

**UNIVERSIDADE PAULISTA – UNIP
PROGRAMA DE PÓS – GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO**

PATRÍCIA CRISTINA DE LIMA

***PORTA DOS FUNDOS: HUMOR E POLÍTICA NAS
WEBSÉRIES BRASILEIRAS***

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Paulista – UNIP, como requisito para obtenção do título de mestre em Comunicação, sob orientação da Profª. Dra. Carla Montuori Fernandes.

SÃO PAULO
2017

PATRÍCIA CRISTINA DE LIMA

***PORTA DOS FUNDOS: HUMOR E POLÍTICA NAS
WEBSÉRIES BRASILEIRAS***

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Paulista – UNIP, como requisito para obtenção do título de mestre em Comunicação, sob orientação da Profa. Dra. Carla Montuori Fernandes.

SÃO PAULO
2017

Lima, Patrícia Cristina de.

Porta dos Fundos: Humor e política nas webséries brasileiras / Patrícia Cristina de Lima – São Paulo, 2017. 207 f;

“Orientação: Profa. Dra. Carla Montuori Fernandes”
Dissertação (Mestrado) – Apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Paulista, SÃO PAULO, 2017.

Área de Concentração – Comunicação e Cultura Midiática
1. Humor. 2. Política. 3. Webséries.

Banca examinadora

Prof. Dr. Gustavo Souza da Silva

Membro Interno

Profa. Dra. Vera Lucia Michalany Chaia

Membro Externo

Profa. Dra. Carla Montuori Fernandes

Orientadora

Aos meus pais, Célia e Fernando, pelo apoio em todas as situações e pelo orgulho demonstrado em cada etapa da construção do meu conhecimento.

Ao meu esposo, José Rodrigo, pela parceria e pela força para que a desistência não fizesse parte dos planos.

AGRADECIMENTOS

À minha família, especialmente meus avós Lourdes e Juvenil (*in memoriam*), Maria Zuleika e Antônio, e meu irmão Gustavo.

Aos amigos queridos, pela torcida incondicional e a certeza da vitória.

Aos professores do PPGCOM, pelos incontáveis conhecimentos transmitidos.

Ao Marcelo, secretário do programa, pela disposição e auxílio sempre.

Aos colegas de programa, pelas maravilhosas experiências trocadas.

À minha orientadora, e agora amiga, Carla, pela confiança e parceria construída.

O último refúgio do oprimido é a ironia, e nenhum tirano, por mais violento que seja, escapa a ela. O tirano pode evitar uma fotografia, não pode impedir uma caricatura. A mordança aumenta a mordacidade.

Millôr Fernandes (2005, p.30)

RESUMO

A presente dissertação tem como objetivo investigar a relação entre humor, política e internet com base na *websérie* brasileira *Porta dos Fundos*, analisando como seus conteúdos representam os eventos políticos e seus personagens no período de mandato da presidente Dilma Rousseff, do Partido dos Trabalhadores (PT). O recorte para pesquisa se inicia com as manifestações sociais de junho de 2013 e se encerra no desdobramento da crise política, com o início da votação do impeachment, em abril de 2016. A pesquisa busca ainda a construção de uma discussão teórica entre humor e política no contexto histórico, além do estabelecimento de características do humor político na internet. Como metodologia, essa dissertação conta com a Análise de conteúdo, de Laurence Bardin (2011), realizada em seis episódios do grupo cuja temática central era o cenário político e que tenham sido produzidos dentro do período determinado. Para que fosse possível um melhor desdobramento dos assuntos tratados, esta pesquisa foi dividida em quatro capítulos, focando no desenvolvimento teórico, construção de conjuntura e análises.

Palavras-chave: humor; política; internet; *Porta dos Fundos*.

ABSTRACT

This dissertation aims to investigate the relationship between humor, politics and internet, based on the Brazilian webseries *Porta dos Fundos*, analyzing how its contents represent the political events and their characters during the term of office of President Dilma Rousseff, of the Workers' Party (PT). The methodological clipping of this study begins with the social demonstrations in June 2013 and ends through the unfolding of the political crisis, in April 2016, with the voting process for Dilma's impeachment. The findings from the research suggest a theoretical discussion between humor and politics in the historical context and the establishment of political humor traits on the internet. In order to do so, this dissertation relies on a content analysis proposed by Laurence Bardin (2011), on six episodes from the series produced during the analyzed period whose theme was the political scenario. For a better unfolding of the themes treated, this investigation was divided into four chapters, focused on the theoretical development, conjuncture construction and analysis.

Keywords: humor; politics; internet; *Porta dos Fundos*.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	15
2. HUMOR POLÍTICO	20
2.1 Trajetória do humor na esfera política	20
2.1.1 O que é humor: uma breve revisão bibliográfica	21
2.1.2 Humor político no Brasil.....	23
3. POLÍTICA, INTERNET E HUMOR.....	38
3.1 Um novo fazer político pela internet.....	39
3.1.1 O uso da internet nas eleições	43
3.2 A produção humorística na internet	52
3.3 A produção do humor político na internet.....	55
3.3.1 As <i>webséries</i>	56
4. PORTA DOS FUNDOS: O HUMOR IRÔNICO DOS CONTRATEMPOS POLÍTICOS.....	65
4.1 Sobre o <i>Porta dos Fundos</i>	65
4.2 A representação das cenas políticas no <i>Porta dos Fundos</i> : uma análise de conteúdo	75
4.2.1 A metodologia.....	75
4.2.2 Os documentos de análise: os episódios.....	75
4.2.3 A formulação das hipóteses.....	78
4.2.4 Elaboração dos indicadores para análise	78
4.2.4.1 Os antecedentes dos movimentos sociais de 2013 e o estopim da crise política.....	79
4.2.4.2 Das eleições presidenciais de 2014 e a Lava Jato até o processo de impeachment.	86
4.2.4.3 Os indicadores	99
4.2.5 Interpretação dos resultados	103
4.2.5.1 Representação.....	103
4.2.5.1.1 Personagens.....	104
4.2.5.1.2 Enquadramento midiático e veiculação seletiva.....	133
4.2.5.1.3 Clientelismo	143
4.2.5.1.4 Política de coalizão.....	148
4.2.5.1.5 Polarização partidária.....	151
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	158
6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	158

7. ANEXOS	172
------------------------	------------

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Engajamento do <i>Facebook</i> em Setembro de 2016.	40
Figura 2 - Números brutos de engajamento.	41
Figura 3 - Mascote Kassabinho.	46
Figura 4 - Página no <i>Facebook</i> da Eleitor 2010.	48
Figura 5 - Site oficial do <i>Movimento Ficha Limpa</i>	48
Figura 6 - Sistema SRD para <i>webséries</i>	58
Figura 7 - Imagem da autorização de captação ANCINE.	70
Figura 8 - Loja on-line <i>Porta dos Fundos</i>	71
Figura 9 - Citações à Dilma nos Protestos de Junho de 2013.	84
Figura 10 - <i>Meme</i> Marina Silva.	89
Figura 11 - Página do evento Festa de despedida do Lobão.	91
Figura 12 - <i>Meme</i> Dilma nas Eleições de 2014.	91
Figura 13 - Mapa das manifestações de março de 2015.	93
Figura 14 - <i>Meme</i> Vice Decorativo.	95
Figura 15 - Site <i>Lula é ministro</i>	97
Figura 16 - <i>Meme</i> Tiririca na votação do impeachment.	98
Figura 17 - <i>Meme</i> Câmara na votação do impeachment.	98

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Quantidade de posts de cada candidato durante a campanha de 2014.	51
Tabela 2 - <i>Webséries Rio WebFest</i>	59
Tabela 3 - <i>Webséries Premiadas</i>	60
Tabela 4 - Aplicativos <i>Porta dos Fundos</i>	72
Tabela 5 - Episódios analisados	77
Tabela 6 - Análise dos resultados - Representação	103
Tabela 7 - Representação postural de Dilma no episódio <i>Reunião de Emergência</i>	105
Tabela 8 - Expressões faciais de Dilma no episódio <i>Reunião de Emergência</i>	106
Tabela 9 - Representação de Dilma no episódio <i>Alianças</i>	107
Tabela 10 - Representação de Dilma no episódio <i>Reunião de Emergência 2</i>	110
Tabela 11 - Representação de Lula no vídeo <i>Reunião de Emergência</i>	111
Tabela 12 - Expressões ao citar Lula no episódio <i>Reunião de Emergência</i>	112
Tabela 13 - Representação Gorila Suquinho no episódio <i>Reunião de Emergência</i>	114
Tabela 14 - Representação de Lula no episódio <i>Alianças</i>	115
Tabela 15 - Representação de Lula no episódio <i>Reunião de emergência 2</i>	116
Tabela 16 - Representação de Lula no episódio <i>Reunião de Emergência 3, Delação 2</i>	117
Tabela 17 - Representação das doações de Friboi e Odebrecht no vídeo <i>Financiamento</i>	119
Tabela 18 - Representação de José Sarney no episódio <i>Reunião de Emergência</i>	120
Tabela 19 - Representação da articulação do PMDB no episódio <i>Alianças</i>	121
Tabela 20 - Representação de Michel Temer no episódio <i>Reunião Emergência 2</i>	123
Tabela 21 - Citação à FHC no episódio <i>Delação</i>	124
Tabela 22 - Representação do Japonês da Federal no episódio <i>Reunião de Emergência 2</i>	126
Tabela 23 - Representação de Bessias no episódio <i>Reunião de Emergência 3, Delação 2</i>	128
Tabela 24 - Representação do público no vídeo <i>Reunião de Emergência 3, Delação 2</i>	130
Tabela 25 - Relação de roteiristas das amostras.....	132
Tabela 26 - Representação da mídia no episódio <i>Reunião de Emergência</i>	135
Tabela 27 - Citação ao <i>DataFolha</i> no episódio <i>Reunião de Emergência 2</i>	136
Tabela 28 - Termo de posse no episódio <i>Reunião de Emergência 2</i>	138
Tabela 29 - Representação da mídia no episódio <i>Financiamento</i>	139
Tabela 30 - Veiculação seletiva no episódio <i>Delação</i>	141
Tabela 31 - Clientelismo no episódio <i>Reunião de Emergência</i>	144
Tabela 32 – Representação dos bancos no episódio <i>Financiamento</i>	145
Tabela 33 - Clientelismo no episódio <i>Financiamento</i>	146
Tabela 34 - Política de coalizão no episódio <i>Alianças</i>	150
Tabela 35 - Política de coalizão no episódio <i>Delação</i>	150

Tabela 36 - Representação da direita na polarização partidária no episódio <i>Reunião de Emergência 3, Delação 2</i>	153
Tabela 37 - Representação da esquerda na polarização partidária no episódio <i>Reunião de Emergência 3, Delação 2</i>	154
Tabela 38 - Representação dos termos Esquerda Caviar e Mortadela no episódio <i>Reunião de Emergência 3, Delação 2</i>	155
Tabela 39 - Citação ao posicionamento dos artistas no episódio <i>Reunião de Emergência 3, Delação 2</i>	156
Tabela 40 - Crítica a polarização no episódio <i>Reunião de Emergência 3, Delação 2</i>	157

INTRODUÇÃO

Com o advento da internet as relações humanas sofreram grandes transformações. A comunicação, não diferentemente, viu surgir novos formatos de produção e consumo, além de um novo público, mais segmentado e exigente.

O canal de comunicação denominado *Orkut*¹ criou especial relação com o brasileiro, o que impulsionou o uso de outras redes sociais como o *Facebook* e o *YouTube*.

Peça-chave neste estudo, o *YouTube* surgiu em 2005, como uma plataforma de armazenamento de vídeos amadores para os usuários do Google. Em 2006, o portal foi eleito pela *Revista Time* como a melhor invenção do ano². Segundo a revista, o *YouTube* era uma forma de fazer milhões de pessoas se educarem e se entreterem.

Como resultado da popularização e da profissionalização, o *YouTube* se tornou um excelente suporte para produções independentes e fez emergir as chamadas *webséries*, programas seriados produzidos exclusivamente para a internet.

A *websérie* brasileira de maior importância, desde a fundação do *Youtube*, pertence ao grupo de mesmo nome, o *Porta dos Fundos*. Conhecida por sua produção profissional, sua narrativa não sequencial e por tratar de assuntos polêmicos sem filtro, a série humorística para web é o objeto deste estudo, tendo como foco os episódios destinados à sátira política.

Não é exclusividade do *Porta dos Fundos*, porém, que se faça humor com temática política na internet. *Blogs*, sites de charges e portais como o *Sensacionalista*³ concentram grandes acervos acerca do tema. Outro formato muito comum são os *memes*. Compartilhados via redes sociais, a combinação de imagens e frases cômicas tem se tornado importante ferramenta para produção do humor, seja vindo de fontes “oficiais” ou produzidos pelos próprios usuários da rede.

¹ O *Orkut* era uma rede social fundada pelo funcionário da Google, Orkut Buyukkokten, em 2004 e que tinha por objetivo a expansão do círculo social de quem fizesse parte. Os integrantes podiam se filiar a comunidades de interesse e realizar discussões sobre os assuntos que desejassem. Os brasileiros foram considerados por vários anos os maiores usuários, chegando, em 2009, a 55% dos usuários totais, segundo o Google. A rede foi encerrada em 2014 devido a não ter alcance global, sendo substituída pelo *Google+*.

² **Portal Tech Tudo.** Disponível em: <http://www.techtudo.com.br/noticias/noticia/2015/02/youtube-faz-10-anos-descubra-qual-foi-o-primeiro-video-do-site.html>. Acesso em: 13 mai. 2016.

³ Disponível em: <http://www.sensacionalista.com.br/>. Acesso em: 15 mai. 2016.

Assim, o humor assume o formato de ferramenta de protesto, o que não é novidade. No século XVI, na França, seu uso na forma de contestação é reconhecido e sua participação na construção de novos status é quase que natural. (BREMNER; ROODENBURG, 2000).

Nos tempos modernos a sátira política acontece especialmente em veículos de comunicação de massa, como jornais, TVs e rádios. Programas como *Planeta dos Homens* (1977) da Rede Globo tinham em sua essência críticas à ditadura, mudanças econômicas e personalidades políticas da época.

Já na *internet*, especialmente no Brasil após 1998, o humor político toma forma e conteúdos próprios. A essência crítica não é abandonada, mas a linguagem e a apropriação por parte do receptor representam uma nova etapa. Páginas como *Humortadela* e *Kibe Loco* apostam na construção de personagens escrachados e no humor negro (MAGALHÃES, 2008), enquanto o *Blog do Professor Hariovaldo de Almeida Prado* aposta na piada refinada e de difícil compreensão. Boragan e Rossetti (2014, p. 7) colocam que “[...] o professor Hariovaldo exagera na norma culta da Língua Portuguesa, criando uma norma ‘superculta’ ou, parafraseando o filósofo Nietzsche, uma norma ‘além-da-culta’”.

O que há de comum em todas essas representações, do século XVI até a *internet*, é o fato de que a crítica vem de lugares não diretamente ligados a personagens políticos, mas da parcela da população que sofre diante de suas decisões, muitas vezes, incoerentes com a realidade. O humor toma, por vezes, forma de ferramenta de combate para os “sem voz”. Slavutzky (2014) coloca que o humor é ferramenta de rebeldia, rebeldia, essa, que faz parte da sua essência. A democracia se apropria dessa rebeldia e usa o humor para contestar aquilo que não é pensado para o bem de todos.

Nesse sentido, ao analisar humor político na *internet*, pretende-se responder como a *websérie Porta dos Fundos* retrata as principais práticas políticas e os seus personagens nos episódios produzidos.

A partir disso, forma-se como objetivo primário a análise do humor político na *internet*, por meio da *websérie Porta dos Fundos*, a fim de entender como o grupo representa os principais eventos políticos a partir das pautas humorísticas.

Como segundo plano, pretende-se ampliar a discussão teórica entre humor e política para, posteriormente, entender a representação de personagens e eventos nos episódios da *websérie*, associando ao estudo da conjuntura em que foram produzidas as peças para, posteriormente, estabelecer características do humor político na *internet*.

Como indicadores que auxiliarão na interpretação dos resultados, foram eleitos, após decupagem narrativa dos vídeos, marcadores que permeiam as principais práticas políticas contemporâneas, a saber: o *clientelismo*, a *política de coalizão*, o *enquadramento midiático e veiculação seletiva*, além da *polarização partidária*.

A pesquisa justifica-se por analisar não apenas o humor sob a ótica de sua construção, como Bergson e Freud propuseram em seus estudos sociais – *O riso* (1983), de Bergson e psicanalíticos como *O Humor* (1927), de Freud –, mas também sua relação político-histórica como Bremmer e Roodenburg (2000) fazem na obra *Uma história cultural do humor* (2000).

Os estudos de humor e política centram-se em mídias como jornal e televisão, conforme desenvolveu Lery (2015) em sua análise sobre os *talk shows* brasileiros e suas piadas pré-formatadas.

No âmbito da internet, encontramos estudos mais restritos a linguagem e produção, como desenvolveu Cioccarri (2015) em análise do perfil do *Facebook* e do *Twitter Dilma Bolada*, em artigo publicado na revista *Alterjor*; Silvana Martinho (2010) analisou, em sua dissertação de mestrado, a representação política e a espetacularização nos episódios das animações do *blog Charges.com*, classificando o objeto como “um hibridismo entre charges, paródia, história em quadrinhos, caricatura, cartoons e cinema” (2010,p.76). Porém, as pesquisas mencionadas acima não estenderam as análises para as *webséries* humorísticas.

Os programas humorísticos da internet, especialmente as *webséries*, são analisados, na maioria das vezes, por suas características de produção, tendo como referência os estudos de Jenkins (2009) sobre a convergência e a participação coletiva, além da narrativa (MASSAROLLO, 2014; MURRAY, 2003), mas poucos se dedicam a análise de conteúdo, como pretende essa dissertação.

Quando se fala especificamente do grupo humorístico *Porta dos Fundos*, os estudos também estão voltados para as características de produção e disseminação dos efeitos dos vídeos, como estudado por Nogueira (2015), ou de compartilhamento e sociabilidade como em Caminha (2014). Existem ainda alguns estudos⁴ acerca da análise conteúdo dos programas, porém focados em religiosidade e sexualidade, temas recorrentes na *websérie*.

⁴Cf. Bruno Guimarães em seu texto sobre *Porta dos fundos* e religiosidade e Ana Cláudia Weber sobre o uso do humor na publicidade. Disponíveis em: <http://casperlibero.edu.br/wp-content/uploads/2015/01/Bruno-Menezes-UFMG.pdf> e <http://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/103480> respectivamente. Acesso em: 12 de jan. 2016.

Portanto, faz-se necessário ampliar a análise dos programas políticos da *websérie Porta dos Fundos*, com vistas a suprir a escassez teórica que percorre a temática.

Como metodologia foi selecionada a análise de conteúdo (BARDIN, 2011), que possui como característica o aprofundamento das relações entre o que é dito e mostrado com as questões do cotidiano.

Ou, por outras palavras o que se procura estabelecer quando se realiza uma análise conscientemente ou não é uma correspondência entre as estruturas semânticas ou linguísticas e as estruturas psicológicas ou sociológicas (por exemplo: condutas, ideologias e atitudes) dos enunciados. De maneira bastante metafórica, falar-se-á de um plano sincrônico ou plano “horizontal” para designar o texto e a sua análise descritiva, e de um plano diacrônico ou plano “vertical”, que remete para as variáveis inferidas (BARDIN, 2011, p. 47).

Como unidades de análise foram selecionados seis episódios - *Reunião de emergência, Financiamento, Alianças, Reunião de emergência 2, Delação e Reunião de emergência 3, Delação 2* - entre os mais de 600 produzidos. Além da temática política, os episódios também foram escolhidos levando em consideração o número de visualizações – mínimo de dois milhões – e as características de representação dos personagens e eventos políticos no momento da produção. Todos se encontram no período de mandato da presidente Dilma Rousseff, do Partido dos Trabalhadores (PT), iniciando-se com as manifestações sociais de junho de 2013 até o desdobramento da crise política, com o início da votação do impeachment, em abril de 2016.

Como embasamento para essas análises no segundo capítulo serão revistos materiais teóricos acerca da construção do humor e sua participação nos processos políticos históricos.

No terceiro capítulo serão abordadas as novas posturas políticas a partir da internet e a produção política e de humor na rede, especialmente *webséries*.

Enfim, no quarto capítulo será dada a contextualização da conjuntura do período – junho de 2013 a abril de 2016 - em que os episódios se encontravam no momento da produção. O período em questão foi escolhido por eclodir a polarização político-partidária do Brasil, iniciada nas manifestações de junho de 2013 até a manifestação de março de 2016 que resultou no processo de aprovação do impeachment da presidente Dilma Rousseff (PT), pela Câmara dos Deputados, em 17 de abril de 2016. O período estudado apresentou a internet como ferramenta fundamental para organização dos

grupos de interesse e para a discussão acerca do cenário nacional. Por fim, serão apresentadas as análises dos episódios selecionados, gerando a interpretação dos resultados buscados nesta dissertação.

2. HUMOR POLÍTICO

A relação entre humor e política sempre foi muito próxima ao longo dos séculos. Desde as primeiras organizações de sociedades com a escolha de líderes, a sátira faz parte da imagem do representante popular (BREMNER e ROODENBURG, 2000).

Ao longo deste capítulo serão conceituados o humor e seus estilos, além da contextualização histórica e suas relações. Com destaque para as produções brasileiras, o objetivo deste capítulo é apresentar as várias facetas do humor e sua apropriação ante as injustiças sociais como forma de bandeira e protesto. Num segundo momento, o humor político será aprofundado, buscando uma visão completa de sua importância histórica e cultural.

2.1 Trajetória do humor na esfera política

Claudio Paiva sempre frisou: “O humor é inevitavelmente político, pois está sempre na contramão. A piada é oposição, seja lá ao que for” (apud SLAVUTZKY, 2014, p. 195). Henfil (apud SOUZA, 2014, p. 97) complementa: “[...] humor político não pode ser caracterizado e você não pode dizer ‘quero fazer humor político’...ele é funcional. Quer dizer, ele funciona...[...]”.

Antes de entender o humor político é preciso compreender o que é o humor. O riso é um elemento social e exclusivamente humano (BERGSON, 1983). Balogh (apud SANTOS, 2012) coloca que o humor é crítico, por isso não é encontrado em algumas artes como as pinturas do século XVII, onde se deveria enaltecer o representado. Temos como característica rir daquilo que nos fazem sentir superiores, que nos trazem a sensação da satisfação de estar melhor que o outro. Mel Brooks (apud HELITZER; SHATZ, 2014, p.1) afirma que “Tragédia é seu eu cortar o meu dedo. Comédia é se alguém cair num buraco aberto e morrer”. Bergson (1983), por sua vez, completa que este processo é inconsciente e tem ligação com a vaidade, com a exaltação do eu.

Hartmann (apud PROPP, 1992) aponta que para o humor existir o sujeito precisa estar pré-disposto. A emoção é um impedidor do rir. O sujeito receptor da piada precisa estar aberto a rir. Propp (1992) completa que damos a causa do riso – uma cena cômica ou situação inapropriada – mas cabe ao receptor decidir se aceita ou não a comichão. Slavutzky (2014, p.41) afirma que “o bom humor é uma pequena ilha no mar de problemas, uma ilha do tesouro, onde a riqueza é a espiritualidade. O humor, no

entanto, mesmo sendo um dom precioso, não pode ser idealizado”. Quem tem a emoção acima de tudo e está com o espírito prejudicado não ri. Helitzer e Shatz (2014) apontam que o humor não é um mistério, possui fórmulas ou métodos. Mas que nenhum é a prova de alguém que não quer rir.

Humor e comédia não são semelhantes. Humor é o todo, o conjunto de estado de espírito, uma ligação com o consciente (FREUD, 1927). Nos gêneros é subdividido em sátira, sarcasmo (mal dizer), ironia e paródia. A comédia nada mais é do que estes formatos de humor interpretados. A sátira é uma imitação irreverente que busca valorizar os defeitos de quem está sendo satirizado. O sarcasmo foca-se na intenção do mal dizer, do dizer algo para que todos tenham uma imagem ruim do que está sendo objeto do cômico. Já a ironia é uma ferramenta de ataque onde se diz algo em busca de outro sentido com o objetivo de mudar um comportamento ou uma ação.

Por fim, a paródia é uma releitura cômica, onde pode ter sentido negativo ou não. Magalhães (2008) cita ainda o humor negro, processo onde as piadas não se prendem ao “politicamente correto”, enquanto Martinho (2010) acrescenta, quando direciona o humor à política, que temos a banalização (onde há o reforço dos valores e costumes da sociedade), o satírico (que desmistifica imagens construídas), o crítico (que impulsiona questionamentos acerca de um assunto) e o grotesco (que não possui função a não ser o cômico). Todas as formas de humor possuem em comum a diminuição do outro, o apontamento de falhas e a valorização dos defeitos. O humor também combate o bem-estar coletivo, a insatisfação do eu e dos demais (SLAVUTZKY, 2014).

O humor está intimamente ligado a ações reativas, ao protesto. Bergson coloca que o riso nasce da observação do exterior, dos problemas e das “revoltas da superfície” (p. 94). Slavutzky (2014, p.32) coloca que o humor “é uma transformação de uma experiência tensa em nada”, a qual permite encarar até mesmo a morte de forma leve e menos dramática.

2.1.1 O que é humor: uma breve revisão bibliográfica

O humor é libertador. O trauma não passa de ocasiões para o prazer que vem a seguir. Assim, Freud (1927, p. 85) define o humor em seu trabalho *On Humor*. Ao assumir que o estado humano é determinante para as ações da vida, o autor atenta que o humor é rebelde, não resignando “o princípio do prazer, que pode aqui afirmar-se contra a crueldade das circunstâncias reais”.

Entendendo o humor como um fator humano, Bergson (1983) coloca que a emoção é inimiga daquilo que ri e rimos do que encontramos nos momentos de indiferença emocional, quando agimos pelo racional. Em contrapartida, rir e fazer rir não são dons para todos. Freud (1927) é enfático em dizer que o cômico é dom raro e preciso. Slavutzky (2014) concorda, acrescentando ainda que o humor precisa ser conquistado.

Helitzer e Shatz, em seu livro *Como escrever humor* (2014), diz que existe uma “fórmula” para a composição do humor: um alvo, o exagero na descrição das ações, um pouco de emoção que aproxima o ouvinte da história, a hostilidade apontando o ridículo do que está sendo descrito, o realismo da situação e a surpresa do resultado final.

Santos (2012, p. 34) explica ainda que:

O humor está contido em diversas manifestações humanas que encontram diferentes meios para ser veiculadas (na fala, nos gestos, na palavra escrita ou impressa, nas imagens etc.) [...] Pode-se defini-lo, portanto, como uma narrativa que, determinada condições sociais, culturais e históricas, gera um efeito em seu receptor, o riso.

Bergson (1983) diz que o riso possui função social, integra o homem ao grupo e faz pensar. Já Propp (apud SANTOS, 2012) aponta que para rirmos é preciso dois mecanismos: um objeto ridículo e um sujeito que ri. Umberto Eco (apud Góes, 2009), na obra *O nome da rosa* (1980) apresenta duas visões contrastantes sobre o riso, uma apresentando o ato como edificador, contemplador e outra como natural, selvagem e anti-religioso. Hobbes (apud SANTOS, 2012, p. 22) reforça esta visão negativa, classificando o humor como “uma expressão de ódio”, uma ameaça à paz.

Slavutzky (2014) explica essa posição de Eco e Hobbes com a visão antropológica de que o humor abre mentes e faz o sujeito compreender códigos e cultura, o que para muitos significa novas visões e conflitos.

A maioria dos estudos modernos sobre humor iniciou-se na Psiquiatria (leia-se Psicanálise), reduto de Freud, após 1905. Buscando entender o homem e seu comportamento, esses estudos focam na relação entre a *psique* e o externo, dando ao homem exclusiva responsabilidade pela determinação do que é classificado como cômico. Frequentemente associado aos desejos sexuais, o riso é colocado como um mecanismo de liberação da ansiedade, dos desejos reprimidos pelos tabus da sociedade.

Minois (2003) coloca que o riso faz parte do processo do homem em encontrar respostas sobre sua existência e é por isso que está ligada intimamente a evolução

humana. Pela ótica da Filosofia, Bergson, quase que contemporâneo a Freud, estudou o humor dentro das características de comportamento e grupo, buscando saber “qual é a intenção da sociedade quando ri” (BERGSON, 1987, p. 97).

Bremmer e Roodenburg (2000) estudam o humor pelas características da antropologia, da história e da cultura. Com um texto dedicado exclusivamente ao assunto, os autores colocam que o rir possui um significado tão complexo que cada sociedade apresenta forma e propósitos próprios. Nunca uma sociedade encara um fato cômico como outra. A piada pura possui como fundamento a cultura. Bergson (1987) complementa esta visão dizendo que rimos daquilo que conhecemos. Uma história cômica só faz sentido dentro de um tempo e espaço determinados.

Apoiando-nos na concepção de que o tempo e espaço são inerentes ao humor, realizaremos um pequeno apontamento histórico do papel do humor e seus estudos através dos séculos.

2.1.2 Humor político no Brasil

Ao longo da história, humor e política conviveram praticamente como complementares. Aristóteles e Platão acreditavam que o riso era herança divina dos deuses e, como tal, deveria ser usada contra o poder vigente (MINOIS, 2003). Na Idade Média, a força do riso era tal que a Igreja Católica o condenava de maneira veemente (BREMNER e ROODENBURG, 2000). Rir da política era restrito ao privado, ao submundo.

No século XVI, enquanto a caricatura é criada na Itália, o Brasil é estudado por Jean de Léry que, em *Viagem a terra do Brasil*⁵, traz à tona o “riso natural” por intermédio dos índios. Para Léry, o estado natural deste povo é o riso permanente, baseado na liberdade, na razão selvagem, na crítica ao externo de sua cultura. “Os índios da América punham em questão o próprio homem” (ALBERTI, 2002, p. 154). Os estudos acerca do humor no Brasil, até este momento, se restringem a observações estrangeiras ligadas ao comportamento.

Em outros momentos posteriores, como na Revolução Francesa, o humor assume “forma física” de protesto com panfletos e pinturas. O desagrado à população é sempre o centro das piadas.

⁵ Tradução de Sérgio Milliet. Disponível em: <http://www.ufscar.br/~igor/wp-content/uploads/lery.pdf>. Acesso em: 20 mai. 2016.

No Brasil, o humor passará para um momento “oficial” de própria criação com a chegada da Família Real e fundação da Imprensa Régia, em 1808 (LOPES, 2009). No Brasil, o século XIX representou um período áureo para os jornais no país.

O Rio de Janeiro, capital do Império, contava com o jornal *O Mosquito*, do caricaturista Rafael Bordallo Pinheiro e a *Revista Ilustrada*, do também caricaturista Angelo Agostini (LOPES, 2009). O Imperador Dom Pedro II era o principal alvo, representado por suas pernas finas, voz estridente e viagens extravagantes (SCHWARCZ apud LOPES, 2009, p. 101).

Com a abolição da escravatura, em 13 de maio de 1888, a Princesa Isabel se tornou o foco das sátiras. A tentativa de construir uma imagem redentora, de boa mãe e preocupada com as minorias – no caso os negros – graças a sua fé Católica, era desmitificada com fervor em desenhos onde aparecia varrendo igrejas, por exemplo.

No final da República Velha (1889-1930), em função da produção satírica sobre os ditames políticos, foi instaurada a lei de censura da imprensa, n. 4.743, a chamada lei “Adolfo Gordo”, que punia os veículos que ameaçassem a política “Café com Leite⁶”.

No Brasil, durante a *Semana de Arte Moderna*, em 1922 afloram nomes como o cartunista e ilustrador Ferrignac, o músico Heitor Villa-Lobos e Oswald de Andrade, escritor, dramaturgo e símbolo do humor brasileiro aplicado na visão modernista defendida pelo evento (AMARAL, 1998). Em São Paulo, uma série de jornalistas e cronistas sociais utilizava-se de codinomes para fazer humor na chamada *Belle Époque de São Paulo*. Saliba (2002) enumera alguns nomes, pouco conhecidos, como Euclides de Andrade e Lemmo Lemmi.

Raul de Freitas e Octacílio Gomes publicam *Madame Pommery* com fortes ligações com o teatro de revista e com os musicais. Cornélio Pires consegue que a primeira gravação de um disco caipira fosse realizada. A crítica social da música caipira é tamanha, que algum tempo depois chamaria atenção do mais alto poder brasileiro.

Em 1930, rompendo com os ditames da política Café com Leite, Getúlio Vargas torna-se Presidente do Brasil, deixando o poder somente em 1945. Centralizadora, autoritária, nacionalista e anticomunista, a “Era Vargas” também ficou conhecida pelo

⁶ A política “Café com leite” aconteceu de 1890, na presidência de Campos Sales, até 1930 na República Velha. Teve como característica alternar os presidentes entre os estados de Minas Gerais (grande produtor de leite e local do Partido Republicano Mineiro) e São Paulo (produtor de café e detentor do Partido Republicano Paulista). Terminou com a chegada do gaúcho Getúlio Vargas ao poder, após a quebra da bolsa de Nova York em 1929 e a perda da força financeira de São Paulo devido à queda do preço do café.

populismo e pela implementação do Estado Novo, orquestrado por Getúlio em 1937, por meio de um golpe de estado.

Assim como outros ditadores, Getúlio cumpria os ritos de culto à personalidade e à construção de um discurso de esperança (SLAVUTZKY, 2014). Para isso, vigiava veemente os veículos de comunicação por meio do DIP (Departamento de Imprensa e Propaganda). Capelato (apud PANDOLFI, 1999, p.171), em sua análise sobre o DIP e suas funções, aponta que:

A Constituição brasileira de 1937 legalizou a censura prévia aos meios de comunicação. A imprensa, através de legislação especial, foi investida da função de caráter público, tornando-se instrumento do Estado e veículo oficial da ideologia estado-novista.

O rádio se torna a principal fonte de informações para o povo e os jornais são obrigados a aceitar representantes do governo em suas redações. O humor sobrevive através das duplicidades nas anedotas, charges e músicas. O rádio, por exemplo, possui programas como *Hotel de Pimpinela* de Silvino Neto e *Nhô Tico* de Vital Fernandes da Silva que satirizavam a política através de uma série de personagens (DAMACENO; NISHIZAWA, 1999). Já o jornal possuía artistas como K. Lixto, cuja produção acredita-se que tenha passado de 150 mil desenhos e Belmonte e Mendez, os quais, posteriormente, farão parte da revista *O cruzeiro* (SIMÕES, 2010).

As marchinhas de carnaval, como explica Casadei (2008), satirizavam, com pseudônimos, o status político do país:

A marchinha vencedora do carnaval de 1937 cantava a seguinte estória (no ritmo da canção "Terezinha de Jesus"): "A menina presidência/ vai rifar seu coração/ E já tem três pretendentes/ Todos três chapéus nas mãos/ (E quem será?)". Para responder a pergunta, o ritmo da música se intensifica "O homem quem será/ Será seu Manduca ou será seu Vavá?/ Entre esses dois meu coração balança porque/ na hora H quem vai ficar é seu Gegê!".

No caso, Manduca representava o candidato Armando Salles de Oliveira, Vavá referia-se a Oswaldo Aranha e Gegê, claramente uma referência a Getúlio Vargas. Numa espécie de "previsão do futuro", a situação prevista na música efetivou-se, já que Getúlio concebe o Estado Novo e permanece no poder por mais oito anos.

Durante o Estado Novo, *Alvarenga e Rancinho* conseguem apoio de Getúlio graças à apreciação da filha do político (PASQUALIN, 2014), no entanto, não

abandonam a crítica por isso. Através de músicas ritmadas pelo sertanejo raiz, a dupla cantava sátiras como *Liga dos bichos* que dizia⁷:

Os bicho tem sociedade/Adonde tem protetor/Na família do seu Galo/Tem muito Pinto doutor/Já vi Leitão professor/Vi Aranha de talento/Mas o que me deixou besta/Foi ver Cavalo Sargento. Também vi Coeio fardado/Oficiar de longo curso/E na crasse dos artistas /Tenho visto muito Urso/Pra chegar a capitão/A gente quase se mata/E os bicho sobe na vida/Tem até major Barata.

O teatro estreia, em 1935, a peça *Corações Paulistas*, de Adolpho Sampaio, onde Getúlio é colocado como único tomador de decisões, negando a existência de um estado (CASADEI, 2008). Em 1943, a revista *O Cruzeiro* se reestrutura e cria *O Amigo da Onça*, personagem de Péricles Maranhão e Carlos Estêvan. A temática traz uma crítica clara aos costumes e às aparências da sociedade brasileira (SIMÕES, 2010).

O rádio tem seu apogeu humorístico em 1944, com o programa *PRK-30* de Lauro Borges e Cássio Barbosa na *Rádio Mayrink Veiga* (posteriormente Rádio Record). Em 1950, a *Rádio Nacional* lança o programa *Balança mas não cai*, de Max Nunes e Haroldo Barbosa, com participações de Chico Anysio e Sérgio Porto, entre outros. Ambos os programas eram “caricaturados tudo com muito humor: novelas, trocadilhos infinitos com a situação política do país, paródia de cantores e músicas, fina ironia com toda espécie de programa” (DAMACENO; NISHIZAWA, 1999, p. 7).

No fim de 1949, se constitui no Brasil a Companhia Cinematográfica Vera Cruz, encabeçada por Franco Zampari, cujo ideário era conceber ao cinema brasileiro qualidade e projeções internacionais. Com dificuldades financeiras, a comédia se tornou o principal produto da Vera Cruz, com temáticas do homem do campo e das diferenças culturais entre as classes. Destaca-se Mazaroppi e seu personagem *Jeca Tatu* (ROCHA; FRANÇA, 2009). Após passar quase dez anos apoiado na *Chachada* (gênero destinado a baixa renda que produzia sátiras das produções de Hollywood e temáticas destinadas a classes mais baixas), o cinema volta à elite cultural. Para Rocha e França (2009, p.8-9),

A comédia enquanto gênero definiu-se na época como produções pobres, de caráter popular, incapazes de promover qualquer tipo de elaboração intelectual e voltadas para o riso fácil em abordagens ingênuas da sociedade brasileira a partir de paródias do cinema norte-americano.

⁷ Trecho retirado do site *Vagalume*. Disponível em: <https://www.vagalume.com.br/alvarenga-e-ranchinho/liga-dos-bichos.html#ixzz49nJUqulE>. Acesso em: 24 mai. 2016.

Com a chegada da televisão em 1950, o humor passou a conhecer estâncias novas. O gênero foi considerado importante para o novo veículo de comunicação, já o primeiro programa, o TV *Taba*, na TV *Tupi*, recebeu Mazzaropi (BARBOSA, 2010). Mazzaropi, humorista conhecido por seus programas na *Rádio Tupi* e por seus filmes, também comandou, ao lado de Aberlardo Barbosa (Chacrinha), Geni Prado e João Restiff, o programa *Rancho Alegre*, que permaneceria no ar por mais quatro anos⁸.

Paulo Gracindo surge em 1952, com o quadro *Primo Rico, Primo Pobre*, numa analogia as diferenças sociais ferrenhas da época. Oswaldo Molis e Adoniram Barbosa apresentam *História de Malocas* sobre o modo de vida do paulistano. *Trancredo e Trancado*, de Brandão Filho e Giuseppe Guiaroni, ironizavam a necessidade impetuosa de se ter que trabalhar.

Na década de 60, com a consolidação da televisão no Brasil, dois tipos de programas se tornam chaves: a telenovela e os programas de auditório. Surgem ícones da relação tevê-Receptor no papel de comandantes dos programas, como Hebe Camargo, Chacrinha e Silvio Santos. Havia gincanas, concursos, premiações e distribuições de brindes. Algo muito próximo ao que ainda é praticado por Silvio Santos no seu programa dominical, na emissora SBT.

Chico Anysio estreou na TV *Rio*, o programa *Chico Anysio Show*, que por meio dos recursos do vídeotape conseguia contracenar consigo em diferentes personagens. Havia esquetes e personagens fixos como o “Coronel Limoeiro” (FILHO, 2003). Para se ter ideia da importância que a chegada da televisão ocasionou no país, das duas emissoras que realizaram a transmissão oficial em 1950, se expandiram para 21 concessões, dez anos mais tarde. Sodré (2002) atrela essa importância a chegada dos programas de auditório, que reproduziam a interação do público no espetáculo. O conteúdo popularesco era colocado a serviço do comercial. As mensagens eram simplificadas para facilitar a assimilação.

A Ditadura Militar, instituída no Brasil em 1964, ocasionou uma série de opressões políticas e censura à imprensa. No governo do General Emílio Garrastazu Médici, foi estabelecido o Ato Institucional nº. 5, de 13 de dezembro de 1968, tornando a censura mais rigorosa, com a imposição de filtro prévio do que seria publicado e exibido. Durante o período de censura, a ironia tornou-se a ferramenta primordial nos editoriais. Jornais como *O Estado de S. Paulo* e revistas como a *Veja* substituíam os

⁸ Segundo o Centro Cultural de São Paulo – TV 50 anos. Disponível em: <http://www.centrocultural.sp.gov.br/tvano50/apre.htm>. Acesso em: 25 mai. 2016.

trechos censurados por receitas culinárias, espaços em branco e figuras de demônios (ABREU, 2002).

Em 1969, após uma reunião entre Jaguar, Tarso de Castro e Sérgio Cabral nasceu o jornal *O Pasquim*, ícone do humor contra a ditadura. A mascote, o ratinho *Sig*, era inspirado em Sigmund Freud e representava o quão debochado era seu conteúdo. Chamado na época de “Bíblia do humor” (SLAVUTZKY, 2014, p. 193), durou 22 anos e alcançou a incrível tiragem de 200 mil exemplares. Suas participações incluíram Millôr Fernandes, Paulo Francis, Glauber Rocha, Angeli, Ziraldo, Henfil, Vinicius de Moraes, Caetano Veloso, Chico Buarque, entre outros intelectuais e humoristas. Satirizava figuras políticas e comportamentos populares. Em uma de suas edições publicadas, uma charge de Dom Pedro às margens do Ipiranga rendeu prisão a quase todos os envolvidos na redação. No início da década de 80, o jornal foi alvo de ataques à bomba por duas vezes e as bancas que o vendiam foram atacadas por diversas situações.

Em entrevista à Tárík de Souza, Henfil explica a relação do jornal com o público, que mesmo diante de vários fatos não abandonava a publicação:

Então, por exemplo, prisão para nós, no Pasquim, era “gripe”. Aproveitando que alguém foi perguntar onde é que estava fulano de tal, e falaram que estava “gripado”. Não sei se foi Sobral Pinto... Foi a resposta que a polícia deu. Aí virou gripe! Não tem como censurar isso! E aí você vai! Isso é um jogo delicioso e o humor se deleita aí (2014, p. 118).

Enquanto os jornais sofriam com a censura, a televisão seguia uma linha oficialista e atuava por vezes como porta voz da ditadura militar. A exemplo, o *Jornal Nacional*, primeiro telejornal transmitido em rede pela *Rede Globo*, em 1969, foi considerado pela crítica a voz do governo militar na televisão (FERNANDES, 2009). Em 1970 aconteceu a primeira transmissão via satélite e, em 1972, a transmissão a cores.

No México, em 1971, surge um programa que posteriormente se tornaria referência no Brasil. *El Chavo Del Ocho*, de Roberto Bolaños, *Chaves* nas terras tupiniquins. A comédia trazia a história de um menino de oito anos, órfão, que morava numa vila de classe média baixa. Os personagens traziam situações universais e representavam praticamente toda a sociedade da América Latina: a dona de casa, o empresário, o professor, o desempregado, a aposentada, além de outras crianças de

classes sociais diferentes. Exibido em 16 países, continua sendo reprisado em alguns deles, como o Brasil.

O cinema produz na década de 60 grandes clássicos como *Assalto ao trem pagador*, *Deus e o Diabo na terra do sol* e *Os cafajestes*, iniciando o movimento que seria chamado de Cinema Novo. “O Cinema Novo viu a necessidade de conseguir uma maior comunicabilidade com o público médio brasileiro e começou a rever sua maneira de fazer filmes, utilizando linguagem mais acessível” (FRANÇA; ROCHA, 2009, p.9). Com a reorganização do departamento de censura, a temática favorável ao governo possuía prioridade. A Embrafilme (Empresa brasileira de filmes) e o INC (Instituto Nacional de Cinema) controlavam a distribuição e coproduziam.

Surge, então, a *Pornochanchada*. Embalada por temáticas sexuais amparadas pela liberação sexual feminina e pela chegada de revistas masculinas como a *Playboy*, a *Pornochanchada* era assistida por todo o tipo de público. A linguagem besteirol, os personagens malandros próximos ao popular e a localização das salas de cinema contribuíram para a popularização do estilo. França e Rocha (2009) apontam que, na época, especulou-se sobre a intenção do governo de mascarar a perseguição política as outras obras através das comédias sexuais, já que estas recebiam recursos da Embrafilme. “A pornochanchada era o tipo de filme que não representava um perigo para a ditadura, pois não se constituía numa expressão/linguagem crítica da sociedade brasileira” (GIORIA apud SANTOS, 2012).

Apesar de não apresentar nudez, a fórmula do humor popular se repete durante as décadas de 70 e 80, com um dos maiores grupos de humor no país: *Os Trapalhões*. Em 1966 surge o primeiro filme com apenas dois integrantes, Didi (Renato Aragão) e Dedé (Dedé Santana). O filme foi uma extensão do programa de Renato Aragão na *TV Excelsior* chamado *Os adoráveis Trapalhões*. Na TV, o humorístico possuía no elenco também Wanderley Cardoso, Ted Boy Marino e Ivon Cury.

Ainda no cinema, em 1969, é lançado *Macunaíma*, de Joaquim Pedro de Andrade, que satiriza a linguagem culta e as características do povo brasileiro. O lema do herói “Ai, que preguiça!” ilustra a falta de boa vontade diante de algumas ações. Não aprovado pelo INC para envio ao Festival de Veneza, foi premiado em Mar Del Plata, e seu produtor fez questão de desabafar: “se eu estivesse lá, o presidente do Instituto não poderia declarar que não existe censura no Brasil e que meu filme foi exibido sem cortes, porque eu o desmentiria” (ANDRADE apud PINTO, 2006, p.8). Um ponto

interessante sobre *Macunaíma* é que trazia como protagonista Grande Otelo, parceiro de grandes nomes do humor no cinema, TV e rádio, como Oscarito e Dercy Gonçalves.

Com a profissionalização dos censores, os diretores buscavam formas para evitar o bloqueio total e encontram nas metáforas e nas alegorias uma alternativa para produzir. Clássicos de literatura se tornam adaptações como *Dona Flor e seus dois maridos* (1972). O denominado cinema marginal também se destaca com cenas chocantes de drogas e sexo, além da decadência da burguesia (PINTO, 2006).

Em 1972, a *Rede Globo* produz a primeira temporada de *A Grande família* e retoma a produção de *sitcoms* com temáticas brasileiras. Filho (2003) aponta que foram inseridas nas entrelinhas críticas ao regime político e à situação social do povo. Os personagens se comunicavam via metáforas deixando uma espécie de “enigma” para o público decifrar acerca da ditadura. Um episódio chamado “O recadão” tratou exclusivamente do momento político no país.

Nos anos 80, a pressão das distribuidoras internacionais somada ao esgotamento das fórmulas fez o cinema nacional padecer em parte. Uma série de filmes que possuíam liberação para as salas de exibição não conseguia o mesmo espaço na TV.

O humor se sustentava através de *Os trapalhões* e seus 20 títulos lançados na década. Os filmes possuíam temática de super-heróis e histórias famosas, como *Simbad*. Na TV, o grupo, agora composto por Didi, Dedé, Mussum e Zacarias, encenava esquetes de, no máximo, dez minutos que não possuíam relação entre si, a menos pela presença de um ou mais integrantes. A representação de minorias também é considerada uma das fórmulas do sucesso do grupo. Didi representa o nordestino que migra para o sudeste em busca de uma vida melhor, Dedé é o típico malandro carioca, Mussum o alcoólatra negro proveniente da favela e Zacarias, o inocente caricato e infantil (D’OLIVEIRA; VERGUEIRO, 2011). Chama a atenção também a importância dada ao quadro do quartel, onde Sargento Pincel e Coronel, que em diversas situações satirizavam a ditadura e mostravam claro desrespeito pela hierarquia. Sargento Pincel era associado ao homossexualismo, enquanto o Coronel apontava a ordem desfigurada.

Jô Soares, em seu programa *Viva o Gordo*, não fazia diferente. No ar de 1981 a 1987, as esquetes contaram com mais de 300 personagens e os bordões, até hoje utilizados por personagens de humor, surgem nos textos de Max Nunes, redator do programa. Filho (2003) afirma que, assim como *Viva o Gordo*, *Planeta dos Homens*

(1971), as frases-chave dos personagens eram fundamentais. A sátira política também era elemento essencial. O projeto *Memória Globo*⁹ descreve:

Em março de 1977, a sátira política passou a fazer parte da receita do programa, já que a censura parecia estar afrouxando sua vigilância. Naquele momento, já era possível criar quadros como o do repórter que entrevistava o diretor do Grêmio Recreativo Escola de Samba Aprendizes da Democracia. Apesar de garantir que a escola ensaiava muito, o diretor não sabia dizer quando os foliões saíam em desfile pela avenida. Em outro quadro, Paulo Silvino e Jô Soares eram dois apresentadores insanos de um telejornal, e faziam todo tipo de piadas sobre a inflação e os custos de vida.

E aponta como esses personagens eram encarados pela ditadura:

A Censura, de vez em quando, ainda atuava. A censora que trabalhava diretamente vigiando O Planeta dos Homens, conhecida como “Dona Mariana”, cortava quadros e falas que, muitas vezes, alteravam o sentido da piada. Se o quadro tinha dois minutos, por exemplo, e o final era cortado, o quadro não podia mais ir ao ar. Ao mesmo tempo, um esquete antes censurado era reavaliado e liberado, entrando no programa. O presidente João Baptista Figueiredo era figura constante nas sátiras de O Planeta dos Homens. Como o presidente era apaixonado por cavalos, havia um cavalinho que entrava em cena acompanhado do bordão “Eu prendo e arrebento”, referência a uma fala do presidente durante uma entrevista, que se transformou na sua marca.

A TV da década de 80 também começava a reformular-se em busca de mais conteúdo. A *Rede Globo* efetiva-se como a emissora mais forte do país. As *Diretas Já* eram transmitidas de maneira parcial pelos telejornais da *Rede Globo*, enquanto outros veículos de jornalismo cobriam as manifestações populares ao vivo. Vários canais abrem debates sobre política e democracia, além de denúncias de corrupção.

Angeli, Miguel Paiva, Luiz Gê, Fausto e Fortuna publicavam na *Folha de S. Paulo* charges convocando a população a lutar pelo direito de escolher seu presidente. Nos Estados Unidos, as charges alcançam um alto nível crítico, conforme Santos (2012) descreve, apontando o consumo acelerado, o individualismo, a competição como assuntos de destaque. A guerra, a discriminação racial e o autoritarismo da Guerra Fria também aparecem em muitas situações.

⁹ Projeto *Memória Globo* faz parte das comemorações dos 50 anos da TV no Brasil. Está alocado dentro do PortalGlobo.com. Disponível em: <http://memoriaglobo.globo.com/programas/entretenimento/humor/o-planeta-dos-homens/satira-politica.htm>. Acesso em: 25 mai. 2016.

Com a abertura política e a chegada de José Sarney a Presidência do Brasil, após a morte do presidente eleito via Colégio Eleitoral, Tancredo Neves, em 1985, o governo estabeleceu as eleições diretas e a Constituinte de 1988. Em contrapartida, escândalos de corrupção e a superinflação lotavam os noticiários e os programas de humor.

Criada em 1957, pela TV Paulista e depois de passar pela Record e TV Rio, *A Praça é Nossa* chega ao SBT em 1987. Chamada anteriormente de *Praça da Alegria*, a criação de Manoel da Nóbrega possuía esquetes de personagens fixos e temáticas variadas, todas sendo contadas no banco da praça ao lado do apresentador. Ainda no ar em 2016, o programa serviu de “instrução” para uma série de humoristas e consagrou outros mais. Atualmente, as críticas políticas são representadas nas figuras do deputado João Plenário, personagem de Saulo Laranjeira, que conta os casos de corrupção e tenta explicar com várias desculpas os erros do governo e sua falta de preocupação com a população que o elegeu. Gordilma, referência a Presidente Dilma Rousseff (PT), personagem de Alexandre Porpetone, reclama dos ataques dos adversários, comenta a situação econômica do país e faz discursos sem nexos.

O carro chefe no final da década de 80, porém, foi a *TV Pirata* da Rede Globo. Com redação de Luis Fernando Veríssimo, Mauro Rasi, Pedro Cardoso e o grupo, que posteriormente formaria o *Casseta e Planeta*, o programa trazia esquetes sobre a própria televisão e seus formatos como uma forma de criticar a realidade brasileira. O primeiro programa foi ao ar em 5 de abril de 1988. A pesquisadora Fechine (apud MACHADO, 2007, p. 105) afirma que,

Com o *TV Pirata*, pela primeira vez a *Rede Globo* colocou no ar um programa que “brincava” com sua própria programação: pura metalinguagem. *TV Pirata* era um programa de humor sem os temas e sem os profissionais reconhecidos nos programas de humor da época

No ano seguinte, em 1989, o mundo viu o humor ganhar muita força na televisão. Estreiam *Os Simpsons* e *Seinfeld* nos Estados Unidos e, na Inglaterra, *Mr. Bean*. Focados em satirizar os bons costumes e as características da sociedade em que se inserem, os três seriados tiveram vidas longas. *Mr. Bean* foi ao ar até 1995, enquanto *Seinfeld* teve sua última temporada em 1998. *Os Simpsons* iniciaram sua 27ª temporada em setembro de 2015. Herskovic (2011, p. 104) aponta que:

Em *Os Simpsons*, é possível perceber as mudanças pelas quais a sociedade contemporânea está passando, e como um seriado com uma

estrutura de reiteração consegue, através da sátira e da paródia, revelar um retrato dessa sociedade e de seus anseios.

As críticas políticas na animação não são poupadas. Personalidades como George W. Bush, Bill Clinton e Tony Blair, já participaram de episódios e tiveram seus maiores defeitos escancarados. Atualmente, a animação também é conhecida por “prever o futuro” como nos casos da candidatura de Donald Trump à presidência dos Estados Unidos e a derrota do Brasil para a Alemanha na final da Copa do mundo de futebol. *Os Simpsons* atuaram como precursores para uma série de outras animações com caráter crítico destinadas a adultos como *Family Guy*, *Futurama*, *American Dad*, *Rei do Pedaco* e *South Park*.

Em 1989, o Brasil também passou por mudanças políticas, com a primeira eleição direta, após 21 anos de ditadura militar. A disputa eleitoral contou com 22 candidatos e elegeu Fernando Collor de Mello (PRN), como presidente do país. Entre os demais candidatos que concorreriam ao pleito estavam Luiz Inácio Lula da Silva (PT), Leonel Brizola (PDT), Paulo Salim Maluf (PDS) e Mário Covas (PSDB), entre outros. Lula e Collor disputaram o segundo turno, tendo o vencedor ficado com 53,03%, ou 35.089.998 dos votos¹⁰.

Momentos históricos marcaram a política na década de 90, entre eles o impeachment de Fernando Collor. Acusado de corrupção por seu irmão, Pedro Collor de Mello, o então presidente Fernando Collor de Mello já passava por uma situação complicada junto aos eleitores devido à crise econômica que vivia o país. A inflação alcançava a casa de 1.000% e a contração da economia atingia 4,3% ao ano.

Além dos programas televisivos, as charges mostraram o impeachment de Collor a partir de várias perspectivas. Chico Caruso publicou no jornal *O Globo* a imagem de Fernando Collor usando um terno com listras de presidiário e com as mãos estendidas. Em outro desenho, o irmão de Collor era retratado como um dos “caras pintadas”¹¹.

Na *Folha de S. Paulo*, Glauco retratava o presidente em uma banheira dizendo: “Esfrega mais!” enquanto uma mulher ajudando-o responde: “A lama do pé tá difícil de sair!”. A suspeita de compra e vendas de votos pelo impeachment foi retratada em outra

¹⁰ Fonte *Portal UOL* – Fernando Rodrigues.

Disponível em: <http://noticias.uol.com.br/fernandorodrigues/arquivos/eleicoes/1989/presidencial-2o.jhtm>. Acesso em: 28 mai. 2016.

¹¹ Charges disponíveis no arquivo digital do jornal *O Globo*. Disponível em: <http://acervo.oglobo.globo.com/fotogalerias/collor-nas-charges-de-chico-caruso-16769312> Acesso em: 28 mai. 2016.

charge de Orlando. Parado em um sinal, um menino diz: “Moço, leva um deputado, vai, pra me ajudar” e o motorista responde: “Hoje não, tô sem troco.”¹²

Não obstante, na década de 90, Chico Anysio inicia a *Escolinha do Professor Raimundo*. Criada no rádio, em 1952, a *Escolinha* possuía apenas três alunos. Na TV, era apenas um quadro do *Noites Cariocas*, da *TV Rio*, durante os anos de 1957 a 1958. Retornou em 1990, na TV Globo, com Chico ainda no papel de Professor Raimundo e mais 24 “alunos”. Uma característica importante era a valorização do improviso. Nenhum dos atores, exceto Chico, sabia das falas dos demais, o que trazia uma reação próxima do público em relação às piadas. A crítica política e social ficava por conta dos textos dos personagens e pela frase: “E o salário, ó!!” do professor.

Em 2016, durante a votação do impeachment de Dilma Rousseff na Câmara dos deputados, Sérgio Mallandro que participou da *Escolinha* em 1993, compartilhou um vídeo¹³ onde Barbosa conversa com Professor Raimundo sobre política. Barbosa dizia:

Professor eu tenho quatro desejos. O primeiro desejo é que o senhor seja candidato a presidente. O segundo é que o senhor fosse eleito presidente. A terceira é que o senhor fosse bem corrupto, bem ladrão! E a quarta é que eu pudesse chegar lá e dizer assim: pelos meus filhos, pela minha mulher, por Roraima, eu voto não!!!!.

A *Escolinha do Golias* possuía a mesma fórmula da *Escolinha do Professor Raimundo*, porém, seu personagem central era Pacífico (Ronald Golias), um aluno desrespeitoso e de difícil controle. Carlos Alberto de Nóbrega assume como o professor Cagliostro, que deve conter a sala. Nair Belo também fez parte do projeto, que teve três temporadas ente 1990 e 1997. Saiu do ar devido a medida judicial da *Rede Globo*.

O programa humorístico *Casseta e Planeta*, da Rede Globo, estreia em 1992, como programa mensal no horário das terças-feiras, veiculado no período da noite. A partir de 1998, em função da alta audiência, torna-se semanal. Composto por Marcelo Madureira, Hubert, Cláudio Manuel, Bussunda, Hélio De La Peña, Reinaldo e Beto Silva, todos consagrados na *TV Pirata* e em outros programas de humor anteriores. Com o lema “jornalismo-mentira e humorismo-verdade”, o humorístico ficou no ar até

¹² Charges disponíveis no portal *Folha de S. Paulo*. Disponível em: <http://fotografia.folha.uol.com.br/galerias/4270-20-anos-de-escandalos-de-corrupcao-em-30-charges#foto-79544>. Acesso em: 28 mai. 2016.

¹³ Vídeo disponível na matéria do *Portal Pop da Veja São Paulo*. Disponível em: <http://vejasp.abril.com.br/blogs/pop/2016/04/19/escolinha-do-professor-raimundo-video/>. Acesso em: 20 mai. 2016.

dezembro de 2010. Com um quadro chamado “Primeiros políticos”¹⁴, a sátira política era permanente.

Durante o mandato presidencial de Itamar Franco (1992-1994), que assumiu o governo após a renúncia de Fernando Collor de Mello, havia o “Devagar Franco”, personagem do presidente que se preocupava com o seu topete intacto e a destinação da reportagem, que deveria sempre ser para o *Fantástico*. Devagar Franco era caipira, lento e exagerado.

Outro presidente representado pelo humorístico *Casseta e Planeta* foi o peessedebista Fernando Henrique Cardoso (1994-1998/1998-2002), através dos personagens “Voando Henrique Cardoso”, “Ficando Henrique Nervoso” e “Folgado Henrique Cardoso”. Os três casos satirizavam a relação do presidente com as ações internacionais em que viajava muito e a necessidade de falar do Plano Real.

Durante toda a década de 90, os programas humorísticos da TV se deliciavam com representações dos políticos. Escândalos como os “Anões do orçamento”¹⁵ e o caso “Pitta”¹⁶ eram prato cheio para as sátiras. Charges de Glauco e Angeli estavam presentes diariamente no jornal *Folha de S. Paulo*. No caso dos “Anões do orçamento”, Angeli desenha vários anões saindo do Congresso cantando a música que ficou conhecida no filme *Branca de neve e os setes anões*: “eu vou, eu vou, pra casa agora eu vou!”. No caso “Pitta”, um astronauta representando Paulo Maluf atende o celular da lua dizendo: “Vai fundo, Pitta! Tô contigo e não abro”¹⁷.

Em 2001, logo após a liberação de verbas por parte de FHC para evitar a criação da CPI da corrupção, o cartunista Jean, da *Folha de S. Paulo*, cria uma charge onde dois ratos vestidos de ternos e gravatas conversam diante de um computador: “Estou pouco a vontade de liberar essa verbinha”, o segundo rato responde: “Relaxe! Afinal a corrupção

¹⁴ Informações da *Memória Globo*.

Disponível em: <http://memoriaglobo.globo.com/programas/entretenimento/humor/casseta-planeta-urgente-/primeiros-politicos.htm>. Acesso em; 29 mai.2016.

¹⁵ “Anões do orçamento” foi o nome dado ao esquema no qual políticos manipulavam ementas para desviar dinheiro via empreiteiras ou obras sociais. O esquema estourou depois de José Carlos Alves dos Santos ter sido preso acusado da morte de sua mulher. O caso obteve repercussão por ter sido o primeiro investigado via CPI no país. O nome também é dado porque nomes importantes foram ocultados da lista, ficando apenas os “pequenos”.

¹⁶ Celso Pitta foi candidato à prefeitura de São Paulo em 1996, sendo apadrinhado por Paulo Maluf. Na ocasião, a frase de Maluf “Se o Pitta não for um bom prefeito, nunca mais votem em mim!” foi o carro chefe da campanha. Após a campanha, Pitta foi investigado devido a irregularidades nas emissões de títulos públicos.

¹⁷ Charges disponíveis no acervo da *Folha de S. Paulo*. Disponível em: <http://fotografia.folha.uol.com.br/galerias/4270-20-anos-de-escandalos-de-corrupcao-em-30-charges#foto-79549>. Acesso em: 28 mai. 2016.

faz parte da natureza do ser humano” e, então, o primeiro responde: “Esse é o problema!”.

No ano de 2002, a política brasileira assiste a vitória eleitoral de Luiz Inácio Lula da Silva (PT), após três derrotas sucessivas em suas candidaturas à presidência do Brasil, nas eleições de 1989, 1994, e 1998. Azevedo (2006) aponta que a mídia cobriu a eleição de uma maneira mais equilibrada e abriu espaços relevantes em suas programações para debates e coberturas das campanhas. O Governo Lula conquistou o recorde de aprovação da população graças aos incentivos fiscais para consumo e programas sociais para eliminação da pobreza. Porém, o governo não se manteve intacto diante das denúncias de corrupção. As seguidas divulgações realizadas pela mídia sucederam uma série de escândalos como “A quebra do sigilo do caseiro Francelino” de Antonio Palloci e o “Mensalão”.

O humor nas charges destacou com ferocidade esses escândalos. Uma charge de Jean na *Folha de S. Paulo* mostra um grupo de deputados saindo do Congresso Nacional com sinais de lutas e machucados. O primeiro deputado diz: “A moral, a decência e a dignidade foram atingidas” e tem como resposta: “Mas o meu bolso saiu intacto, e o seu?”. Esta charge refere-se ao embate pós-depoimento de Roberto Jefferson, delator do mensalão. Angeli publica uma charge em que há uma senhora idosa realizando o reconhecimento de um criminoso entre vários em uma delegacia. O delegado pergunta: “Número três? A senhora tem certeza?” e ela responde: “Claro, eu votei nele!”¹⁸.

Durante o segundo mandato presidencial de Lula (2006-2010), o humor manteve o tom crítico, sobretudo diante das acusações da imprensa de que o presidente era blindado, pelo corpo político e membros do seu partido, dos esquemas de corrupção, do qual alegava desconhecer. Em uma das charges que retratava o tema, o cartunista Claiyton publicou uma imagem¹⁹ onde Lula aparece como os três macaquinhos, o primeiro tapa os olhos, o segundo os ouvidos e o terceiro a boca. No título da charge o texto: “E sobre o mensalão....”

O governo Dilma Rousseff (PT) teve iniciado em 2011, após uma disputa acirrada, entre a candidata petista e Geraldo Alckmin (PSDB). Apadrinhada por Lula e como

¹⁸ Charges disponíveis no arquivo online da *Folha de S. Paulo*. Disponível em: <http://fotografia.folha.uol.com.br/galerias/4270-20-anos-de-escandalos-de-corrupcao-em-30-charges#foto-79565>. Acesso em: 29 mai 2016.

¹⁹ Charge disponível no site *Humor Político*. Disponível em: <http://www.humorpolitico.com.br/lula-2/lula-nao-sabia-de-nada/>. Acesso em: 29 mai. 2016.

sucessora de sua política econômica, a Presidente Dilma foi alvo de inúmeras críticas, por vezes expressas no formato sátiras humorísticas, durante o período do primeiro mandato (2010-2014). Candidata à reeleição, na campanha presidencial de 2014, Dilma saiu vitoriosa. Antes mesmo do início das disputas eleitorais, seu governo foi cercado por um cenário político adverso e conturbado, do qual o humor buscou retratar. Este período será analisado com mais profundidade no quarto capítulo dessa dissertação.

3. POLÍTICA, INTERNET E HUMOR

A internet mudou as relações sociais. Recuero (2014) entende que as relações sociais do ciberespaço são plurais. Uma mesma pessoa pode ter inúmeras facetas, se adequando conforme as expectativas do outro. Tudo é mediado pelo computador e construído reativamente, conforme as interações se constroem. Participar de uma comunidade, por exemplo, representa que o usuário precisa construir uma relação social com pessoas que pensam como ele, num ato de “fazer parte”.

Uma característica interessante que a autora coloca sobre as redes, é que elas podem agir por cooperação ou por conflito. Enquanto a cooperação é gerida pelos “interesses individuais, pelo capital social envolvido e pelas finalidades do grupo” (RECUERO, 2014, p.80), o conflito é associado à hostilidade e à violência. Ele pode acontecer entre os membros do mesmo grupo na rede ou entre grupos diferentes.

A política na internet é permeada por estas duas reações. Adghirni (apud MOTTA, 2002) exalta o poder da internet citando que em quatro anos essa ferramenta conseguiu chegar onde a televisão demorou 13 e o rádio, 35. E completa “nenhuma empresa de mídia pode ignorar a internet sem colocar em risco sua própria sobrevivência no planeta das comunicações” (ADGHIRNI apud MOTTA, 2002, p. 151). A autora ainda constata o grande número de portais que se abrem todos os dias para a divulgação de conteúdo e como esse conteúdo sem controle passeia pela rede. O usuário aprendeu uma outra forma de gerir a informação e tanto o jornalismo como a política precisaram se readequar para conviver com isso.

Um outro fenômeno citado tanto por Recuero (2014) quanto por Adghirni (2002) é a proximidade da informação e o compartilhamento desta nas redes. Há uma busca sobre as questões próximas do usuário (bairro, cidade) e uma necessidade de compartilhar estes acontecimentos com outras pessoas que vão querer entendê-los. Recuero (2014) cita as chuvas de Santa Catarina em 2008 e como o *Twitter* e os *blogs* foram utilizados para informar a situação real de dentro da catástrofe e mobilizar ajuda aos locais que estavam precisando. A autora também cita a mobilização de campanha presidencial entre os candidatos Barack Obama e John McCain nos Estados Unidos, em 2008. O uso efetivo das redes sociais e a aproximação do eleitor através do *Youtube* e de *blogs* dos candidatos fez a eleição contar com um dos maiores comparecimentos da história.

Jenkins (2009) aponta que o uso da internet está fazendo com o público se aposses e tome o controle do processo eleitoral. Os *blogs* surgem como espaço para discussão das notícias “oficiais” publicadas pela grande mídia e, em muitas situações, como correção de erros. Em contrapartida, essa liberdade da rede fez a polarização partidária se inflamar, no sentido de tornar todos que se manifestam “expostos e vulneráveis” (JENKINS, 2009, p. 318).

Esta polarização começou a acontecer mais claramente no Brasil, a partir das manifestações de junho de 2013, organizadas via *Facebook*.

Dentro deste terceiro capítulo serão explorados os usos da internet por candidatos e eleitores e a força desta ferramenta comunicacional. Além disso, serão contextualizadas de forma acadêmica as *webséries*, produções midiáticas no qual se enquadra o objeto deste estudo.

3.1 Um novo fazer político pela internet

Jenkins (2009, p. 347) é enfático ao dizer que a política não será mais a mesma após a internet: “os salões do poder pertencerão a quem quer que explore as paixões das massas online”. Chamando as ações dos grupos virtuais em pró de partidos e candidatos de *cibercampanha*, o autor aponta que o discurso nas redes é uma forma de buscarmos uma “democracia participativa” e dela extrairmos mais pelo bem comum. A antiga manipulação das massas através do espetáculo político-midiático (WEBER, 2011) é, em parte, substituída pela capacidade do candidato de se manter nas redes atendendo anseios e questionamentos dos seus eleitores.

Gomes (2004) aponta que uma democracia efetiva conta com a possibilidade do cidadão ter acesso aos debates, de forma a participar com opiniões e contrapontos, participação em instituições democráticas e oportunidade de comunicação direta com seus representantes. A internet abre esses espaços, e apesar de apontamentos como o acesso ainda não tão amplo, a liberdade de informação e a possibilidade de cobrança do Estado fazem dela um veículo extraordinário. Outro fator é a comunicação, que segundo Gomes (2004), dá ao candidato uma medida sobre a opinião pública, enquanto dá ao cidadão uma sensação de atendimento das necessidades.

Esse novo fazer político na internet tem cobrado de candidatos uma preparação maior, enquanto veículos precisam se ater a informações mais puras. O “jornalista

cidadão comum” (JENKINS, 2009) se torna caçador da verdade, questionando os fatos que lhe são apresentados.

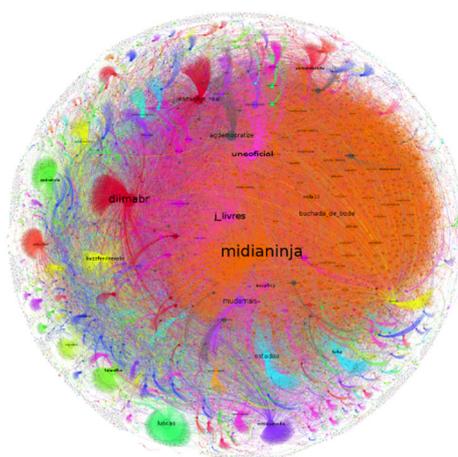
Adghimi (apud MOTTA, 2002, p. 160-161) completa:

[...] o público estima que jornalistas são continuamente manipulados por grupos de pressão e de interesses particulares porque eles não explicam por qual motivo escolheram divulgar tais acontecimentos em detrimento de outros. Em síntese, os leitores querem saber os fatos inerentes a uma notícia e não apenas alguns dados factuais publicados às pressas. Eles querem fontes fidedignas e, se isso não é possível, eles querem saber o porquê.

Exemplo desta busca da informação mais “pura” é que o grupo independente de jornalismo *Mídia Ninja* conseguiu, em setembro de 2016, ultrapassar grandes conglomerados de mídia na categoria engajamento do *Facebook*. Este processo acontece apenas uma semana após a consolidação do impeachment de Dilma. Engajamento é a soma das interações, curtidas e compartilhamentos que a página possui.

O grupo reproduziu duas imagens que ilustram seu crescimento. A primeira, a partir dos processos de engajamento das postagens dentro da rede e a segunda pelo crescimento em números reais²⁰.

Figura - Engajamento do *Facebook* em Setembro de 2016.



Fonte: Fábio Malini/Labic, site *Mídia Ninja* (2016).

²⁰ Matéria completa disponível na página da *Mídia Ninja*. Disponível em: <https://ninja.oximity.com/article/M%C3%ADIA-NINJA-ultrapassa-Veja-Folha-1>. Acesso em: 24 out. 2016.

É possível observar, na figura 2, que outras expressões ligadas a grupos “não oficiais” de informação como *Jovens Livres* (jlivres) e *Agência Democratize* (agdemocratize) aparecem com crescimento e citação consideráveis. Isso demonstra uma busca clara pela informação próxima e identificável. Na figura 2, em que os números absolutos de crescimento são mostrados, também é possível notar as páginas *Revolution News* e *Pragmatismo político*, com engajamento e publicações de destaque.

Figura - Números brutos de engajamento.

Página	Total de curtidas desde a semana f	Publicações esta	ENGAJAMENTO
1 Catraca Livre	7,8m ▲ 0,2%	250	1,1m
2 VEJA	6,7m ▲ 0,2%	249	1,4m
3 Folha de S.Paulo	5,7m ▲ 0,1%	250	951,8K
4 O Globo	4,9m ▲ 0,2%	250	296,2K
5 Estadão	3,3m ▲ 0,3%	250	390,3K
6 CartaCapital	1,8m ▲ 0,3%	231	667,2K
7 Vem Pra Rua Brasil	1,4m ▲ 0,5%	116	1,4m
8 Revolution News	1,1m 0%	53	31,9K
VOCÊ 9 Mídia Ninja	1,1m ▲ 5,7%	239	1,8m
10 Pragmatismo Político	1m ▲ 0,6%	39	472,5K

Fonte: *Mídia Ninja* (2016).

Mas o fato do próprio internauta buscar a notícia não significa que ele não a publique conforme a sua versão dos fatos. O direcionamento político fica evidenciado quando se escolhe o que vai ser compartilhado.

Ramadan (apud BARROS FILHO, 2002) coloca que a comunicação *web* apresenta uma confusão de jornalismo e publicidade, o que muitas vezes impossibilita a informação de maneira completa. No seu estudo sobre a pauta política nos informativos on-line dos partidos políticos, a autora aponta que “aqueles que concebem os sites não tem rosto ou profissão definida” (RAMADAN apud BARROS FILHO, 2002 p. 127). Nem os sites dos partidos, nem os veículos analisados possuem uma pauta de discussão

aberta ou visão contextualizada. Há apenas reprodução dos valores e matérias de outros veículos que elevam o pensamento ali divulgado. Este processo também aparece nos grupos on-line onde a propagação do pensamento se dá via afinidades.

Segundo Lévy (2014, p. 61), “a invenção de novos modos de regulação política surge como uma tarefa que se impõe com urgência à humanidade”. O autor aponta que ideal para esta sociedade contemporânea é “uma democracia direta acompanhada por computador” (p.61). Para ele, os meios audiovisuais do século XX fizeram surgir uma sociedade do espetáculo que transformou as regras da política e da publicidade. Abrir a internet para discussões objetivas evitaria a burocracia e aceleraria os processos de resolução das questões que realmente importam à população. Essas discussões em um espaço neutro, sem representatividade através de terceiros, onde o cidadão fala por si mesmo, ampliaria a possibilidade de apoio, sem a necessidade de posicionar-se como direita ou esquerda.

Já um dispositivo de democracia direta em tempo real, no ciberespaço, permitiria a cada um contribuir de maneira contínua para a elaboração e o aperfeiçoamento dos problemas comuns, para abertura de novas questões, para a formulação de argumentos, para enunciar e adotar posições independentes uma das outras sobre grande variedade de temas. Os cidadãos desenhariam juntos uma paisagem política qualitativamente tão variada quanto quisessem, sem ficar limitados de saída por grandes separações molares entre partidos. A identidade política dos cidadãos seria definida por sua contribuição à construção de uma paisagem política perpetuamente em movimento, e pelo apoio que dariam a determinados problemas (que eles julgam prioritários), a determinadas posições (às quais eles aderem), a determinados argumentos (que eles retomam por conta própria). Com isso, cada um teria uma identidade e um papel político absolutamente singulares e diferentes dos de outro cidadão, conservando a possibilidade de concordar com os que, sobre este ou aquele assunto, em determinado momento, possuem posições próximas ou complementares (LÉVY, 2014, p.67).

Por fim, Lévy (2014) estende sua crítica ao modo como os meios tradicionais incentivam a visão política de curto prazo, apenas na eleição ou em escândalos. A internet serve como um mecanismo de cobrança permanente. O tempo real e a possibilidade de várias visões em um mesmo espaço possibilita um “tempo de decisão e de avaliação contínua” (LÉVY, 2014, p.79), concordando claramente com as visões de Jenkins (2009) e Gomes (2004).

3.1.1 O uso da internet nas eleições

Rubim, em seu texto *Novas configurações das eleições na idade média* (2001), apresenta o processo eleitoral como um procedimento e um rito da modernidade. Para o autor, o fato das eleições possuírem um momento determinado – a cada quatro anos - transforma-as em um ato “ritualizado, periódico e legitimado - de escolha e investidura de dirigentes (representativos) para exercício de poder(es) na sociedade” (RUBIM, 2001, p. 2).

O uso da televisão no processo eleitoral trouxe, além de uma temporalidade acelerada, mais competitividade e profissionalização às campanhas. A comunicação eleitoral passa de uma forma de conhecimento de candidatos para um mecanismo de aquisição de capital (RUBIM, 2001, p.4). O campo político se ajusta às pressões deste veículo e, a partir daí, investe e desenvolve estratégias que permearão não apenas a eleição, mas todo o mandato. A visibilidade social conseguida graças à televisão dá a política mais força e o ato de governar se torna mais complexo.

Rubim (2001) aponta, ainda, quatro indicadores da modernização das campanhas no Brasil. Esses indicadores indicam a transmutações que as eleições sofrem através das novas formas de comunicação que surgem ao longo do tempo.

[...] o uso das sondagens de opinião; a utilização da mídia, em especial da televisiva e a personalização da campanha eleitoral. Todos eles, inclusive este último tópico, realçam novas formatações de realização da política, mais especificamente em seu momento eleitoral em uma situação em que a mídia e as novas circunstâncias societárias e comunicacionais já estão instaladas de modo substantivo. A personalização das campanhas, malgrado os componentes políticos inerentes a tal movimento no Brasil (tradição de uma política pessoalizada, presidencialismo, força dos cargos executivos etc.), encontra no formato imagético da tela um atributo e um reforço fundamentais para o incremento da personalização, pois a imagem, ao invés de tender ao abstrato, vive da capacidade expressiva de captar a singularidade e não a generalidade (RUBIM, 2001, p.7).

Apesar de não apontar a internet em seu texto, Rubim (2001) concorda com Steffen (2003) quando coloca que os meios de comunicação são reguladores da estrutura e dos processos sociais. Um bom desempenho midiático é determinante na eleição de um candidato. Steffen (2003, p.2) ainda sugere que uma boa imagem política é um processo de longo prazo, pois “[os] espaços midiáticos tornam-se elemento

agregador indispensável ao processo democrático nas sociedades modernas, e o fazer político torna-se um fazer na mídia, um estar na mídia”.

A internet surge como plataforma de equiparação dos candidatos nas eleições, um espaço livre para aqueles que por ventura não conseguem o “estar na mídia” como os demais. Passa-se a um ambiente onde candidato e eleitor podem discutir ideias, numa espécie de “espaço público simbólico onde são divididas, debatidas, tensionadas e até mesmo resolvidas as demandas e processos sociais” (STEFFEN, 2003, p.2).

O primeiro registro do uso da internet como mecanismo de campanha eleitoral aconteceu em 1992 na eleição presidencial de Bill Clinton, nos Estados Unidos. No Brasil, os primeiros sites de partidos políticos foram desenvolvidos a partir de 1996 com o PT e o PDT e, no ano seguinte, com o PMDB. Nestes casos, a internet servia de plataforma para reprodução de informações de outros veículos, dadas as limitações técnicas do período, que não permitiam grandes interações.

A primeira atividade da internet efetivamente como mecanismo de engajamento aconteceu nas eleições de 2000 com o candidato republicano John McCain, que posteriormente perdeu a nomeação do partido para George W. Bush. McCain arrecadou cerca de 11 milhões dólares e 142 mil voluntários através da comunicação em seu site (STEFFEN, 2003). Uma característica importante é que, nos Estados Unidos, as doações de campanha podem ser feitas exclusivamente por pessoas físicas, diferentemente da legislação brasileira que permite às empresas participação financeira nas campanhas. A rede britânica BBC elaborou em seu site uma espécie de manual do financiamento eleitoral²¹, no qual explica como esse processo influencia decisões em diferentes países, especialmente Brasil e Estados Unidos. Na disputa entre Republicanos e Democratas, a *Federal Election Commission* (Comissão Eleitoral Federal, ou FEC, na sigla em inglês) monitora de forma independente as remessas de dinheiro destinadas aos candidatos. Há um limite de U\$ 2,5 mil para destinação direta ao candidato e U\$ 30,8 mil no caso de doação para o partido. A campanha de McCain na internet torna-se mais forte se analisarmos este aspecto.

Em 2002, no Brasil, o candidato à presidência Luiz Inácio Lula da Silva (PT), usou as mídias digitais como forma de agregação de adeptos a sua campanha. Numa forma de enfatizar que suas propostas atenderiam a todos, Lula recheou seu portal com

²¹ Financiamento de campanhas: modelos nos EUA, França e Grã-Bretanha geram polêmica. Página da BBC Brasil. Disponível em: http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2013/07/130710_financiamento_eleicoes_dg. Acesso: 17 out. 2016.

enquetes e assessoria de imprensa, enquanto José Serra (PSDB), seu adversário na disputa, incentivava o compartilhamento de notícias e propostas entre os internautas.²² Num período onde a legislação brasileira ainda tratava a internet como mecanismo simplório de propaganda, tais atividades se mostravam bastante inovadoras.

Mais adiante, já em 2008, o uso da internet nos períodos pré-eleitorais e eleitorais demonstrou que a rede ganhava cada vez mais força. Jenkins (2009) dedica boa parte do seu posfácio à análise do uso da internet nas eleições dos Estados Unidos no ano em que o *Facebook* e o *YouTube* chegaram a marca de 100 milhões de usuários. Além da disputa entre o conservador John McCain, republicano, e o arrojado Barack Obama, democrata, a eleição apresentou a parceria entre *CNN*²³ e *YouTube* na cobertura midiática, numa clara tentativa de conversão entre “velhas” e “novas” mídias.

Como apontou Cornefield (2004), a propaganda é inerente às campanhas e aos suportes midiáticos usados pelos candidatos e, portanto, a internet também passa a ocupar um espaço de propaganda quando adentra o universo político. Ela não deixa de ter as funções de mobilização e interação da web 2.0, mas por meio do conteúdo e da própria estrutura dos websites há presença de propaganda política (MASSUCHIN e TAVARES, 2015, p.7).

A internet no caso Obama *versus* McCain representava não apenas uma plataforma de propaganda política, mas o estímulo às “novas atividades de expressão” (JENKINS, 2009, p. 348). Para o autor, a participação ocorreu em três níveis diferentes: produção, seleção e distribuição dos conteúdos dos candidatos e dos trechos dos debates transmitidos ao vivo pelos dois meios. Nenhuma das três atividades, segundo Jenkins (2009), é nova no contexto das mídias digitais, mas o *YouTube* representou a unificação dos processos na comunicação política.

Um ponto marcante na análise de Jenkins é que ele aponta que o candidato Howard Dean, no ano de 2004, já havia experimentado a web como suporte prioritário de campanha, mas em 2008 essa plataforma assumiu posição importante não só na redução de custos, mas na visibilidade e na troca junto aos eleitores.

²² Especial Eleições 2002 *Folha de S. Paulo* e *Portal UOL*. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/especial/2002/governolula/presidente.shtml>. Acesso em: 24 out. 2016.

²³ A sigla CNN significa *Cable News Network* e refere-se a um canal de notícias dos Estados Unidos. Diferentemente dos canais FOX News e MSNBC, que se posicionam como direita e esquerda respectivamente, a CNN mantém sua postura de centro. Por ter quase quarenta anos, o canal é tido como a representação mais forte da mídia tradicional e muito resistente a novas tecnologias.

No mesmo ano das eleições de Obama, Gilberto Kassab (DEM) desenvolveu uma campanha que apontava os primeiros passos do uso efetivo da internet nas campanhas brasileiras. Em sua vitória na disputa pela prefeitura de São Paulo por 60,72% dos votos válidos contra 39,28% de Marta Suplicy (PT), Kassab utilizou as redes sociais e um *blog* como mecanismo de interação com os eleitores. Coutinho e Safatle (2009) apontam que o *blog* chegou a ter 2.600 pessoas nos grupos de discussão. Propostas de campanha e solicitações dos eleitores eram discutidas neste espaço.

No site do candidato (www.kassab25.com.br) era possível baixar material de campanha e compartilhar nas redes sociais o personagem interativo “Kassabinho”, uma espécie de mascote.

Figura - Mascote Kassabinho.



Fonte: Portal *UOL Eleições* (2016)²⁴.

O *Twitter* também foi utilizado para divulgações através da página @gilberto_kassab. Porém, as mensagens referiam-se na maioria das vezes a reforço do *blog* de campanha.

²⁴ Disponível em: http://campanhanoar.folha.blog.uol.com.br/arch2008-09-28_2008-10-04.html. Acesso em: 10 nov. 2016.

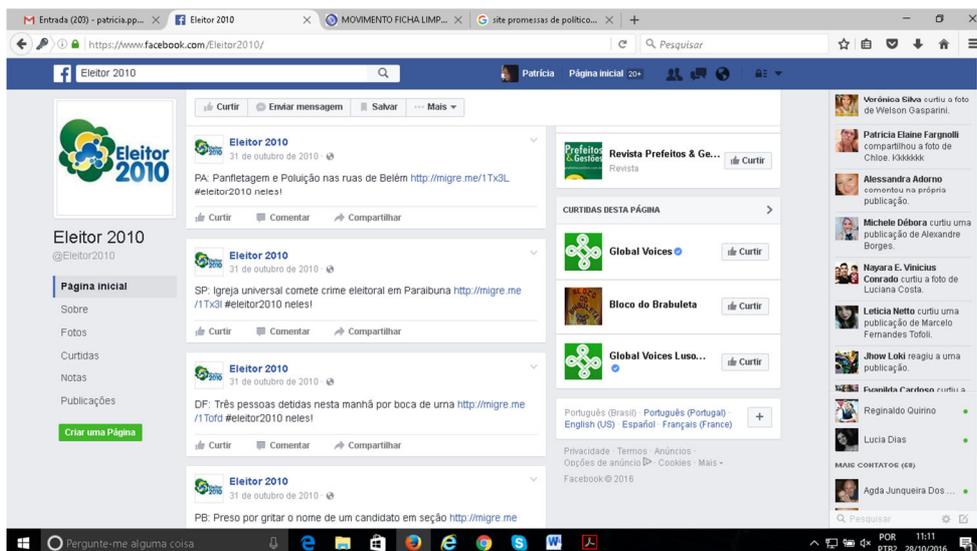
Mesmo com as ações de Kassab em 2008, o uso efetivo da *web* nas campanhas conseguiu destaque concreto apenas em 2010. Parte desta questão devido à regulamentação ocorrida em 2009 pelo Tribunal Superior Eleitoral que permite que a campanha on-line somente se inicie junto ao período eleitoral (MASSUCHIN e TAVARES, 2015).

Marques e Sampaio (2011) colocam que a mídia tradicional focou seus esforços para acompanhar a campanha em tempo real. O público buscou o maior número de informações e os candidatos entenderam a necessidade da atenção do eleitor. O usuário passa de um simples acompanhante para militante. Além de distribuir conteúdos, o internauta passou a produzi-los como forma de adesão e apoio ao candidato de preferência. Para os autores, faz parte desta militância, também, a campanha negativa do candidato adversário.

Em outras palavras, a geração de informações é franqueada, também, aos cidadãos com diferentes níveis de interesse na campanha, com o diferencial de se perceber uma capacidade singular de reverberação de dados. É o caso de alguns usuários que dão vazão a materiais como vídeos que mostram gafes de candidatos ou que se esmeram em divulgar o inventário de apoios recebidos pelos concorrentes de sua preferência; que se expõe ao repassar à lista de contatos cartas-corrente a favor ou contra determinada candidatura; que por meio de sites, *blogs* e perfis em redes sociais, estimulam campanhas negativas, que organizam manifestações no ambiente digital, tal qual como fez um grupo de blogueiros em favor da campanha de Dilma Rousseff, ou mesmo, que criam sites de monitoramento das campanhas em geral. (MARQUES e SAMPAIO, 2011, p.211-212).

Foram criadas páginas para monitoramento e garantia da transparência nas campanhas. Exemplos são o *Eleitor 2010* e o *Movimento ficha limpa*. Recebendo notícias de todo o país, as páginas serviam como um suporte para o monitoramento civil (MARQUES e SAMPAIO, 2011). O *Facebook* da Eleitor 2010 ainda permanece no ar como modelo para outras páginas, conforme figura 4.

Figura - Página no Facebook da Eleitor 2010.



Fonte: Facebook (2016).

Já o site oficial do *Movimento Ficha Limpa* permanece atualizado constantemente, inclusive com um ranking de nomes limpos por estado, conforme imagem 5.

Figura - Site oficial do *Movimento Ficha Limpa*.



Fonte: Site *Movimento Ficha Limpa* (2016).

Grandes meios on-line também se empenharam em atender esse novo perfil de eleitor. No dia 18 de agosto de 2010, os portais on-line *Folha de S. Paulo* e *UOL*

organizaram o primeiro debate totalmente via *web*²⁵ no Brasil. Dilma Rousseff (PT), Marina Silva (PV) e José Serra (PSDB) responderam questões de jornalistas e artistas na plateia, e do público geral via *Twitter*.

Tais ações por parte de portais e do usuário acabaram criando o que Marques e Sampaio (2011) chamam de “a cobertura da própria repercussão” (p.214). A mídia e os partidos desenvolviam conteúdos acerca dos índices do *Twitter*, os *Trending Topics*. Esses índices apontavam quais os assuntos mais comentados e compartilhados, servindo assim como “termômetro” das eleições daquele ano.

O humor aparece neste período com o desenvolvimento de *memes* como o “Serra Comedor”, oriundo de um vídeo da campanha onde Serra diz que “Como ele, como a mãe dele que eu conheci também, como a Vânia”²⁶ e joguinhos on-line como o “Bolinha de papel”, onde o usuário deveria acertar o candidato tucano com bolinhas de papel. O jogo foi desenvolvido a partir de um acontecimento no Rio de Janeiro onde Serra foi recebido de maneira hostil e acertado com vários objetos. Em determinado momento, Serra disse que se machucou na cabeça com algum objeto e deixou o local rumo a um hospital particular. Posteriormente, vídeos provaram que se tratava de uma simples bolinha de papel.

O ano de 2012 se consolidou como a efetivação das redes sociais na comunicação política. A eleição de Fernando Haddad (PT) com 55,57% dos votos válidos contra 44,43% de José Serra (PSDB) para a prefeitura de São Paulo ilustrou bem a questão da construção de imagem através da *web*.

Nas primeiras pesquisas²⁷, ainda durante o primeiro turno, o candidato petista contava com apenas 3% das intenções de voto, enquanto Serra apresentava 31%. Russomano (19%), Netinho (10%), Paulo Pereira da Silva (8%), Soninha e Chalita (7%) completavam a lista de candidatos.

²⁵ O portal *UOL* disponibiliza um site específico para os períodos de eleições. Neste caso, o portal contava também com espaços para interação dos internautas via *Twitter* e o envio de questões que posteriormente seriam respondidas via sabatina individual. O debate foi transmitido ao vivo, através deste site, no dia 17 de agosto para governador de São Paulo e 18 de agosto para presidente do país. Disponível em: <http://eleicoes.uol.com.br/2010/ultimas-noticias/2010/08/16/uol-e-folha-promovem-debates-ineditos-na-internet.jhtm>. Acesso em: 28 out. 2016.

²⁶ O vídeo “Serra Comedor” foi eleito pela página *Tech Mundo* como um dos melhores memes de 2010. Vários remixes foram feitos, inclusive um funk. Disponível em: <http://www.tecmundo.com.br/video/7008-erro-404-os-melhores-memes-de-2010.htm>. Acesso em: 28 out 2016.

²⁷ Pesquisa IBOPE divulgada pelo portal *IG* em 09 de mai. de 2012. Disponível em: <http://ultimosegundo.ig.com.br/politica/2012-05-09/serra-lidera-com-31-diz-ibope-russomano-tem-16-e-haddad-3.html>. Acesso em: 31 out. 2016.

Usando fortemente as redes sociais e as imagens de Lula e Marta Suplicy, Haddad associou-se a “uma nova política” através da tecnologia. Os canais do candidato no *YouTube* e no *Twitter* chamavam-se “Pense Novo” e apresentavam propostas utilizando imagens meméticas que incentivavam o compartilhamento dos usuários (AGGIO e REIS, 2013).

O primeiro vídeo²⁸ da campanha de Haddad no *YouTube* apresentava Lula dizendo que já curtiu o *Facebook* do candidato e apresentando o possível prefeito como figura essencial do governo até aquele momento. Lula convoca o usuário a apoiar a campanha na *web* e a pesquisar o histórico de vida política do apoiado. O PROUNI (Programa Universidade para todos) é citado como grande feito. O vídeo encerra-se com as demais redes sociais de Haddad – *YouTube*, *Twitter* e *Facebook*.

Segundo Aggio e Reis (2013, p. 180), Haddad utilizou o *Facebook* em integração com outras redes sociais em 43% das publicações, sendo que destas, 97% contavam com total uso de multimídia (vídeos somados a textos e áudio) e 12% possuíam caráter de *meme*. O uso do *Facebook*, segundo os autores, justificava-se por ser a rede mais usada, com 72% da população conectada.

O uso da internet por Haddad abriu portas para outros aspectos a serem explorados nas eleições brasileiras seguintes, em 2014. A militância e a bipolaridade partidária se tornaram figuras protagonistas dos discursos. O cenário das eleições nunca foi tão hostil.

Holanda, Scanoni e Siqueira (2016) colocam que as redes sociais representaram verdadeiras trincheiras em meio às discussões. Em seu artigo sobre a relação das redes sociais e a xenofobia sofrida pelos nordestinos no segundo turno de 2014, os autores contabilizam incríveis 594,4 milhões de interações no *Facebook* e 1,2 milhões de postagens no *Twitter* acerca do assunto eleições. A militância pró e contra candidatos foi responsável por 305 páginas de ódio político e um aumento de 662,5% nas denúncias de discriminação na Organização Não-Governamental *Safernet Brasil*²⁹.

²⁸ O vídeo de 0’37” com nome “Lula já curtiu o *Facebook* do Haddad | Lula.TV | Eleições 2012 | Haddad oficial” foi postado dia 24 de ago. de 2012, três dias após o início das campanhas eleitorais. A descrição do vídeo diz “Lula garante que Haddad vai ser o melhor prefeito para São Paulo. Afinal, ele foi o melhor ministro da Educação que este país já teve, “o que mais realizou, em menos tempo”. “O ProUni é só um exemplo”, lembra Lula.”. O canal onde o vídeo foi postado também apresentava seções de ataque ao oponente e o dia a dia das eleições. Disponível em: https://www.youtube.com/channel/UCCI56o7XkqYpL-52rxQy_Yw. Acesso em: 31 out. 2016.

²⁹ A ONG *Safernet Brasil* recebe denúncias de violação de Direitos Humanos e crimes virtuais na Internet. É uma sociedade civil sem fins lucrativos. Em dez anos de trabalhos, a ONG já recebeu mais de três milhões de denúncias, que são protocoladas, analisadas e encaminhadas ao Ministério Público. O site da ONG é safernet.org.br.

Em contrapartida Rossini et al (2016) ainda acredita na internet como ferramenta aproximadora entre candidatos e eleitorado. Segundo os autores, Marina Silva (PSB) compensou o pouco tempo de TV com interações em sua página no *Facebook*. Com engajamento de 29% em seus posts, Marina incentivou a campanha *off-line*, pedindo voluntários para apoio nas ruas. De maneira geral, o estudo apontou que a militância e o engajamento resultavam também em comportamentos distintos entre os candidatos. Enquanto aqueles que apresentavam queda nas pesquisas usavam o ataque, os ascendentes apostavam em propostas.

A busca por identificação entre os jovens também se destacou em 2014. Os candidatos, especialmente Dilma (PT), apostaram na internet como fonte clara de informação ao público jovem. Segundo Penteado et al (2014), esse público representou 25% dos que buscaram nas redes sociais grande parte das informações. O ciberespaço tornou-se um lugar de embate político para essa camada da sociedade.

Massuchin e Tavares (2015) quantificaram os posts de cada candidato ilustrando a importância da internet para cada campanha.

Tabela - Quantidade de posts de cada candidato durante a campanha de 2014.

Candidato	Quantidade de posts	Média/dia
Aécio Neves	310	3,44
Dilma Rousseff	323	3,61
Marina/Eduardo	191	2,12

Fonte: Massuchin e Tavares (2015).

O conteúdo das postagens não variou muito em relação às campanhas tradicionais. A situação econômica do país foi foco (MASSUCHIN e TAVARES, 2015). Dilma se amparou nos projetos sociais de seu governo, enquanto Aécio apostava em fortes críticas ao sistema econômico e Marina concentrava-se como alternativa viável (ROSSINI et al, 2016). Os sites apresentaram-se como divulgadores de agenda e reprodutores de notícias, porém sem muita importância na campanha.

Por fim, a internet apresenta-se como ferramenta inovadora que tanto candidatos quanto usuários ainda não aprenderam a administrar de maneira completa. Enquanto o eleitor espera um político pronto a respondê-lo e que acolha suas visões, os candidatos não utilizam a força da *web 2.0* – interatividade e colaboração – de modo a agregar

valor em seus governos. As eleições de 2012 e 2014 ilustraram bem a força da internet, com suas faces boas e ruins.

3.2 A produção humorística na internet

Enquanto o campo político ainda trilha caminhos e descobertas na *web*, o humor brasileiro encontrou na internet um recanto produtivo e acolhedor.

Concomitante aos primeiros anos do retorno à democracia, a década de 90 também foi marcada pela chegada da internet no Brasil. Ativa nas universidades e órgãos de pesquisa desde 1990, a internet foi liberada para comercialização pelo Ministério da Ciência e Tecnologia através da Embratel (Empresa Brasileira de Telecomunicações) em 1994. Em decorrência da falta de estrutura, apenas em 1996 a internet se populariza. Surgem os portais como *Universo OnLine (UOL)* e *Mandic* (que posteriormente se tornaria o *IG*).

Desde então, o humor se apropriou da internet com toda a força. Surgem as primeiras páginas de humor, pequenas descrições com piadas e historinhas, na maioria das vezes copiadas de outros meios. O pioneiro em produzir humor exclusivamente para a internet é o *Humortadela*. Iniciando em dezembro de 1995 por Sérgio Batista, era um compilado de piadas, charges e vídeos. Ficou famoso pela sessão *Sextoons*, pequenas charges com temática sexual. Encerrou suas atividades em 2011 por problemas financeiros, retornando em 2012 através do *Facebook*. A política é tema recorrente nas charges, que atuam conforme a agenda da mídia.

Mais tarde, já nos anos 2000, surge o *Charges.com* com animações usando elementos das histórias em quadrinhos somadas às características narrativas dos filmes (MARTINHO, 2010). Dentro do portal existe o menino Toby, que possui o quadro “Toby entrevista”, uma espécie de *talk show* onde personalidades são entrevistadas de maneira, muitas vezes, desrespeitosas por parte de Toby. A sátira política acontece especialmente em relação à Lula e seus aliados, associando-os à corrupção e à ignorância. Porém, o *Charges* segue um pensamento de vários sites do segmento: o desmerecimento da política e de seus participantes. Nesse sentido, Martinho (2010, p.126) aponta:

Existe uma desqualificação da política como um todo, dos candidatos aos eleitores, que são expressos a partir, principalmente, da oposição

de suas ideologias e suas verdadeiras práticas, e também, a partir da exacerbação ou criação de estratégias, isentas de ética, que são tomadas pelos candidatos, com o objetivo único de garantir o poder, em que os meios para atingir esses objetivos são denunciados.

A partir do ano 2000, os *blogs* tornam-se populares, uma espécie de diários on-line onde era possível a postagem de textos e imagens. O primeiro *blog* de humor do Brasil foi o *Kibe Loco*. De propriedade de Antonio Tabet, que posteriormente faria parte do *Porta dos fundos*, o *blog* é especializado em compartilhar vídeos e imagens cômicas vindos de usuários comuns. Também cria frases engraçadas acerca de notícias do cotidiano. A sessão “Kibe Loco 2030” satiriza notícias absurdas do presente projetando como elas ficarão no futuro. Por exemplo, na edição de 20 de abril de 2016 o destaque era: “Presidente Tiririca sanciona ajuste. “Pior que tá, fica”. Em coletiva, presidente comenta impeachment; Não renunciarei, abestado!”. Apenas no *Facebook*, o *blog* possui mais de um milhão de seguidores. Esta grande participação é importante, pois o *blog* recebe dos seguidores vários materiais que o alimentam e também podem comentar e pedir criações. É a cultura participativa de Jenkins (2009) na prática.

Outro *blog* popular no mesmo segmento do *Kibe Loco* foi o *Não Salvo*. De propriedade de Mauricio Cid, o *blog* apresentava um compilado das notícias mais bizarras e apresentava versões de vídeos populares na internet. Atualmente ainda segue esse modelo, porém acrescentou uma espécie de “game” entre os seguidores que devem enviar montagens com as imagens do noticiário. O *blog* também premia os melhores comentários dos usuários e faz listas dos “piores” da internet. No *Facebook*, o *blog* possui mais de quatro milhões de seguidores.

Outro fenômeno determinante para o humor na internet foram as redes sociais. Recuero (2014) explica que as redes sociais são ambientes virtuais onde as pessoas criam estruturas de conexões através do meio on-line. O *Orkut*, rede social da *Google*, chegou ao Brasil em 2004 e logo se tornou a mais importante para o usuário local. Chegou a ter mais da metade de seus usuários oriundos daqui. Com comunidades de interesse onde o usuário poderia “se filiar”, o *Orkut* também servia de base para troca de informações, fotos, vídeos e depoimentos. Havia páginas de humor como “Eu odeio acordar cedo” com mais de seis milhões de usuários e “Não fui eu, foi meu lírico” com mais de 100 mil usuários. Uma característica importante do *Orkut* é que o usuário era produtor e receptor das piadas. Apesar de haver páginas oficiais, o humor era criado em sua grande maioria pelos usuários comuns. A este processo Jenkins (2009) dá o nome

de comunidade. Em setembro de 2014 a rede foi desativada devido à concorrência com o gigante *Facebook*.

O *Facebook* foi uma criação do estudante americano Mark Zuckerberg em 2004, porém apenas em 2005 foi aberto ao público em geral. Neste ano registrou 5,5 milhões de usuários, passando para 12 milhões em 2006. Em 2014 eram 1 bilhão de usuários³⁰. A rede tem investido na compra de aplicativos que sejam usados em variadas plataformas, especialmente *smartphones*, como *Instagram*, *MSN/Talk*, *Tinder* e *Twitter*. O *Facebook* também gerou uma nova forma de humor, os *memes*. Soma de imagem e frases engraçadas, os *memes* podem ser criados e compartilhados por qualquer pessoa. Geralmente são associados há alguma questão do cotidiano ou notícia de destaque, o *meme* sempre é compartilhado como uma forma de opinião por aqueles que se identificam com a ideia apresentada (RECUERO, 2007).

Blogs, perfis em redes sociais e o *YouTube* são plataformas receptivas a manifestações do humor. Produções experimentais se cruzam com profissionais num ambiente onde o humor onde é utilizado, conforme Barros (2013) aponta, para satisfazer necessidades (sociais ou biológicas), criticar problemas sociais e apresentar soluções, numa espécie de preenchimento do vazio.

Os *memes* ilustram com clareza esse processo. Produzido e compartilhado por pessoas comuns, possuem na combinação de imagem e frases uma forma de paródia. Recuero (2014) aponta, em sua classificação dos *memes*, que todas essas imagens e frases são criadas dentro de um contexto de debate, com tempo e locais específicos. Um mesmo *meme* pode ter sentidos diferentes em locais e épocas diferentes. Essa explicação vai de encontro ao que Bergson (1983) coloca para a piada: ela possui data de validade e geografia determinadas.

A chegada do *YouTube* em 2005 também abriu portas para a produção coletiva do humor. Plataforma de suporte de vídeos do *Google*, o *YouTube* é aberto a qualquer usuário que queira divulgar seu vídeo para diversão ou trabalho, apresentando, inclusive, opções de divulgação profissional. Tão logo o *YouTube* foi descoberto pelos brasileiros, vários começaram a se especializar nesta ferramenta, os chamados *Youtubers*. O primeiro deles, Guilherme Zaiden, possuía o canal *Confissões de um emo*³¹ e atingia cerca de dois milhões de internautas. Em seguida vários surgiram como

³⁰ Segundo matéria do *GI*. Disponível em: <http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2014/02/facebook-completa-10-anos-veja-evolucao-da-rede-social.html>. Acesso em: 29 mai. 2016.

³¹ Disponível em: <https://www.youtube.com/user/gzaiden>. Acesso em: 21 mai. 2016.

Kéfera Buckmann, Felipe Neto e PC Siqueira. Todos trabalham no formato de câmeras de depoimento – uma câmera para si e um texto que aparenta ser improvisado.

Quando falamos de grupos de humor, encontramos como pioneiros *Kibe Loco*³² e *Galo Frito*³³, além das animações do *Partoba*³⁴. Todos partem do humor escrachado sobre assuntos relevantes para o cotidiano dos internautas, seja na rede ou fora dela. Posteriormente, em 2011, o canal *Parafernália* surge com esquetes exclusivas para o *YouTube*, um formato que, em 2012, será aperfeiçoado pelo *Porta dos Fundos*, objeto deste estudo.

Uma questão que precisa ser apontada para diferenciar o humor da internet dos outros meios é a liberdade de expressão. A linguagem do humor na internet não tem medo do absurdo ou do escatológico (SODRÉ, 1980).

3.3 A produção do humor político na internet

O humor político, independente da mídia que o sustenta, passa pelos quatro estilos que Martinho (2010) denominou como crítico, satírico, banalizador, grotesco; e em muitas situações os acumula de forma simultânea. Um exemplo deste processo é o *blog Kibe Loco* que alterna seu tom e, por muitas vezes, chega ao chamado de “humor negro” (MAGALHÃES, 2008).

O humor político brasileiro beirou por tempos a antropofagia por não ser considerado moderno (HENFIL apud SOUZA, T., 2014). Atualmente, com a aceitação do sensacionalismo como viés oficial de grandes mídias, associado ao “jornalismo entretenimento”, temos vários momentos do humor político como foco.

A complexa relação de partidos e mídia lembra a colocação de Miguel (2008, p. 266) sobre o papel da mídia na política após a chegada da televisão:

Em suma, os meios de comunicação – em particular, a televisão – reduziram a capacidade cognitiva do eleitorado, ao mesmo tempo em que o fariam imaginar que possuiria mais informação sobre a vida política, levando a piores escolhas; enfraqueceriam os partidos políticos, tornando a política uma disputa de personalidades, e obrigariam os líderes políticos a apresentar respostas apressadas aos acontecimentos. Dessa forma, contribuíram para a redução na qualidade da tomada de decisões.

³² Disponível em: <https://www.youtube.com/user/antoniotabet>. Acesso em: 21 mai. 2016.

³³ Disponível em: <https://www.youtube.com/user/programagalofrito>. Acesso em: 21 mai. 2016.

³⁴ Disponível em: <https://www.youtube.com/channel/UCP0GI-IbEZV59oExPioxeHw>. Acesso em: 21 mai. 2016.

Em contrapartida, a internet tem fornecido uma saída alternativa à mídia tradicional. “Atualmente, a sociedade não pode ser entendida ou representada sem suas ferramentas tecnológicas” (CASTELLS apud CIOCCARI, 2015). Nos protestos de 2013, por exemplo, *smartphones* conectados à rede e às mídias sociais eram usados como ferramenta para a cobertura alternativa de dentro do evento em São Paulo. Grupos como o *Mídia Ninja*³⁵ surgem e ganham força numa estrutura alternativa de cobertura jornalística (PERUZZO, 2013), apoiado por comunidades virtuais que buscam outros aspectos do movimento, além daqueles colocados pela mídia tradicional. Recuero (2014, p. 137) coloca que a comunidade virtual tem como características as trocas simbólicas e os interesses comuns. Esse conjunto de interesses faz com que o usuário procure nas comunidades opiniões semelhantes e compartilhe ideias.

Assim como o *Mídia Ninja*, a internet também favoreceu outras formas de produção de conteúdo por parte de usuários não ligados a mídia tradicional. Exemplo disso são as *webséries*.

3.3.1 As *webséries*

Uma *websérie* é definida por Zanetti (2013, p. 78) como:

[...] uma narrativa audiovisual, de qualquer gênero, produzida exclusivamente para a Internet, dividida em episódios (os chamados *websódios*, *websodes* em inglês), cada um com tempo de duração variável (em geral, de um a dez minutos), e apresentados com uma certa periodicidade (quase sempre semanal).

Uma *websérie* é uma narrativa produzida exclusivamente para as plataformas digitais. Morante e Hernández (2012, p. 142) definem *websérie* como “[...] uma narrativa seriada ficcional audiovisual produzida e veiculada exclusivamente na internet”. Os autores classificam as *webséries* em três tipos: tradicionais, *videoblogs* e interativas.

As *webséries* tradicionais herdam características da TV, como o uso de temas, personagens, cenários e produção. A *websérie Porta dos Fundos* se encaixa nesta categoria.

³⁵ *Mídia Ninja* é um grupo que cobre notícias de maneira alternativa via internet. Seus principais meios são o *Facebook* e o *Twitter*. Suas coberturas são realizadas via *Smartphone*, normalmente de dentro da notícia.

Já os *videoblogs* são produções onde a câmera é estática, com a participação de um protagonista que conta toda a história no formato de depoimento. O *videoblog* é uma adaptação dos *webblogs*, diários on-line onde o internauta conta suas histórias como se o leitor fosse seu confidente. Nesta categoria se encaixam o pioneiro Thiago Fialho, que criou *Nós & Nós*, em 2003, além dos populares *Não faz sentido* de Felipe Neto e *Mas poxa vida*, de PC Siqueira.

Por fim, *webséries* interativas usam a internet como ferramenta não só de suporte da produção, mas como meio para que o espectador participe ativamente da trama. A primeira *websérie* brasileira nesta categoria foi produzida pela agência de propaganda Y&R para a *Microsoft* em 2008³⁶. Os internautas enviavam suas conversas reais do MSN para o site da promoção. Em seguida essas histórias eram escolhidas por um comitê que as disponibilizava no *Facebook* para que o público votasse qual seria representada. Outra série importante da categoria foi a série *Quebra-Cabeças*³⁷. Totalmente desenvolvida por *YouTube*, a série produziu três episódios entre março e junho de 2014. Toda a história foi escrita coletivamente através da *fan page* do projeto no *Facebook*. A média de visualizações por episódios foi de 20 mil *views*³⁸.

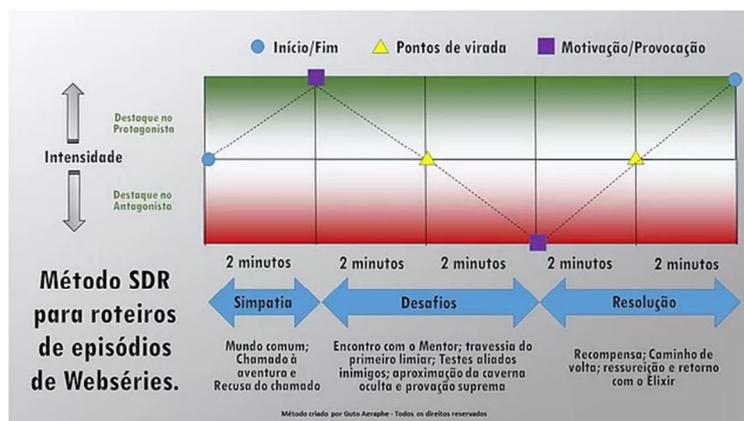
Guto Aeraphe, autor do livro *Webséries: criação e desenvolvimento* (2013), explica que o roteiro de *webséries* exige uma produção que tenha apelo e garanta a assiduidade, mas que possibilite o consumo de acordo com a forma que espectador desejar. Para isso, o autor desenvolveu o método chamado SRD (Simpatia, Desafios e Resolução), onde cada história possui um tempo - temporada curta (5 episódios de 8 minutos) e temporada longa (com 10 episódios de 10 minutos) – e deve cumprir requisitos para participação de protagonistas e antagonistas, conforme imagem a seguir.

³⁶ Disponível em: <http://propmark.com.br/agencias/yr-lanca-webserie-interativa>. Acesso em: 14 outubro 2016.

³⁷ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=gm8Qd4dasPc>. Acesso em: 03 Out. 2016.

³⁸ Informações do canal do projeto no *YouTube*. Disponível em: <https://www.youtube.com/user/quebracabescanalar/featured>. Acesso em: 14 out. 2016.

Figura - Sistema SRD para *webséries*.



Fonte: *Blog Guto Aeraphe* (2016).

O autor não cita o caso de *webséries* não seriadas, no entanto, se analisada sua estrutura, fica claro que o processo é o mesmo, mas dentro de um único episódio.

Aeraphe também aponta uma pesquisa do site *Webseriados.com*, que determinou o perfil do consumidor brasileiro de audiovisual para *web*³⁹.

Descobriu-se que o formato *websérie* está bem difundido entre os internautas e 92% dos entrevistados declarou que conhece ou já viu alguma e destes, 68% são homens, sendo que 76% se concentra na região sudeste do país e dentre eles, 28% (a maioria) tem entre 26 e 30 anos. Do total de entrevistados, 77% assiste a vídeos pela internet ao menos uma vez por dia e 42% já utiliza algum tipo de serviço pago de vídeo sob demanda como o *Netflix*. Sobre o que preferem assistir na rede, 23% revelou que gosta de séries, 21% filmes, 14% músicas, 11% vídeos amadores ou caseiros, 10% documentário, 8% preferem vídeos de jornalismo e outros 8% preferem vídeos de entretenimento como os veiculados na aberta.

Zanetti et al (2014) completa ainda que o baixo orçamento é característica dos produtos para web. Apesar disso, o amadorismo não vem fazendo parte das produções, que cada vez mais apropriam-se de técnicas e profissionais herdados da TV. Duas destas técnicas que os autores apontam são a periodicidade e a fragmentação. A primeira ligada aos dias de publicação – que devem obedecer um calendário e um horário – e a segunda sobre a construção de conteúdos extras que complementam e multiplicam o espaço virtual dedicado àquela produção.

³⁹ Disponível no *Blog* de Guto Aeraphe em: <http://www.gutoaeraphe.com/single-post/2014/11/04/SERES-C%C3%84BRIDOS-E-AS-WEBS%C3%89RIES>. Acesso em: 26 dez. 2016.

A fragmentação pode caracterizar-se pela produção de um *making of*⁴⁰ ou mesmo um *spin-off*⁴¹, não tendo obrigatoriedade de seguir o padrão do produto original. Uma forma citada por Murray (2003) são os *blogs* e redes sociais dos personagens, ou mesmo, dos atores e produtores. Acrescenta-se a isso os *videoblogs*. Zanetti et. al (2014) afirma que este processo enriquece a narrativa e, conseqüentemente, o produto audiovisual.

Batista (2016) realiza um levantamento através do primeiro festival internacional de *webséries* do Brasil, realizado no Rio de Janeiro em 2015, o *Rio WebFest*. Segundo a organização do evento, 185 séries participaram do evento. Destas, dez foram escolhidas para concorrer ao prêmio de melhor produção nacional. Na tabela a seguir podemos ver as classificadas.

Tabela - *Webséries Rio WebFest*.

Websérie	Nº de temporadas	Nº de Episódios - 1ª temporada
Lado Nix	1	5
A vida \o/ de Lucas Batista	2	10
D.R. - Destruindo Relacionamentos	3	10
Aturando	4	6
1quarto	1	100
Acabou o Amor	2	12
Wilson Saloon	1	3
Ferrugem	1	3
Os Britos Também Amam	1	14
Suvaca de Vó	1	4

Fonte: Batista (2016).

Das dez selecionadas para o prêmio de melhor *websérie*, nove são de humor, mostrando assim a força do gênero junto às produções da internet. Outra característica

⁴⁰ *Making of* significa “feitura de”. No audiovisual, o *making of* é o processo de mostrar os bastidores de uma produção. Podem estar inclusos no *making of* a opinião dos autores, diretores e roteiristas, cenas cortadas, erros de gravação, entre outros. Os *making of* normalmente não seguem a linha criativa da produção original, já que sua função é aproximar o público do que está “por trás” da criação.

⁴¹ *Spin-off* é uma produção derivada de outra maior, tendo foco apenas um personagem ou aspecto. Em 2016, por exemplo, a *Netflix* produziu um *spin-off* de *Full House* (1987-1995), ou *Três é demais* no Brasil, chamado *Fuller House*. A série derivada conta a história de vida adulta das três meninas que foram criadas por três homens na série original. Em setembro do mesmo ano, a *Netflix* divulgou que a série é a mais assistida em seu catálogo.

importante é que quatro já estão em temporadas avançadas, o que caracteriza uma fidelização do público.

Tabela - *Webséries* Premiadas.

Websérie	Sinopse ⁴²	Gênero	Média de views
<i>Lado Nix</i>	<p>A série conta a história de Nix, que trabalha em uma loja de quadrinhos e possui uma paixão platônica por Mei Mei.</p> <p>Toda a série possui visual de quadrinhos e conta com linguagem típica de jovens, ambientada na cultura pop.</p>	Comédia; Ação.	1.500 por episódio.
<i>A vida \o/ de Lucas Batista</i>	A série conta a história de Lucas, um jovem de 25 anos que aceita sua vida pacata e sua namorada controladora quando se apaixona por Camila. Nesse novo romance ele começa a ver outros lados da vida.	Comédia.	20.000 por episódio.
<i>D.R. - Destruindo Relacionamentos</i>	Além de esquetes cômicas sobre relacionamentos, o canal também possui vídeos no sistema <i>Vlog</i> sobre assuntos do momento e um canal de entrevista com o médico psiquiatra Jairo Bouer.	Comédia; Informação.	50.000 por episódio.
<i>Aturando</i>	A série é um	Comédia.	25.000 por

⁴² Segundo a página *Omelete*. Disponível em: <https://omelete.uol.com.br/>. Acesso em: 14 out. 2016.

	conjunto de sátiras à produções audiovisuais do cinema e da TV. Na descrição do canal do <i>Youtube</i> , o canal apresenta-se como um meio de reflexão sobre “dura vida de ator”.		episódio.
<i>Iquarto</i>	A característica mais interessante deste canal é o tempo de duração de seus episódios: 15 segundos. Isso acontece porque a série é produzida para <i>Instagram</i> , onde o tempo máximo de vídeo é esse. O canal trabalha com esquetes humorísticas variadas com alternância de temas e personagens.	Comédia.	1.500 por episódio.
<i>Acabou o Amor</i>	O canal concentra esquetes humorísticas acerca dos vários níveis e tipos de relacionamentos. Há também alguns vídeos que tratam de temas feministas, mas sem ligação com a série.	Comédia; Romance.	3.000 por episódio.
<i>Wilson Saloon</i>	A história se passa em um salão de beleza no subúrbio do Rio de Janeiro. Todo o episódio é musical e com estética das séries negras da década de 70.	Comédia; Musical.	1.000 por episódio.
<i>Ferrugem</i>	Numa viagem para o interior de Minas Gerais, dois irmãos que possuem um relacionamento	Drama.	Sem informações. Retirado do Youtube.

	abalado contam suas histórias de vida e pensam suas atitudes em busca da reconstrução da família.		
<i>Os Britos Também Amam</i>	Depois de quinze anos, a ex-namorada de Rafael volta para apresentar a filha que ele não sabia que tinha. O reconhecimento de que Rafael não amadureceu e questões da relação pai e filha são aprofundadas ao longo dos episódios.	Comédia; Relacionamentos.	8.000 por episódio.
<i>Suvaca de Vó</i>	Faltando doze minutos para o início do show, o guitarrista da banda Suvaca de Vó desaparece. Então, todos precisam encontrá-lo. Os personagens, cômicos, representam várias tipos da sociedade contemporânea.	Comédia; Mistério.	1.500 por episódio.

Fonte: Autoria própria.

Outros festivais ao redor do mundo também valorizam as *webséries*. O *LA Webseries Festival*⁴³ foi o primeiro da categoria no mundo, em 2010. Segundo o site do evento, mais de 90% dos produtores de séries para *web* são independentes e este tipo de festival serve para “celebrar esta nova forma de entretenimento que parece ter infectado o planeta” (LAWEBFEST, 2016). Ao longo da sua história, o festival já exibiu mais de 1.200 produções, de 37 países diferentes, inclusive o Brasil.

Na última edição, em 2016, *A vida de Lucas Batista*, produção do canal brasileiro de entretenimento *Omelete*⁴⁴ foi o campeão na categoria Melhor Fotografia de Comédia.

⁴³ Site *LA Webseries Festival*. Disponível em: <https://lawebfest.com/2016/05/01/about-us/>. Acesso em: 10 Out. 2016.

⁴⁴ *Omelete* é um site dentro do portal *UOL* destinado a cultura Pop. Além do site, o *Omelete* também possui um canal no *YouTube* onde comenta sobre séries, filmes e games. Referência na cultura nerd/geek,

Aliás, a categoria comédia foi a mais premiada. Cinco prêmios dos seis disponíveis na categoria Estudante, sete dos dez prêmios na categoria Internacional, além dos 49 prêmios dedicados exclusivamente ao estilo, colocando o humor como destaque quando analisamos as *webséries*.

Além do *Rio WebFest* e do *LA Webseries Festival*, outros países também recebem encontros do setor como França (Marseille Webfest), Coreia do Sul (KWebfest), Austrália (Melbourne Webfest), Itália (Roma Webfest e Sicília Webfest), Alemanha (Webfest Berlim) e Canadá (Webfest Montreal).

É importante destacar que tanto no Brasil quanto no exterior, as séries produzidas e veiculadas na internet não obrigatoriamente seguem a estrutura que Zanetti (2013) apresenta. Segundo a autora (2013, p. 71), as *webséries* “mantém da tradição audiovisual as narrativas seriadas, fracionadas, ou seja, histórias que mantêm uma certa continuidade narrativa, contadas através de capítulos e episódios”. Um novo modelo, baseado em esquetes, tem se firmado e é nele que se encontram as maiores produções brasileiras de humor como o *Parafernália* e o *Porta dos Fundos*.

Nogueira (2015) aponta, ainda, que o *Porta dos Fundos* tem por característica a exibição de episódios unitários. Para o autor (2015, p. 2015),

O unitário se difere das demais estruturas por encerrar em um único episódio o começo, meio e fim de uma história única, mas que faz parte de um conjunto de várias outras histórias, sendo curto e incisivo, com bom timing dramático, não admitindo muitos personagens além dos protagonistas.

Sampaio (2014) aponta que grupo baseia sua estrutura em três pilares: cultura da participação, digitalização e hipertextualidade. Daí não seguir o padrão de narrativas seriadas, mas poder ser chamada de *websérie*.

Dessa maneira, identifica-se nessa proposta elementos de produção, armazenamento e distribuição/acesso da cultura digital. A produção é relativa à cultura de participação, em função da participação dos espectadores através de comentários. O armazenamento é indicado através da digitalização, que pode ser indicada através arquivos armazenados nas distintas plataformas. A distribuição/acesso se apresenta através da hipertextualidade, pois o telespectador pode assistir ao vídeo na ordem que desejar. (SAMPAIO, 2014, p. 154).

o site também é o organizador oficial da *Comic Com Experience Brasil*, uma convenção anual onde as produtoras de conteúdo do setor apresentam as novidades e promovem encontros entre criadores, atores e fãs. Site do *Omelete*: <https://omelete.uol.com.br/>. Acesso em: 14 out 2016.

O elemento agregador é o humor e isso garante a posição de *websérie* à produção (NOGUEIRA, 2015). Além disso, diferentemente de outros canais, o canal *Porta dos Fundos* concentra apenas esquetes.

Nenhuma das *webséries* do festival brasileiro aqui citado, ou mesmo as mais importantes como *Parafernália* e *Porta dos Fundos*, possui como temática central a política. No entanto, em todas é possível encontrar traços – representados por piadas ou esquetes específicas – do estilo.

4. PORTA DOS FUNDOS: O HUMOR IRÔNICO DOS CONTRATEMPOS POLÍTICOS

O *Porta dos Fundos*, objeto deste estudo, tem se destacado no meio humorístico e na internet. Seus esquetes são reproduzidos e compartilhados por internautas de todos os perfis. A profissionalização dos conteúdos produzidos para o *YouTube* deu ao programa o caráter de “um dos canais de maior acesso no Brasil e apresenta publicações regulares, [...] como funciona nos canais de TV tradicionais” (SAMPAIO, 2014, p. 154). Tal sucesso refletiu-se na construção de um grupo empresarial de entretenimento gerando subprodutos e licenciamentos.

Neste capítulo será desenvolvido o aprofundamento do objeto e suas ramificações. Em seguida, será realizada a análise de conteúdo dos episódios selecionados na categoria humor político a que este estudo se propõe.

4.1 Sobre o *Porta dos Fundos*

Porta dos Fundos é um grupo humorístico criado por Antonio Pedro Tabet, Fábio Porchat, Gregório Duvivier, Ian SBF e João Vicente de Castro que produz humor para a *web* através de esquetes com temas variados e aproximadamente de três minutos de duração.

Além dos criadores, que atuam como elenco fixo, o grupo possui outros atores contratados que se alternam conforme as temporadas. O primeiro elenco contou com Letícia Lima, Rafael Infante, Júlia Rabello, Clarice Falcão, Luis Loubianco, Gustavo Chagas, Marcos Veras, Marcus Majella e Gabriel Totoro. O elenco de 2016 mantém Rafael Portugal, Thati Lopes, Evelyn Castro e Karina Ramil. As mudanças no elenco se dão em grande parte por assinaturas dos atores com canais do grupo *Globo/Globosat* para participação em novelas e seriados. Marcus Majella, por exemplo, faz parte do elenco fixo desde a primeira temporada do humorístico *Vai que cola*, do canal Multishow, o que impossibilita sua participação em outros trabalhos. Contudo, mesmo com as alterações de elenco, as visualizações se mantêm.

Reunido em março de 2012, o grupo lançou seu primeiro vídeo em agosto do mesmo ano. O primeiro programa da *websérie* contou com 15 minutos de duração, divididos em diferentes assuntos e apresentação dos integrantes. Intitulado *Porta dos*

Fundos n°1, a abertura do vídeo conta com Gabriel Totoro apresentando o *Porta dos Fundos* como “um mundo repleto de fantasia, diversão e aventura...e possíveis processos cíveis ou criminais”⁴⁵. Os esquetes deste primeiro vídeo foram *Traveco da firma*, *Stand up tragedy*, *Cocaína*, *Pornô evangélico*, *CSI Nova Iguaçu* e *Amiga oculta*. Nos créditos do vídeo é possível observar a participação do elenco em outras funções da produção, como Gustavo Chagas no som e Leticia Lima no figurino, indicando o processo quase artesanal do início da *websérie*.

A estrutura dos episódios do *Porta dos Fundos* é unitária, onde personagens, enredos e cenários não se repetem, tendo apenas o humor como fator comum entre eles (ZANETTI, 2013). Toda a filmagem é feita em alta definição (HD) e editada na própria produtora do grupo. A temática das histórias é sempre ligada ao cotidiano ou a fatores históricos que, por algum motivo, voltam a ser assunto nos dias atuais.

Em 2016 são sete canais no *YouTube* - *Porta dos Fundos*, *Fundos da Porta*⁴⁶, *Portaria*⁴⁷, *Backdoor*⁴⁸, *Anões em chamás*⁴⁹, *Kibe Loco*⁵⁰ e *Porta Afora*⁵¹.

O principal canal, *Porta dos Fundos*, concentra os vídeos humorísticos finalizados. Tem como foco o público que acompanha seus componentes desde a anterior criação do canal. É o canal com maior número de acessos – em 2015 o total ultrapassou 2 bilhões - e o que recebe as ações de *merchandising*. Em novembro de 2016 o canal já possuía mais de 12 milhões e 700 mil inscritos.

Já o *Fundos da Porta*, tem como foco os fãs e apresenta bastidores e erros de gravação dos vídeos que são postados no canal principal. São 665 mil inscritos até novembro de 2016.

Portaria foi uma via criada para atender os fãs que não se contentavam apenas em conhecer os bastidores das produções e respondia perguntas dos mesmos. Era o único realizado ao vivo (sempre aos domingos) com dois componentes do grupo por vez. Apesar de continuar ativo e ligado ao canal principal, sua última publicação aconteceu em 2014. Mesmo assim ainda havia 328 mil inscritos em novembro de 2016.

⁴⁵ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=eQmDdD5f-Ic>. Acesso em: 04 out. 2016.

⁴⁶ Disponível em: <https://www.youtube.com/user/fundosdaporta>. Acesso em: 04 out. 2016.

⁴⁷ Disponível em: <https://www.youtube.com/user/canalportaria>. Acesso em: 04 out. 2016.

⁴⁸ Disponível em: <https://www.youtube.com/user/TheBackdoorchannel>. Acesso em: 04 out. 2016.

⁴⁹ Disponível em: <https://www.youtube.com/user/canalanoesemchamas>. Acesso em: 04 out. 2016.

⁵⁰ Disponível em: <https://www.youtube.com/user/antoniotabet>. Acesso em: 04 out. 2016.

⁵¹ Disponível em: <https://www.youtube.com/channel/UCdgCNb87T4I-303KHF6FBhw>. Acesso em: 04 out. 2016.

A produção *Backdoor* foi criada para nutrir uma necessidade de mercado que apareceu com o crescimento do número de acessos e a popularização do canal. Com legendas em inglês, o canal trazia os mesmos esquetes do canal principal. O objetivo dessa tradução era atender a demanda vinda de países como França, Estados Unidos e Portugal. A última postagem aconteceu simultaneamente ao final do *Portaria* em 2014. O canal ainda mantém 42 mil inscritos em novembro de 2016.

Porta afora é uma produção do grupo juntamente com a jornalista Rosana Hermann. O programa recebe em cada edição mensal dois convidados famosos e um espectador, que contam suas aventuras de viagem e dão dicas sobre o que fazer e o que não fazer quando for a determinado local do mundo. O programa também foi exibido pelo *Multishow* no final de 2015. Atualmente são 101 mil inscritos e a terceira temporada iniciou-se em novembro de 2016.

Apesar de não pertencer diretamente ao grupo, *Kibe loco* é outro canal ligado ao *Porta dos Fundos*. Pertencente a Antonio Tabet, o Kibe, o canal é especializado em paródias musicais e comentários sobre modas da internet. O vídeo mais famoso é *Dança do quadrado* com mais de 20 milhões de *views*. Em novembro de 2016 o canal contava 91 mil inscritos.

O último dos canais do grupo é o *Anões em chamas*. Com humor mais ácido e às vezes descompromissado com o conteúdo, a produção é uma parceria entre *Porta dos Fundos* e *Parafernália*⁵², outro grupo humorístico que também trabalha na *web*, e conta com o *YouTube* como plataforma principal. Dentro do canal ainda é possível acompanhar as séries *CSI Nova Iguaçu*, *Augusto* e *Ombudsman*. Há vídeos de animação, comentários, entrevistas e esquetes, que se intercalam ao longo das postagens. São cerca de 194 mil inscritos.

Além dos canais, especializados de acordo com público e função, o *Porta dos Fundos* também produz minisséries para internet. Em 2014 foram duas produções: *Viral*, lançada em abril, e *Refém*, lançada em novembro.

Viral é uma produção paralela do grupo em associação com entidades de combate a AIDS (Acquired Immuno Deficiency Syndrome). Com quatro capítulos de trinta minutos cada, a série fala da saga de um rapaz que precisa contar a todas as ex-namoradas que contraiu a doença e que elas podem estar infectadas. *Viral* faz críticas há vários mitos sobre a forma de contaminação e foi premiado por falar de AIDS de forma

⁵²Disponível em: <https://www.youtube.com/user/canalparafernalia>. Acesso em: 26 jan.2016.

clara e com linguagem acessível aos jovens. Foram em média 3 milhões de visualizações por episódio.

Refém conta com cinco episódios de quinze minutos cada e uma média de 2 milhões e meio de visualizações. A história gira em torno de Rogério, um rapaz casado que todos os dias utiliza o mesmo ônibus para ir trabalhar. Porém, um dia mente para esposa e promete ficar o dia todo com a amante em um motel. Neste dia, o ônibus que Rogério utiliza foi sequestrado e todos pensam que ele é um dos reféns. *Refém* faz críticas ao modo que a imprensa e a polícia lidam com este tipo de acontecimento, além de como a necessidade das pessoas em se promover, muitas vezes, ultrapassa o bom senso. Em 18 de março de 2015, a série foi ao ar no canal pago FOX em formato de telefilme, ou seja, com todos os episódios em sequência e sem intervalos. A exibição colocou a FOX na liderança de audiência entre os canais pagos e em quarto lugar no ranking geral que incluía canais abertos⁵³.

Apesar da ideia inicial do grupo de manter-se exclusivamente na internet, a assinatura com o canal pago FOX mudou os planos iniciais. O programa *Porta dos Fundos* com doze episódios de trinta minutos fez a audiência do canal de TV subir 43%⁵⁴. Esse programa contém as esquetes do grupo que são lançadas primeiro na internet e também alguns trechos originais.

A parceria FOX/Porta também resultou na contratação de Juliana Algañaraz, ex-diretora de operações da FOX América Latina. O primeiro processo de Juliana foi subdividir o negócio em três áreas (internet, licenciamentos e cinema), que posteriormente passaram a ser administradas pela *holding*⁵⁵ Porta dos Fundos Produtora e Distribuidora Audiovisual S.A., que tem como sócios, além dos integrantes do grupo, a própria Juliana Algañaraz, o grupo FOX e o grupo Joá, do apresentador e empresário Luciano Huck.

A ideia da profissionalização do produto se deu a partir do sucesso dos produtos audiovisuais para a internet no Brasil. A Bromélia Produções, detentora da marca *Galinha Pintadinha*, tornou-se um negócio internacional a partir do primeiro vídeo publicado em 2006. Segundo a revista *Isto é Dinheiro*, a marca já movimentou

⁵³ Informações do portal *RDI/IG*. Disponível em: <http://rd1.ig.com.br/com-refem-porta-dos-fundos-faz-fox-liderar-na-tv-paga/>. Acesso em: 04 out.2016.

⁵⁴ Segundo informações da *Revista Veja*. Disponível em: <http://veja.abril.com.br/entretenimento/serie-do-porta-dos-fundos-eleva-em-43-a-audiencia-da-fox/>. Acesso em: 04 out.2016.

⁵⁵ Holding é uma empresa que possui como atividades o controle e a determinação de estratégias para outras empresas do grupo. Normalmente não produz nada, apenas gerencia as demais componentes firmando parcerias e determinando especializações de negócios.

internacionalmente US\$300 milhões⁵⁶. Possui produtos e vídeos em países como Canadá, Estados Unidos e toda a América Latina, onde possui mais seguidores que a rede de notícias *BBC* e a cantora *Britney Spears*.

Como resultado da profissionalização da produção e da parceria com o grupo FOX, em 2015, o *Porta dos Fundos* produziu a sua terceira minissérie, a primeira destinada prioritariamente a TV, com dez capítulos de meia hora cada. *O Grande Gonzalez* foi exibido primeiro no canal de TV paga FOX e, em seguida, disponibilizado na internet. Contando a história do assassinato do mágico decadente Gonzalez durante uma festa infantil, a série satiriza a capacidade das pessoas em não se sensibilizar com acontecimentos ruins e a morosidade da justiça diante de crimes deste tipo. Na TV, a série representou a melhor estreia da FOX com um produto nacional na história. A audiência do primeiro episódio chegou a um milhão de espectadores, colocando o canal de TV na quinta posição geral do IBOPE.⁵⁷ Na internet, a média de visualizações por episódio foi de um milhão e meio.

Em 2016, o grupo também lançou o seu primeiro filme. *Contrato vitalício* possui uma sinopse nada convencional para um filme brasileiro. Apostando no mesmo ritmo de esquete, o longa-metragem não agradou a crítica e confundiu o público, fazendo pouco mais de 460 mil espectadores durante as três semanas em cartaz. Um fiasco diante da animação *Procurando Dory* que conseguiu pouco mais de 5 milhões de ingressos no mesmo período. Ambas as estreias aconteceram em 14 de julho de 2016.

Além da sinopse, o filme também recebeu críticas, especialmente dos internautas, por ter recebido verbas a partir de leis de incentivo à cultura. Apesar da negativa dos componentes do grupo em várias entrevistas, deliberações da ANCINE (Agência Nacional de Cinema) de fevereiro de 2016 confirmam a captação, conforme aponta a imagem 7.

⁵⁶ Segundo informações da Revista *Isto é*. Disponível em: <http://www.istoedinheiro.com.br/noticias/mercado-digital/20150703/bilhoes-galinha-pintadinha/276666.shtml>. Acesso em: 08 out. 2016.

⁵⁷ Informações do blog *Na Telinha do Portal UOL*. Disponível em: <http://natelinha.uol.com.br/noticias/2015/11/12/o-grande-gonzalez-do-porta-dos-fundos-tem-grande-audiencia-na-fox-94113.php>. Acesso em: 15 abr. 2016.

Figura - Imagem da autorização de captação ANCINE.

Art. 4º Retificar os valores aprovados na análise complementar para a inclusão dos itens obrigatórios de acessibilidade do projeto audiovisual relacionado abaixo, para o qual a proponente fica autorizada a captar recursos nos termos dos artigos indicados.

15-0132 – Porta Dos Fundos - Contrato Vitalicio
Processo: 01580.015308/2015-23
Proponente: Porta dos Fundos Prod. e Distr. Audiovisual S.A.
Cidade/UF: Rio de Janeiro / RJ
CNPJ: 17.227.558/0001-07
Valor total aprovado: de R\$ 7.332.248,59 para R\$ 7.338.298,59
Valor aprovado no art. 1º-Ada Lei nº. 8.685/93: R\$ 2.165.636,16
Banco: 001- agência: 0287-9 conta corrente: 42.378-5
Valor aprovado no artigo 3ºda Lei nº. 8.685/93: R\$ 2.000.000,00
Banco: 001- agência: 0287-9 conta corrente: 42.377-7
Valor aprovado no artigo 3º-Ada Lei nº. 8.685/93: R\$ 800.000,00
Banco: 001- agência: 0287-9 conta corrente: 42.774-8
Valor aprovado no artigo 41 da MP nº. 2.228-1/01: R\$ 1.000.000,00
Banco: 001- agência: 0287-9 conta corrente: 42.820-6
Aprovado na Reunião de Diretoria Colegiada nº 600, realizada em 02/02/2016.
Prazo de captação: 31/12/2017.

Art. 5º Esta Deliberação entra em vigor na data de sua publicação.

Manoel Rangel
Diretor-Presidente

Fonte: Portal *Ancine*⁵⁸ (2016).

Mesmo com os resultados ruins, a FOX ainda apostou no grupo para o cinema. A animação para adultos de Seth Rogen, *Festa da Salsicha*, foi dublado e teve o roteiro adaptado pelos integrantes do humorístico. A estreia aconteceu em 07 de outubro e o filme fez pouco mais de 122 mil espectadores durante as três semanas de exibição.

Já o setor de licenciamentos tem crescido e ampliado as receitas continuamente. O primeiro item lançado, ainda em 2013, foi o livro com os roteiros dos vídeos mais populares. A tiragem inicial foi de 50 mil cópias pela editora Sextante. A publicação possui os 37 roteiros de maior sucesso e um mecanismo de *QR Code*⁵⁹ para acesso aos vídeos no canal *web*. O livro deu origem ao DVD com 27 episódios e, posteriormente, as camisetas com frases e nomes de episódios populares.

As camisetas superaram muito a previsão de vendas do grupo, que acabou resultando numa parceria com a rede de lojas de departamento *Riachuelo*. O grupo não divulga valores, nem quantidade produzida, mas já afirma que a parceria irá se expandir para outros produtos.

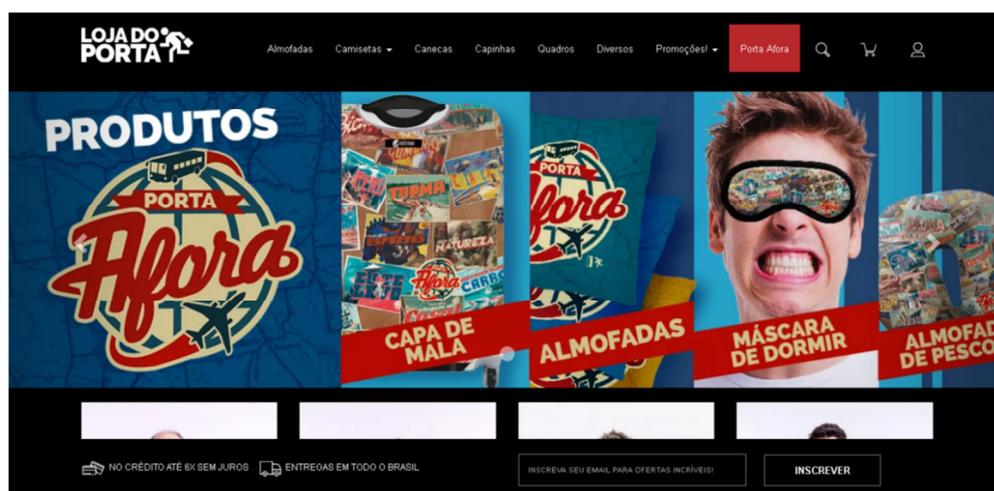
⁵⁸ Portal da *ANCINE*. Disponível em: <http://www.ancine.gov.br/legislacao/deliberacoes-decisoes-ancine/delibera-o-n-08-de-04-02-2016-publicada-no-di-rio-oficial-de>. Acesso em: 09 out. 2016.

⁵⁹ *QR Code*, ou *Quick Response Code*, é um sistema similar aos códigos de barra onde o usuário pode usar um leitor – normalmente a câmera do smartphone – para acessar conteúdos ou links. O *QR Code* possui um formato quadrado com marcas internas em preto e branco. O mais comum é ser usado na mídia impressa, mas alguns países da Europa já o utilizam para facilitar as compras de itens mostrados em programas de TV.

Além das camisetas, o *Porta dos Fundos* também possui licenciamento de um jogo de tabuleiros com a marca *Estrela*, uma linha de mochilas com a *Pacific*, cadernos com a *Tilibra* e produtos de festa com a *Regina Festas*.

Dentro da loja no site do grupo ainda é possível encontrar almofadas, capas para celular, canecas, máscaras para dormir, almofadas de pescoço, quadros, carregadores portáteis, porta-copos, tapetes e doleiras, conforme indica imagem 8.

Figura - Loja on-line *Porta dos Fundos*.



Fonte: Site *Porta dos Fundos* (2016).

Há também produtos tecnológicos, que podem ser adquiridos via lojas de aplicativos on-line. Jogos para celular representam cinco dos seis itens disponíveis. O outro aplicativo possui como função a divulgação dos episódios em primeira mão para os cadastrados. Além disso, o usuário conta com conteúdos exclusivos e opções de compartilhamento.

Todos os aplicativos possuem download gratuito. No caso dos jogos, são disponibilizados complementos que podem ser adquiridos pelo usuário com valores entre R\$ 2,52 e R\$ 10,00.

Tabela - Aplicativos *Porta dos Fundos*.

Aplicativo	Temática	Quantidade de instalações⁶⁰	Nota do usuário⁶¹
<i>Bala de Borracha</i>	O grupo de policiais deve reprimir as manifestações usando as balas de borracha disponíveis.	10 a 50 mil.	4,3.
<i>Bola Azul</i>	O personagem Marcelo deve superar todos os obstáculos para conseguir se encontrar com a filha do Gorilão.	50 a 100 mil.	3,7.
<i>Voa Totoro</i>	O personagem Totoro deve praticar todos os exercícios para emagrecer e poder voar.	50 a 100 mil.	4,1.
<i>Porta Quizz</i>	Jogo de perguntas acerca dos episódios lançados.	10 a 50 mil.	4,2.
<i>Porta Games</i>	O aplicativo leva a outros jogos. Também possibilita o usuário conseguir descontos dentro da	50 a 100 mil.	4,2.

⁶⁰ Segundo a *Play Store*, a loja virtual do Google não indica o número exato de instalações, apenas em qual categoria o produto se encontra.

⁶¹ A nota do usuário leva em considerações questões técnicas como gráficos e facilidade de uso, e também questões como diversão proporcionada pelo aplicativo. A nota máxima permitida é 5,0.

	loja do grupo no site.		
<i>Porta dos Fundos</i>	Permite ao usuário assistir e comentar os vídeos antes de serem lançados no <i>YouTube</i> . Também possui funções de compartilhamento com redes sociais.	500.000 1.000.000.	a 4,4.

Fonte: Desenvolvido pela autora (2016).

Desde sua fundação, o grupo também firmou parcerias para produção de conteúdos publicitários. O primeiro deles com a rede de restaurantes especializada em macarrão *Spoletto*, que após ser duramente criticada pelo grupo no vídeo de mesmo nome, retribuiu contratando o próprio *Porta dos Fundos* para uma resposta. Até novembro de 2016 eram quinze vídeos neste formato. Empresas como *Tam*, *Kuat*, *Dorflex*, *Caixa*, *Fiat*, *Itaipava* e *Visa* fazem dos nomes que já contrataram o grupo para seus vídeos. Os valores das negociações não foram divulgados, mas em entrevista à *Isto é Dinheiro*⁶², a *Spoletto* fala do retorno de cerca de R\$1,4 milhões de reais com a divulgação do vídeo.

Nem todas as marcas citadas pelo grupo reagem de forma positiva como a *Spoletto*. Em entrevista à *Época Negócios*, de 2013, Fábio Porchat citou o caso da *TIM*, que foi satirizada no vídeo *JUDITE - Estaremos Fazendo o Cancelamento* que solucionou o problema, mas o questionou, tratando-o “igual ao lixo”⁶³

Ampliando novamente os negócios, *Portátil* é um projeto de teatro *stand up* iniciado em 2016 que envolve o elenco do grupo com atores convidados. Como elenco fixo estão Gregório Duvivier, Luis Loubianco, João Vicente de Castro, Andres Giraldo e Gustavo Miranda. Os convidados alternam-se de acordo com a cidade em que o

⁶² Fazer rir é o melhor negócio. Revista *Isto é Dinheiro*. Disponível em: <http://www.istoedinheiro.com.br/noticias/negocios/20150417/fazer-rir-melhor-negocio/252159.shtml>. Acesso em: 10 out.2016.

⁶³ As empresas ligam desesperadas para a gente não fazer vídeo. Revista *Época Negócios*. Disponível em: <http://epocanegocios.globo.com/Inspiracao/Carreira/noticia/2013/02/empresas-ligam-desesperadas-para-gente-nao-fazer-video.html>. Acesso em: 10 out.2016.

espetáculo se apresenta. Toda a história da peça é desenvolvida no local através de uma entrevista com a plateia, que escolhe desde os assuntos que serão parodiados até a trilha sonora. Até novembro de 2016, o *stand up* aconteceu apenas no Rio de Janeiro, mas a intenção é que seja itinerante.

Atualmente, o *Porta dos Fundos* é o maior canal do Brasil⁶⁴, com mais 12 milhões e meio de inscritos e o quinto maior canal de entretenimento do mundo⁶⁵. Segundo a revista *Isto é Dinheiro*, a marca vale R\$ 500 milhões⁶⁶. Até 10 de novembro de 2016 foram postados 613 vídeos, sempre às terças, quintas e sábados. A revista EXAME fala em um faturamento de R\$ 30 milhões apenas em 2014.

Em entrevista ao *New York Times*⁶⁷, em setembro de 2013, o grupo reforçou que os negócios são importantes, mas que o humor é a peça-chave. Gregório Duvivier chegou a afirmar que "Tem que ser engraçado antes de ter que vender alguma coisa."

Por fim, o *NYT* completa:

O Brasil certamente oferece o tipo de ambiente em que uma empresa como a *Porta dos Fundos* pode prosperar. A nação ficou em segundo lugar depois dos Estados Unidos em usuários do *Facebook* e contas do *Twitter*, refletindo seu uso de mídia social efervescente. Os satiristas e escritores independentes também geralmente se sentem livres para impor os limites da liberdade de expressão na maior democracia da América Latina. (ROMERO, 2013).

Em dezembro de 2016, o *Porta dos Fundos* foi eleito o canal mais influente do mundo⁶⁸ pela ZEFR. A empresa, com sede em Nova York, é especializada na medição de alcance e influência na web. A pesquisa apontou que, no ano, o *Porta dos Fundos* teve 2,9 bilhões de engajamentos (curtidas, comentários e demais reações) e 19 milhões de alcance em plataformas cruzadas como *YouTube*, *Facebook*, *Instagram* e *Twitter*. Nas demais posições estão os canais *Jacksepticeye*, *VanossGaming*, *PewDiePie*, *Roman*

⁶⁴ Em 04 de outubro de 2016, o canal deixou a liderança cedendo espaço para o *Youtuber* Whindersson Nunes, que possuía, em 10 de novembro, cerca de 13 milhões e meio de seguidores. Porém, o *YouTube* caracteriza os dois canais de maneiras diferentes, sendo Whindersson como *videoblog* e o *Porta dos Fundos* como canal de humor. Sendo assim, o grupo ainda é o maior no país.

⁶⁵ Revista *Época Negócios*. Disponível em: <http://epocanegocios.globo.com/Informacao/Acao/noticia/2015/08/porta-dos-fundos-estreia-novo-canal-e-investe-em-diversificacao-da-empresa.html>. Acesso em: 26 jan. 2016.

⁶⁶ Matéria "Fazer rir é o melhor negócio". Disponível em: <http://www.istoedinheiro.com.br/noticias/negocios/20150417/fazer-rir-melhor-negocio/252159.shtml>. Acesso em: 26 jan. 2016.

⁶⁷ Disponível em: http://www.nytimes.com/2013/09/01/world/americas/on-youtube-comedy-troupe-tickles-brazil-and-ruffles-feathers.html?_r=0. Acesso em: 10 nov. 2016.

⁶⁸ Disponível em: <http://veja.abril.com.br/entretenimento/porta-dos-fundos-e-canal-mais-influente-do-mundo-diz-estudo/>. Acesso em: 26 dez. 2016.

Atwood, Screen Junkies, ElrubiusOMG, Markiplier, FamilyFunPack, Aaron DeBoer. Apenas o *Porta dos Fundos* e *ElrubiusOMG* não são produzidos em inglês.

4.2 A representação das cenas políticas no *Porta dos Fundos*: uma análise de conteúdo

Para aprofundar o estudo dos episódios do *Porta dos Fundos* será utilizada a metodologia da análise de conteúdo (BARDIN, 2011). O detalhamento dos passos que compõe a metodologia será especificado nos próximos subcapítulos.

4.2.1 A metodologia

A metodologia utilizada é a análise do conteúdo (BARDIN, 2011), onde temática e procedimentos são levados em consideração num “conjunto de técnicas de análise das comunicações” (BARDIN, 2011, p.44). Nesta dissertação, destaca-se a inerência, processo que permite a análise da mensagem e sua significação, respondendo “significações “segundas” que as primeiras escondem e que análise, contudo, procura extrair [...]” (BAERDIN, 2011, p.167).

Para que esta significação fosse possível, as três etapas da análise de Bardin foram cumpridas: pré-análise, exploração do material e apuração dos resultados.

4.2.2 Os documentos de análise: os episódios

Para este estudo foram selecionados seis episódios entre os mais de 500 produzidos. Além da temática política, os episódios também foram escolhidos levando em consideração o número de visualizações – mínimo de dois milhões – e as características de representação dos personagens e eventos políticos no momento da produção. Todos se encontram no período de mandato da presidente Dilma Rousseff, do Partido dos Trabalhadores (PT), iniciando-se com as manifestações sociais de junho de 2013 até o desdobramento da crise política, com o início da votação do impeachment, em abril de 2016.

Em ordem cronológica, os episódios selecionados foram:

- *Reunião de emergência*, veiculado em 26 de junho de 2013, com 8.614.816⁶⁹ visualizações. O episódio traz a representação cômica de uma reunião entre a presidente e alguns políticos preocupados com as manifestações populares de junho de 2013.

- *Financiamento*, veiculado em 27 de setembro de 2014, com 3.944.567⁷⁰ visualizações. O programa critica de forma humorística a relação entre candidatos e grandes empresas do setor privado, em alusão ao financiamento das campanhas políticas.

- *Alianças*, publicado em 09 de novembro de 2014, com 3.041.233⁷¹ visualizações. Produzido logo após a reeleição de Dilma Rousseff (PT), o programa aborda a aliança entre governo e o Partido do Movimento Democrático Brasileiro (PMDB), em referência ao país comandado por terceiros, do qual a presidente encontra-se enfraquecida.

- *Reunião de emergência 2*, veiculado em 21 de março de 2016, com 3.862.707⁷² visualizações. O vídeo foi produzido logo após as manifestações de 13 de março de 2016 e satirizou a situação da presidente Dilma, a ascensão de Temer como figura de articulação e ações da Polícia Federal junto aos investigados em variados tipos de processos criminais.

- *Delação*, veiculado em 2 de abril de 2016, e possuía, até 26 de dezembro, cerca de 7.045.040⁷³ visualizações e 573.729 *dislikes*, ou seja, o recorde de negativas de um vídeo do grupo e uma das maiores avaliações negativas⁷⁴ da história do *Youtube*. Protagonizado pelo militante de esquerda Gregório Duvivier e por Fábio Porchat, o vídeo satiriza a *Operação Lava Jato* e a seletividade da mídia em divulgar informações dos envolvidos nas investigações.

- *Reunião de emergência 3*, *Delação 2* foi publicado em 11 de abril de 2016 como resposta aos comentários negativos e acusações sofridas pelo grupo devido ao vídeo “Delação”. A sátira gira em torno dos comentários, *memes* e vídeos produzidos como forma de “protesto”. A perda de seguidores e os questionamentos acerca das piadas

⁶⁹ Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=__C90xZOmsQ. Acesso em: 26 dez.2016.

⁷⁰ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=s-NtkVZsGQc>. Acesso em: 26 dez.2016.

⁷¹ Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=Z_w0AWUcwS4. Acesso em: 26 dez. 2016.

⁷² Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=hXuv3c1Rz_0. Acesso em: 26 dez. 2016.

⁷³ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=m92wwsCk7k>. Acesso em: 26 dez. 2016.

⁷⁴ O vídeo mais negativo da história do *youtube* até 26 de dezembro de 2016 era “Baby” do cantor *teen* Justin Bieber com mais de 7 milhões de *dislikes*. “Delação” encontra-se na 33ª posição. A medição é feita pelo canal “My top 100 vídeos”, que mede diariamente a popularidade no *YouTube* em várias categorias, inclusive o mais curtido e o mais descurtido, que é onde “Delação” se encontra. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=kffacxfA7G4&list=PLIrAqAtl_h2o1ism1dr5SbvB8Mf7Ve6Aa&index=1. Acesso em: 26 dez. 2016.

religiosas também fizeram parte do conteúdo. Até 26 de dezembro de 2016, “Reunião 3” possuía 4.935.667⁷⁵ visualizações.

Para uma melhor visualização, o quadro a seguir estabelece os objetos e suas características.

Tabela - Episódios analisados.

Episódios	Data da publicação	Temática	Número de visualizações
<i>Reunião de emergência</i>	26/06/2013	Manifestações de Junho de 2013	8.614.816
<i>Financiamento</i>	27/09/2014	Proibição do financiamento de campanha através de empresas	3.944.567
<i>Alianças</i>	09/11/2014	Eleições de 2014	3.041.233
<i>Reunião de emergência 2</i>	21/03/2016	Manifestações de março de 2016	3.862.707
<i>Delação</i>	02/04/2016	Operação <i>Lava Jato</i>	7.045.040
<i>Reunião de emergência 3, Delação 2</i>	11/04/2016	Efeito negativo do vídeo “Delação” junto aos internautas	4.935.667

Fonte: Autoria Própria (2016).

Para que fossem selecionados como objeto, os episódios precisavam cumprir também as regras que Bardin (2011) estabelece para organização do material. Com o objetivo de compor o corpus da pesquisa na escolha dos documentos, Bardin elucida que o pesquisador deverá recorrer a quatro regras, a saber: exaustividade, representatividade, homogeneidade e pertinência. Na regra da exaustividade, a autora faz referência a todos os componentes constitutivos do corpus, detendo-se ao fato da necessidade de não deixar fora da pesquisa qualquer um de seus elementos. Para cumprimento da regra de exaustividade, a seleção aconteceu levando-se em consideração o período determinado: junho de 2013 a abril de 2016, dentro do governo de Dilma Rousseff (PT).

⁷⁵Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=bE8RWk0YY3I>. Acesso em: 26 dez.2016.

A regra da representatividade foi cumprida, já que os episódios são uma amostra dentro do universo inicial e apresentam características comuns dos demais. A escolha destes deu-se a partir da quantidade de visualizações e impacto nas representações delimitadas. Já a regra da homogeneidade, que estabelece que os documentos precisam seguir à critérios precisos e singulares para que sejam estabelecidos resultados globais, foi respeitada já que todos os episódios pertencem ao mesmo grupo humorístico e foram produzidos para a mesma plataforma, o *YouTube*. Por fim, a regra da pertinência, que estabelece que os documentos devem ser fontes adequadas de informação, foi cumprida, já que eles apresentam uma visão completa das questões estabelecidas na pergunta de pesquisa.

4.2.3 A formulação das hipóteses

Para a formulação das hipóteses, partiu-se do pressuposto da replicação dos assuntos que fazem parte da conjuntura política e como o grupo os representa dentro dos episódios.

Num primeiro momento será buscado o que fundamentou o episódio dentro do cenário em que se encontrava. Isso inclui personagens e eventos que retratados pela mídia tomam posição de destaque. Dentro desta concepção, uma das hipóteses é que os episódios satirizam àqueles as quais a mídia já apontou como protagonistas de escândalos, enfatizando o espetáculo já existente. Expressões linguísticas e símbolos visuais também reforçam esta premissa.

Num segundo momento, faremos a análise de indicadores políticos existentes nos episódios, conforme descrição a seguir. Acredita-se que esses indicadores apontem não apenas situações em comum, mas situações sistêmicas do contexto político brasileiro.

4.2.4 Elaboração dos indicadores para análise

Com o início da República Velha (1888-1930), vislumbrou-se uma série de práticas que ao se incorporar na cultura política brasileira, ainda funciona como objeto de negociação e trânsito no campo político. Um breve concepção teórica acerca de tais práticas auxiliará na formulação dos indicadores que estão comumente associados a atual conjuntura política.

4.2.4.1 Os antecedentes dos movimentos sociais de 2013 e o estopim da crise política

A conjuntura política brasileira tem se tornado inesgotável fonte para estudos acadêmicos, dada à complexidade e amplitude de fatos que se sucedem constantemente. Para que seja possível uma análise sistemática, a reconstrução dos fatos se faz necessária.

Neste trecho serão descritos o período do governo de Dilma Rousseff (PT), desde sua eleição, em outubro de 2010, até seu afastamento pelo processo de impeachment, em maio de 2016. Permeado por eventos, o período apresenta grandes manifestações populares, o início da maior investigação da história política do país e a presença da internet como mediadora fundamental dos processos democráticos.

De maneira geral, o período aqui estudado representa o surgimento de um “novo fazer político”, reiterando o que Nogueira (2012, p. 212-213) afirma:

Os valores políticos podem ser condicionados pela história, pela estrutura social e pela experiência direta das pessoas com o funcionamento do sistema político e, apesar disso, os fatores históricos e estruturais periféricos ou secundários não podem deixar de ser relacionados com o comportamento dos grupos e indivíduos.

Para que seja mais bem visualizado, o período será dividido em duas partes. A primeira contempla a eleição de Dilma Rousseff (PT) em 2010 até o início da crise política em 2013, e a segunda parte de meados de 2013 até a formalização do impeachment, em 2016.

O Brasil tem passado por uma das maiores transformações políticas de sua história. O crescente número de manifestações populares, seja *on* ou *off-line*, demonstra um aumento do interesse popular pelas ações governistas.

A chegada ao poder do Partido dos Trabalhadores (PT), em 2003, através de Luiz Inácio Lula da Silva, marcou uma quebra sequencial de governos de direita no país. Em seus dois mandatos (2003 a 2006 e 2007 a 2010), Lula conviveu com elevada aprovação popular em função de programas sociais, em contraposição ao Partido dos Trabalhadores (PT) que vivenciou escândalos políticos e denúncias de corrupção.

Mesmo com a imagem prejudicada, Lula termina seu mandato com 83% de aprovação, segundo o Instituto Brasileiro de Pesquisa e Estatística (IBOPE).

Peixoto e Rennó (2011) atribuem os bons resultados de Lula e o chamado “Lulismo” ao efeito da mobilidade social causado pelas mudanças econômicas. Para os autores, o estado da economia é determinante para a reeleição de um governo. Isso foi explorado pelo PT, conforme frisam no trecho do discurso de Dilma em outubro de 2010 (2011, p.2):

Dilma Rousseff, em discurso ainda no fim de outubro de 2010, dá um indício do efeito desse fenômeno de mobilidade social: "Minha convicção de assumir a meta de erradicar a miséria vem, não de uma certeza teórica, mas da experiência viva do nosso governo, no qual uma imensa mobilidade social se realizou, tornando hoje possível um sonho que sempre pareceu impossível". [...] Em 2010, isso representou o voto em Dilma.

Reiterando a promessa da continuidade do projeto de governo que vigorava, Lula elege como sucessora a então Ministra Chefe da Casa Civil, Dilma Rousseff. Apesar da vasta experiência em cargos públicos, a agora presidente do país não havia exercido nenhum cargo eletivo. Fernandes (2012, p.83) enfatiza:

A vitória de Dilma Rousseff representou a supremacia do discurso da continuidade, mas foi cercada de enorme repercussão na mídia nacional. O fato de Dilma ser a primeira mulher da história política brasileira a assumir a presidência da República, de nunca ter ocupado um cargo público por eleição direta e ter um estilo de liderança totalmente divergente de seu antecessor e padrinho político, o ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva, suscitou na mídia inúmeras especulações sobre o sucesso político da escolhida por Lula.

Dilma tomou posse no dia 01 de janeiro de 2011, tornando-se, assim, a 36ª presidente do Brasil. Em agosto do mesmo ano, a eleita possuía 49% de avaliação de seu governo como ótima/boa e 38%⁷⁶ como regular.

O primeiro ano de governo estabeleceu-se dando continuidade às políticas sociais e econômicas de Lula, apresentando números bastante significativos. Em 2012, impulsionada pela queda dos juros oficiais – que chegaram a ser as mais baixas da história, em agosto de 2011,- e do preço da energia elétrica, a presidente alcança 64% de

⁷⁶ Instituto *Datafolha*. Disponível em: <http://datafolha.folha.uol.com.br/opiniaopublica/avaliacaodegoverno/presidente/dilma/indice-1.shtml>. Acesso em: 02 dez.2016.

avaliação ótima/boa. Singer (2013) aponta que a redução das taxas de juros foi fundamental para a base desenvolvimentista do governo e para o alcance do valor de aprovação popular. O desafio de Dilma era claro: equilibrar a política econômica e o controle da inflação com o ritmo de crescimento que acontecia naquele momento.

Contudo, a presidente enfrenta seus primeiros problemas ainda no primeiro ano de governo. Nobre (2013) explica que todos os governos eleitos utilizam os dois primeiros anos de mandato para estabilização de contas e acertos regulatórios, focando as obras e realizações nos dois últimos. Isso acontece não apenas por uma questão administrativa, mas para o impulsionamento das visões positivas, o que aumenta a chance de reeleição. No caso de Dilma, o comprometimento do orçamento público com obras da Copa do Mundo 2014 e das Olimpíadas 2016 impediu que a contingência acontecesse, desequilibrando as contas.

Outro fator que dificultou o desenvolvimento do governo foi a queda do então Ministro Chefe da Casa Civil, Antônio Palocci (PT). Acusado de corrupção e enriquecimento ilícito, o ministro demitiu-se do cargo em junho de 2011. Nobre (2013) coloca que Palocci atuava como um mediador juntos aos partidos de direita e centro e sua queda ocasionou a ruptura de negociações importantes e a volta de Lula, enfraquecendo o poder da presidente. Outros cinco ministros também foram demitidos no período, entre eles Carlos Lupi, do Partido Democrático Trabalhista (PDT) e Wagner Rossi, do Partido do Movimento Democrático Brasileiro (PMDB). A chamada “faxina ética” deu à Dilma poder diante da população.

No entanto, a nomeação de Gleise Hoffman e Ideli Salvati, que se uniram a Miriam Belchior, reforçou a postura de afrontamento que Dilma passou a adotar com deputados e senadores. Pouca adepta da articulação política, a presidente recebeu apenas dois dos 513 deputados federais e 13 dos 81 senadores durante os quatro anos de mandato, segundo levantamento do jornal *O Globo*⁷⁷. A situação de pouco diálogo fez crescer a insatisfação de deputados e senadores governistas que não conseguiam aprovar seus projetos.

Ab’Sáber (2015, p.35) é enfático quando descreve a postura de Dilma naquele momento. “Definitivamente, para o bem e para o mal, Dilma Rousseff há muito não era um poste de Lula, e, no seu estilo Geisel de ser, muito menos, era uma continuidade da ação política que emanava dele.

⁷⁷ Disponível em: <http://oglobo.globo.com/brasil/no-primeiro-mandato-dilma-recebeu-somente-15-dos-594-parlamentares-14512018#ixzz4SuKnawRa>. Acesso em: 10 dez. 2016.

O estopim para a crise de relacionamento entre a presidente eleita e as casas legislativas aconteceu em maio de 2013 com a votação da medida provisória 595/12, a chamada MP dos Portos. Nesta MP, o governo buscava meios de modernização das vias marítimas de exportação/importação. A lei, que mais tarde passaria a chamar 12.815/2013, facilita os processos de exploração e concessão dos portos brasileiros. Também trata de questões sobre a contratação de funcionários, determinação de tarifas estaduais e uso de portos privados. Eduardo Cunha (PMDB), líder do partido na câmara, articulou para que o projeto fosse modificado e, assim, fosse aprovado. Porém, ao ir para sanção presidencial, foi novamente alterado. Para parte da base aliada e para a oposição, Dilma não cumpriu com acordos realizados anteriormente entre governo, empresas e trabalhadores ao vetar 13 pontos cruciais, entre eles, a renovação antecipada de contratos de concessão. Mais tarde, Cunha (PMDB) seria o responsável pela criação do chamado “Blocão”, composto por mais de 250 deputados que tinha por objetivo a interrupção de atividades, forçando o governo a concessões das quais não concordava.

Paralelo às discordâncias no cenário federal, uma sequência de protestos acontece em várias capitais brasileiras como Porto Alegre (27/03), Natal (15/05), Salvador (02/06) e especialmente São Paulo (03/06). Motivadas pelo aumento das tarifas de ônibus, as manifestações se iniciaram pela internet. O *Movimento Passe Livre* (MPL), mais importante grupo a organizar pessoas para as manifestações, utilizou especialmente o *Facebook* e defendia a ideia da gratuidade do transporte para todos.

No mesmo período em que as manifestações se organizavam pelo país, a Copa das Confederações, evento teste para a Copa do Mundo, acontecia. A abertura, no dia 15 de junho, no estádio Mané Garrincha, em Brasília, contou com protestos violentos no entorno do evento, sendo necessária inclusive a intervenção da polícia e uso de gás lacrimogênio. Antunes (2013, p. 39) chamou a Copa das Confederações de “Copa das rebeliões”. Para o autor, isso mostrou que o Brasil, conhecido como cordial e receptivo, também sabia se rebelar.

A presença de Joseph Blatter, presidente da *Fédération Internationale de Football Association* (FIFA) e acusado de corrupção, ao lado da presidente Dilma, na abertura do evento, fez uma sequência de vaias se sucederem. Zibechi (2013) aponta que as manifestações durante a abertura e que aconteceram ao longo do evento mostravam uma insatisfação com o modelo executado pela FIFA – que lucrou milhões isentos de impostos e expulsou, por exemplo, os vendedores ambulantes do entorno dos estádios –

e com os gastos expressivos para receber os jogos. A *hashtag* #chupadilma liderou o *trendig topics* do *Twitter* no dia 15.

A Copa das Confederações aconteceu até dia 30 de junho, quando a seleção brasileira venceu a Alemanha por 3 a 0 no Maracanã, Rio de Janeiro. Zibechi (2013) aponta que a escolha do estádio não se deu por acaso. Além de lendário para o esporte, o Maracanã havia passado por uma reforma milionária que incluiu camarotes, acessos especiais e novos estacionamento sem sua estrutura. Foram desmanchados, inclusive, o Museu do Índio e uma escola municipal para receber a nova estrutura exigida pela FIFA. As obras e a concessão da administração do estádio por 35 anos foram dadas à *Odebrecht*, construtora que mais tarde se tornaria centro das acusações de corrupção do governo petista.

Em todos os jogos da Copa das Confederações foram registrados protestos. Porém, dos dias 13 a 23 de junho a concentração foi maior. Em São Paulo, o anúncio do governador do estado Geraldo Alckmin, do Partido Socialista Democrático Brasileiro (PSDB) e do prefeito da cidade, Fernando Haddad (PT), sobre o anúncio do aumento das tarifas de trens e metrô de R\$ 3,00 para R\$ 3,20, fez eclodir uma manifestação de duas mil pessoas dia 06 de junho. No dia 17, o Instituto *Datafolha* divulgou que movimento contava com 65 mil participantes apenas na capital paulista. Antunes (2013) fala em 100 mil que tomaram o Largo da Batata e a Avenida Paulista.

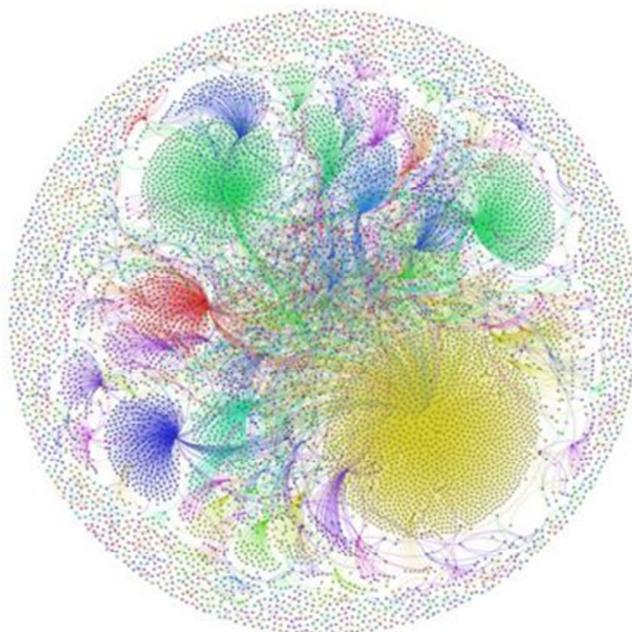
No dia 20 de junho, um grupo de mais de 100 mil pessoas tomou a Esplanada dos ministérios, em Brasília. As gritos de “O gigante acordou” e “Não é por 20 centavos, é por direitos”, as expressões também migraram para a internet. O portal da BBC Brasil divulgou uma análise das citações dos internautas acerca dos acontecimentos. Entre 15 de junho e 09 de julho, a palavra “protesto” foi citada mais de um milhão de vezes apenas na língua portuguesa. Também foram citados “acorda Brasil”, “vem pra rua”, “muda Brasil” e “verás que um filho teu não foge à luta”. O estudo⁷⁸, que foi gerenciado pelo Laboratório de Estudos sobre Imagem e Cibercultura (Labic), da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), aponta especialmente para o uso dos verbos “vir” e “ir”, dando a denotação política do agrupamento, da junção e da união.

A palavra “Dilma” foi citada 49 mil vezes no *Twitter* nos dias de maior concentração, 16 e 17. Três grupos se responsabilizaram por este volume: defensores da

⁷⁸ O estudo completo pode ser acessado através do Portal BBC Brasil. Disponível em: http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2013/07/130710_protestos_tweets_hashtags_cc_mdb. Acesso em: 06 dez. 2016.

política federal, críticos à presidente e veículos de comunicação. O infográfico abaixo ilustra o uso, sendo a cor azul para opositores, vermelho para apoiadores e rosa para a mídia.

Figura - Citações à Dilma nos Protestos de Junho de 2013.



Fonte: Labic, site *BBC Brasil* (2016).

Espalhadas pelo Brasil, as manifestações de junho alcançaram 353 cidades, sendo 22 capitais (ZIBECHI, 2013) e mais de um milhão de pessoas⁷⁹. As pautas, que inicialmente se centravam no transporte público chegaram a questões como a cura gay, os gastos com a Copa do Mundo, gastos com a saúde e as PEC 37, que retirava do Ministério Público o poder de investigar denúncias, e 33, que reduzia o poder do Supremo Tribunal Federal (STF). De questões locais às questões nacionais, os protestos representavam uma insatisfação generalizada da população.

No entanto, Chauí (2013, p. 4) aponta críticas às movimentações populares:

De fato, a maioria dos manifestantes, reproduzindo a linguagem midiática, falou de ética na política (ou seja, a transposição dos valores do espaço privado para o espaço público), quando, na verdade, se trataria de afirmar a ética da política (isto é, valores propriamente públicos), ética que não depende das virtudes morais das pessoas privadas dos políticos e sim da qualidade das instituições públicas enquanto instituições republicanas.

⁷⁹ Segundo o *Datafolha*. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/poder/2015/03/1602961-protestos-de-junho-de-2013-atrairam-1-milhao-no-auge.shtml>. Acesso em: 06 dez. 2016.

E concluiu que, por fim, as manifestações não tiveram um efeito prático tão grande.

Ora, ao entrar em cena o pensamento mágico, os manifestantes deixam de lado que, até que uma nova forma da política seja criada num futuro distante quando, talvez, a política se realizará sem partidos, por enquanto, numa república democrática (ao contrário de uma ditadura) ninguém governa sem um partido, pois é este que cria e prepara quadros para as funções governamentais para concretização dos objetivos e das metas dos governantes eleitos (CHAUÍ, 2013, p. 4).

Apesar das críticas de Chauí, a redução das tarifas e a clara falta de habilidade tanto de esquerda quanto de direita para lidar com as manifestações (ANTUNES, 2013; BRUNAGNO e CHAIA, 2014) demonstram que há, sim, apelo quando a construção do discurso se dá de forma massiva. O próprio fato da rejeição de partidos em todos os eventos aponta para o nascimento de um novo público político que possui ideologia, não partidária, mas sim coletiva.

Tales Ab'Sáber (2015, p. 33) cita Paulo Eduardo Arantes quando define as manifestações de junho:

Até o próximo *round* quando outros atores finalmente entrarem em cena, saberemos se as jornadas de junho começaram de fato a desmanchar o consenso entre “direita” e “esquerda” acerca do *modus operandi* do capitalismo no Brasil. Há vinte anos o país se tornou uma tremenda fábrica de consentimento, todos empenhados em se deixar esfolar com fervor. Batemos o teto? É o que a derrapagem histórica que detonou todo o processo sugere. [...]. Um limiar certamente foi transposto. Resta saber qual, e logo.

Em dezembro de 2013 o governo emitiu o relatório oficial da economia onde o Produto Interno Bruto (PIB) apresentou o crescimento de 2,3%, enquanto a inflação se aproximou de 6%⁸⁰. Acusado de “maquiar” os relatórios contábeis para camuflar a situação real do país, a ação do governo da presidente Dilma ganhou o apelido de “pedaladas fiscais”. O processo, que consiste em suspender o repasse de verbas para pagamento de programas sociais do Tesouro para os bancos públicos (Caixa Econômica Federal, Banco do Brasil, Banco Nacional do Desenvolvimento Econômico e Social), obrigando estes a arcar com os compromissos do governo, numa forma de empréstimo,

⁸⁰ Disponível em: <https://economia.terra.com.br/pib-brasileiro-cresce-23-em-2013-e-chega-a-r-48-trilhoes,9629af8624274410VgnCLD2000000ec6eb0aRCRD.html>. Acesso em: 16 dez. 2016.

é proibido pela lei complementar número 101/2000, a lei de Responsabilidade Fiscal. As “pedaladas” acontecem para que o governo não gaste mais do que arrecada e os indicadores econômicos permaneçam estáveis. O relatório de dezembro de 2013 fez o mercado aumentar a desconfiança, já prejudicada anteriormente devido a redução das taxas de juros.

O desgaste do governo causado tanto pelas manifestações quanto pelas relações internas se agravou no ano seguinte com o início da operação da Polícia Federal chamada “Lava Jato” em março.

4.2.4.2 Das eleições presidenciais de 2014 e a Lava Jato até o processo de impeachment

Em 2014 dois grandes eventos marcaram o cenário político brasileiro: as eleições presidenciais e a operação da Polícia Federal denominada Lava Jato.

O nome Lava Jato deu-se porque inicialmente a operação buscava averiguar irregularidades nas relações comerciais e contratos da Petrobras, produtora de combustíveis. Associado ao local onde se lava os carros nos postos de gasolina, o nome Lava-Jato queria mostrar a capacidade de “passar a limpo” a maior estatal do país⁸¹.

Iniciada em 17 de março, a Lava Jato foi inspirada na *Operação Mãos Limpas*, da década de 1990 (NETTO, 2016), e já nas primeiras constatações mostrou que um esquema de grandes empreiteiras montava um sistema de cartel onde os valores dos contratos eram superfaturados. Entre estas empreiteiras estavam Camargo Corrêa, OAS, UTC/Constram, Odebrecht, Mendes Júnior, Engevix, Queiroz Galvão, Iesa Óleo & Gás, Galvão Engenharia, Techint, Promon, Andrade Gutierrez, Toyo Setal, GDK, Skanska e MPE. Segundo a revista *Carta Capital*, em editorial especial de 2014⁸², também participavam do esquema, mas de maneira eventual, Alusa, Fidens, Jaraguá Equipamentos, Tomé Engenharia, Construcap e Carioca Engenharia.

Parte do dinheiro superfaturado era destinado a diretores da petrolífera, mas outra parte era destinado aos financiamentos de campanha e políticos ligados à base governista como o Partido Progressista (PP), PT e PMDB.

⁸¹ Segundo o programa “Globo News Especial: Os dois anos da Operação Lava-Jato”, exibido pelo canal privado *Globo News* em 18 de mar. de 2016. Disponível em: <http://g1.globo.com/globo-news/globo-news-especial/videos/t/globonews-especial/v/globonews-especial-os-dois-anos-da-operacao-lavo-jato/4895273/>. Acesso em: 27 dez. 2016.

⁸² Disponível em: <http://www.cartacapital.com.br/politica/perguntas-e-resposta-da-operacao-lava-jato-5981.html>. Acesso em: 27 dez. 2016.

As acusações da Polícia Federal abalaram ainda mais a imagem de Dilma, que em 2006, na compra da refinaria de Pasadena, nos Estados Unidos, principal transação investigada, exercia os cargos de Ministra Chefe da Casa Civil e a presidência do Conselho de Administração da Petrobras. O negócio de Pasadena resultou em um prejuízo de U\$ 792 milhões e que se mantém até 2016. Em abril de 2014 a avaliação da presidente marcava 36% como Ótima/Boa, 39% como regular e 25% como ruim e péssima, segundo o *DataFolha*.

As ligações de Dilma com as questões da Lava Jato e da Petrobras resultaram, no mês de maio, na criação de duas Comissões Parlamentares de Inquérito (CPIs), sendo uma no Senado e uma na Câmara. Posteriormente, a comissão se tornou mista, com integrantes das duas casas. A presidência da comissão ficou a cargo do senador Vital do Rêgo (PMDB) e a relatoria como deputado Marco Maia (PT).

No dia 12 de junho de 2014, o Brasil recebeu em São Paulo, na Arena Corinthians, a abertura da Copa do mundo FIFA de Futebol. Como já vinha acontecendo em eventos sobre o mundial, os protestos aconteceram em sete cidades, além de São Paulo, como Belo Horizonte, Rio de Janeiro, Manaus, Brasília, Porto Alegre, Salvador e Fortaleza. Não há um número oficial de manifestantes, mas em todas as cidades houve confrontos com a polícia. O país já havia organizado outras duas manifestações no ano, à primeira em 25 de janeiro e a segunda em 24 de fevereiro. Ambas possuíam mais de 200 mil convidados no *Facebook* através da *hashtag* #naovaitercopa, mas contaram com um público médio de apenas 1.500 pessoas cada (PENTEADO et al, 2014).

Dentro do estádio onde aconteciam as cerimônias de abertura e a partida entre Brasil e Croácia no dia 12 de junho, Dilma foi vaiada e recebeu hostilizações em vários momentos, mesmo não realizando o discurso de abertura oficial como ocorre tradicionalmente. Na internet, apesar de manifestações contra e a favor de Dilma, as *hashtags* mais usadas se referiam ao jogo e ao desempenho mediano da seleção. Durante toda a Copa a situação se repetiu, com manifestações dentro e fora dos estádios.

A final da Copa entre Alemanha e Argentina no dia 13 de julho de 2014, decidida após a fatídica derrota brasileira por 7x1 para o time europeu, trouxe à tona um misto de decepção esportiva e revolta política. A partida, que ocorreu no estádio do Maracanã, Rio de Janeiro, foi palco de sequenciadas vaias e xingamentos de brasileiros para Joseph Blatter, Dilma e a seleção argentina. Na internet, os *memes* se voltavam para questões

do 7x1 e dos exorbitantes gastos com a abertura e o encerramento, consideradas por internautas e imprensa “pouco criativas”, “cheias de clichê” e “mal preparadas”.

Ao todo o evento foi citado mais de 300 milhões de vezes no *Twitter*, sendo a abertura o assunto mais comentado com 378.985 tuítes por minuto⁸³. Três dias após o fim do evento, o Instituto *Datafolha* publicou nova medição da popularidade do governo, ficando com 38% de regular, 32% ótimo e bom e 29% ruim e péssimo.

Ainda em 2013, a base do governo já havia se organizado para as eleições que deveriam ocorrer em outubro de 2014. Dilma Rousseff (PT) foi escolhida a representante do bloco para a reeleição ao cargo de presidente. A coligação, nomeada “Com a força do povo”, contava com PT na figura de Dilma e PMDB, sendo Michel Temer vice, seguidos por Partido Social Democrático (PSD), Partido Progressista (PP), Partido da República (PR), Partido Republicano da Ordem Social (PROS), Partido Democrático Trabalhista (PDT), Partido Comunista do Brasil (PC do B) e Partido Republicano Brasileiro (PRB).

As eleições, que se tornaram as mais disputadas do período pós redemocratização, e terminaram com a reeleição de Dilma por 51,65% dos votos válidos, apenas 3,28% a frente do concorrente de direita, Aécio Neves (PSDB) no segundo turno.

Apesar de um resultado que se mostrava dentro da normalidade por especialistas, o processo eleitoral de 2016, no entanto, apresentou uma sequência de fatos imprevisíveis e inesperados que chamaram a atenção. Oliveira et al (2015) destaca a ascensão de Marina Silva, do Partido Socialista Brasileiro (PSB), após a morte do então candidato Eduardo Campos, em agosto. Considerada como “terceiro viés” e forte alternativa aos dois extremos políticos que se apresentavam. Até meados de setembro, a candidata foi favorita, sendo derrubada posteriormente após uma “campanha de desconstrução feita principalmente pela propaganda do PT mostrando as ambiguidades da candidatura” (OLIVEIRA et al, 2015, p.30). Boa parte destas ambiguidades se dava por declarações acerca do aborto e do cultivo dos transgênicos. Reis (2014, p.13) completa:

A figura política de Marina é complexa: evangélica, ambientalista, de saúde precária, imagem de integridade e mesmo de “santidade”, combinada com a condenação à “velha política”, e reproduzindo o perfil do próprio Lula em suas origens modestas e trajetória de vida,

⁸³ Segundo o Portal *Terra*. Disponível em: <https://esportes.terra.com.br/futebol/copa-2014/twitter-registra-300-milhoes-de-tuites-sobre-a-copa-do-mundo,6ecdd40e45fd6410VgnVCM10000098cceb0aRCRD.html>. Acesso em: 28 dez.2016.

ela certamente atraiu tipos diversos de eleitores – o que incluiu a penetração de alguma intensidade nas camadas mais pobres, que as pesquisas eleitorais revelaram e que a situava em posição intermediária quanto ao contraste nas bases socioeconômicas do PSDB e do lulo-petismo.

A candidata também foi alvo de piadas na *web*, justamente devido a sua postura, especialmente nos debates.

Figura - *Meme* Marina Silva.



Fonte: *Uol Eleições*⁸⁴ (2016).

Marina terminou o pleito com a terceira posição, com 21,32% dos votos válidos apurados, ou seja, cerca de 22.176.619 em números absolutos. Dilma (PT) e Aécio (PSBD) ficam para o segundo turno 41,59% (43.267.668) e 33,55% (34.897.211) de votos respectivamente.

Inflamada pela busca de apoio dos candidatos derrotados, especialmente de Marina – que mais tarde não apoiou nenhum dos candidatos – e pelas discussões on-line, o segundo turno trouxe à tona novamente o processo de extremismo entre direita e esquerda, a chamada “polarização partidária”. Brugnago e Chaia (2015) explicam que o

⁸⁴ Disponível em: <http://eleicoes.uol.com.br/2014/album/2014/09/01/memes-nas-eleicoes-2014.htm>. Acesso em: 12 dez. 2016.

processo de polarização se deu após a dissolução dos movimentos de junho de 2013. Para os autores (2015, p. 102) a “esquerda se mobilizou contra o suposto projeto neoliberal do PSDB, e a direita conservadora desenvolveu sua ideologia em torno de um forte antipetismo declarado antipartidário”.

O que de fato aconteceu é que as mobilizações na *web* tomaram tamanha proporção que editoriais como o da *BBC online*⁸⁵ dedicaram largos espaços para explicar e ilustrar o ódio crescente. As discussões em torno da campanha geraram 674,4 milhões de interações no *Facebook*, quase três mais que o recorde anterior que pertencia à Índia. No *Twitter* foram 39,85 milhões de postagens com as *hashtags* #Aécio45PeloBrasil e #DilmaMudaMais na liderança mundial por vários dias. Ambas as redes trabalham com sistema de algoritmo, que prioriza postagens na página inicial do usuário baseadas nos interesses anteriores. Isso inflamou ainda mais as discussões, pois o usuário só via a vertente que lhe agradava, e nem sempre as informações eram contundentes.

Além destas redes, os *blogs* como *Dilma Bolada*, com 1,5 milhão de seguidores e o aplicativo de mensagens instantâneas *Whatsapp*, onde Aécio Neves produziu um vídeo solicitando apoio, também foram usados. O usuário poderia compartilhar para pessoas que dividiam a mesma visão política.

Memes e páginas de humor foram usados incansavelmente. Um exemplo de grande adesão foi a página *Festa de despedida para o Lobão* organizada por apoiadores de Dilma e com mais de 400 mil convidados. O evento fictício foi organizado devido a uma fala do cantor bem próximo ao dia do pleito no segundo turno, onde dizia que, se Dilma fosse reeleita, deixaria o país.

⁸⁵ Editorial “Eleições 2014: Novos hábitos criam pleito mais conectado do mundo” da *BBC online*. Disponível em: http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2014/10/141028_eleicoes2014_internet_rb. Acesso em: 14 dez. 2016.

Figura - Página do evento Festa de despedida do Lobão.



Fonte: Facebook (2016).

Assim como vários *memes* contra a candidata petista, apontada pelos internautas como uma das mais despreparadas nos debates.

Figura - Meme Dilma nas Eleições de 2014.



Fonte: Meme Generator⁸⁶ (2016).

O final das eleições, com a vitória de Dilma Rousseff (PT), agravou ainda mais a situação de polarização difundida na *web*. O ataque ao nordeste, região onde Dilma foi mais votada, por parte de moradores do sul e sudeste colocou o Brasil no topo das menções mundiais. Holanda et. al, em seu artigo *A culpa é do nordeste? As eleições de 2014 e a repercussão nas redes sociais* (2016), mostra que não foram medidas palavras

⁸⁶ Meme Generator é uma página onde o usuário pode criar, juntando foto e texto, o *meme* que desejar. O site também possibilita o compartilhamento em diversas redes sociais. Disponível em: <https://imgflip.com/memegenerator>. Acesso em: 29 dez. 2016.

de ódio e xenofobia contra a população daquele lugar. Questões como *Bolsa Família* e o *Minha Casa, Minha Vida* também foram alvos de ataques.

Ao final da divulgação dos resultados do segundo turno, Aécio Neves (PSDB) chegou a reconhecer a derrota, mas iniciou uma articulação dentro e fora do governo para a deposição da presidente eleita.

Em dezembro de 2014, com um déficit de R\$ 80 bilhões e as pedaladas chegando a 0,91% do PIB, o governo anuncia um pacote de medidas para equilibrar as contas. Durante a campanha, Dilma chegou a afirmar em várias situações que o país não passava por problemas na área financeira.

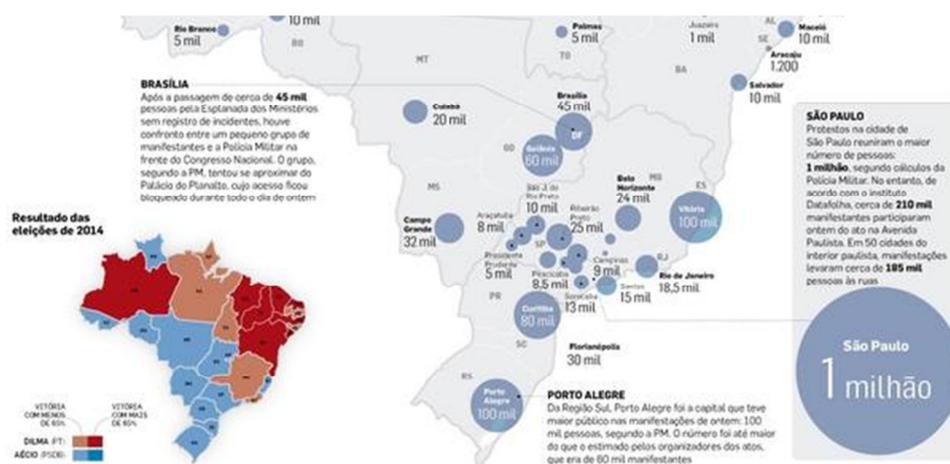
O primeiro ano do segundo mandato presidencial de Dilma, em 2015, contou com a eleição de Eduardo Cunha (PMDB) para a presidência da Câmara de deputados em fevereiro. Isso abalou a relação entre o PMDB e o PT, já que o oponente para o cargo era o deputado Arlindo Chinaglia (PT), grande apoiador de Dilma.

No dia 15 de março o país presenciou a maior manifestação popular desde as *Diretas Já*, em 1984. Insatisfeitos com as medidas econômicas e contaminados pelo discurso de impeachment, cerca de dois milhões de pessoas foram às ruas em diversas regiões. Na Avenida Paulista, conhecido ponto de concentração popular em São Paulo, foram contabilizados um milhão pela Polícia Militar e 210 mil pelo Instituto *DataFolha*. A diferença numérica se tornou piada posteriormente por apoiadores do governo na internet. Penteado e Guerbali (2016, p.32-33) comentam:

Apesar da disparidade numérica, ambos os dados corroboram para a afirmação de que tal manifestação foi a maior de 2015 e conseguiu mobilizar uma grande massa de cidadãos descontentes com o governo Dilma Rousseff. A manifestação ocorreu em outras capitais do país e em algumas cidades de outros países.

O jornal *Estadão* desenvolveu um infográfico ilustrando as manifestações, conforme figura abaixo.

Figura - Mapa das manifestações de março de 2015.



Fonte: *Estadão*⁸⁷ (2016).

Sempre dias antes das manifestações contrárias ao governo de Dilma, ocorriam manifestações favoráveis do governo petista. No caso da manifestação agendada para 15 de março, as ações aconteceram dia 13, com cerca de 12 mil pessoas, segundo a Polícia Militar e 100 mil segundo os organizadores em São Paulo. Outras 23 cidades e o Distrito Federal também registraram protestos. Os eventos, organizados por centrais sindicais foi batizado de “Dia Nacional de Lutas”.

Ambas convocadas pelas redes sociais, as manifestações de 12 e 15 de março de 2015 geraram mais de dois milhões de menções. Apenas a *hashtag* #foradilma foi citada 57 mil vezes, #vempraruá citada 52 mil vezes e #forapt outras 30 mil vezes. A *hashtag* de apoio ao governo #Dia13DiadeLuta foi citada 51 mil vezes no período⁸⁸.

No dia 12 de abril novos protestos ocorreram, mas numa dimensão bem menor do que foi registrado em março do mesmo ano. Palavras de ordem contra o PT e apoio ao juiz federal Sérgio Moro eram gritadas, assim como alguns pedidos de intervenção militar. Apesar de menor, Penteadó e Guerballi (2016) apontam que esta manifestação apontou um crescimento no número de engajados nas redes sociais, passando de 60% para 90% dos tuítes.

No dia 15 de abril, a Lava Jato iniciou mais uma fase de muitas que ocorreram ao longo do ano. A primeira prisão foi de André Vargas, ex-deputado petista, seguido por

⁸⁷ Disponível em: <http://politica.estadao.com.br/noticias/geral,manifestacoes-contra-dilma-levam-multidao-as-ruas-do-pais,1651418>. Acesso em: 28 dez. 2016.

⁸⁸ Medicação realizada pela *InPress*. Disponível em: <http://veja.abril.com.br/blog/radar-online/manifestacoes-em-numeros/>. Acesso em: 29 dez. 2016.

João Vaccari Neto, tesoureiro do PT. Ambos foram presos por ligações com propina da Petrobras.

Em maio, pressionada pelas contas, mas ainda com apoio da base que se elegeu, Dilma consegue a aprovação da MP 665/14 de ajuste fiscal, que restringia o acesso ao seguro desemprego e ao abono salarial. No entanto, denúncias vindas da Lava Jato sobre o recebimento de propina por parte de Eduardo Cunha, então presidente da Câmara, estremeceram a relação entre presidente e PMDB.

Em agosto, prejudicada pela sequência de escândalos, Dilma tem a pior aprovação de todo seu mandato desde 2010, chegando a 8% ótimo/Bom, 20% regular e 71% ruim e péssimo. Parte desta reprovação é vista na terceira manifestação do ano, no dia 16 em que 879 mil pessoas distribuídas em 240 municípios participaram do ato. Ataques ao PT e apoio à Lava Jato foram temas das manifestações nas ruas e na internet, com 22% e 11% dos tuítes do dia (PENTEADO e GUERBALI, 2016).

Em dezembro, no dia 02, após a bancada do PT anunciar que iria votar a favor do pedido de cassação de Cunha no comitê de ética, o presidente da Câmara aceita o pedido de impeachment. Baseado nas chamadas “pedaladas fiscais”, o pedido protocolado pelos juristas Miguel Reale Jr, Hélio Bicudo e Janaína Paschoal, que posteriormente se tornou o símbolo do pedido em *memes* contra e a favor do processo. Posteriormente, no dia 07, o vice-presidente Michel Temer emite uma carta – que mais tarde seria dada como vazada – emitindo sua insatisfação no cargo e com a relação com a presidente.

Uma enxurrada de *memes* invadiu a internet naquele dia. Especiais associações ao personagem Frank Underwood, personagem da série *House of Cards* da Netflix, surgiram. Conhecido por manipular e eliminar adversários políticos, Frank usa no final da segunda temporada (2014) uma carta ao presidente como forma de provar sua lealdade. Ao final, o presidente é deposto e Underwood assume a presidência dos Estados Unidos. Para a estreia da temporada 2016, a Netflix reproduziu a situação em várias ações publicitárias, inclusive dedicando uma carta do agora personagem presidente ao Brasil.

No Twitter, as *hashtags* #vicedecorativo e #cartadotemer chegaram ao *Trending Topics*, como assuntos mais comentados mundialmente, como exemplificado na figura a seguir.

Figura - Meme Vice Decorativo.



Fonte: *Twitter* (2016).

Uma versão da carta escrita por Michel Temer foi lida, inclusive, por Marcelinho, fantoche popular no *YouTube* por ler contos eróticos de forma cômica. Pertence ao grupo de humor *Alta Cúpula*, o vídeo *Marcelinho lendo a carta do Temer*⁸⁹ tem mais de 798 mil visualizações.

O governo fechou o ano de 2015 com um dos piores índices da história. O déficit acumulado do PIB chegou a R\$ 116 bilhões, enquanto a inflação marcou incríveis 10,67%, o mais alto desde 1995. Os índices de desemprego chegaram a 6,9% da população economicamente ativa e as pedaladas marcaram 0,94% do PIB. A reprovação da presidente continuou alta com 65% classificando-a como ruim/péssima, 22% regular e apenas 12% como ótima/boa.

O ano de 2016 iniciou com as “comemorações” dos dois anos da operação Lava Jato, em março. A prestação de contas apontou que, durante os vinte e quatro meses, 23 fases foram realizadas, 1.114 procedimentos, 482 mandatos de busca e apreensão, 50 delações premiadas, denúncia de 70 políticos, sendo 50 com foro privilegiado e cerca de R\$ 2,9 bilhões devolvidos aos cofres públicos.

No mesmo momento, a situação no governo piorou com o vazamento da delação de Delcídio do Amaral na Lava Jato, no dia três de março. Nas informações, o ex-

⁸⁹ Número de visualizações até de 29 de dez. de 2016. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=9UU6tjK0X0s&list=PLdD8_05J7AM1MmZeJZaH01a5EbBi4qY2d. Acesso em: 29 dez. 2016.

senador acusa Dilma Rousseff e Lula de intervirem junto ao Supremo Tribunal de Justiça (STJ) e Supremo Tribunal Federal (STF) para barrar as ações da Polícia Federal e do Juiz Sérgio Moro. A delação também citou o presidente da Câmara, Eduardo Cunha (PMDB), o presidente do Senado, Renan Calheiros (PMDB) e o senador Aécio Neves (PSDB). No dia seguinte ao vazamento, o ex-presidente Lula é levado via condução coercitiva até o aeroporto de Congonhas, em São Paulo. Houve grande mobilização da imprensa e de movimentos sociais, que chegaram a agir de forma violenta para defender o líder petista.

No dia 13 aconteceram novas manifestações contra o governo. Foram cerca de três milhões de pessoas em 26 estados, superando a manifestação de 2015. Apenas na Avenida Paulista, foram 1,4 milhão⁹⁰ de pessoas. Os protestos pediam a saída da presidente Dilma Rousseff (PT) e a condenação de Lula na Lava-Jato e pelo Ministério Público de São Paulo. Aécio Neves (PSDB) e Eduardo Cunha (PMDB) também foram hostilizados. Na capital paulista, o governador de São Paulo, Geraldo Alckmin (PSDB), ouviu protestos pelas acusações de participação na chamada “Máfia da Merenda”, que desviou recursos da secretaria da educação que seriam destinados à alimentação dos alunos das escolas estaduais. Ativistas pró-governo se reuniram em frente à sede do PT, em São Bernardo - SP, e no Instituto Lula. No *Twitter*, as manifestações de 13 de março de 2016 geraram 1,6 milhão⁹¹ de menções, sendo a *hashtag* #vempraruabrazil a mais citada com 33.354 usos. Já a *hashtag* #marchadoscorruptos, contrária ao evento, teve 9.448 menções.

Para proteger Lula de eventuais procedimentos e prisões, Dilma recebeu no dia 15 de março o ex-presidente em Brasília para tratar de sua nomeação como Ministro Chefe da Casa Civil. A nomeação foi anunciada no dia seguinte via nota oficial. No entanto, o juiz Sérgio Moro tornou públicas as gravações telefônicas de conversas entre Dilma e Lula, onde o ex-presidente ataca o STF, chamando-o de “acovardado”, criticando os presidentes da Câmara e do Senado, além de dizer que tinha medo da “república de Curitiba”, referindo-se à sede da Polícia Federal e da operação Lava Jato. O vazamento foi considerado absurdo pela presidente e por apoiadores do governo. A questão apontada é que além de não poder ser gravada devido ao seu cargo, a escuta aconteceu

⁹⁰ Disponível em: <http://www.estadao.com.br/aovivo/manifestacao-contra-dilma>. Acesso em: 29 dez. 2016.

⁹¹ Disponível em: <http://idgnow.com.br/blog/circuito/2016/03/13/manifestacoes-geram-16-milhao-de-mencoes-no-twitter-so-no-domingo/>. Acesso em: 29 dez.2016.

duas horas depois da emissão da nota de Moro suspendendo as gravações, tornando o processo ilegal.

Além da questão das gravações, uma série de pedidos para o impedimento da nomeação de Lula começaram a surgir nas varas estaduais e federais. Para acompanhar a sequência de ações que ora permitia a posse, até então proibida, foi criado o site *lulaeministro.com*, que atualizava em tempo real as decisões da justiça, conforme figura abaixo.

Figura - Site *Lula é ministro*.



Fonte: Site *Lula é ministro* (2016).

Lula foi definitivamente impedido de assumir após a decisão do ministro Gilmar Mendes, do STF. O pedido feito pelo PSDB e PPS colocava que a nomeação aconteceria apenas para dar foro privilegiado ao ex-presidente. Na mesma decisão, o Mendes determinou que as investigações de Lula permanecessem em Curitiba.

O episódio da nomeação de Lula enfraqueceu ainda mais Dilma diante dos adversários. No dia 29 de março, numa reunião que durou menos de dez minutos, o PMDB opta por romper com o governo e tornar-se oposição. Com a decisão, seis ministros ligados ao partido entregaram seus cargos. A decisão do rompimento foi ponto crucial para a votação do processo de impeachment, em 17 de abril.

Na primeira votação, na Câmara dos deputados, foram 367 deputados a favor da cassação, 137 contrários e sete abstenções. Na *web*, a *hashtag* #impeachmentday liderou o *Trending Topics* mundial sendo citada mais de 225 mil vezes. Os *memes* pró e contra o governo dominaram a rede, conforme figuras a seguir.

Figura - Meme Tiririca na votação do impeachment.

aaah é tiririca

JSilva · há 17 horas · Brasil Celebrities Anime · denunciar



Fonte: Twitter (2016).

Figura - Meme Câmara na votação do impeachment.

Se organizar direitinho, da pra
prender todo mundo <3



Fonte: Twitter (2016).

O processo de impeachment foi enviado ao Senado, que no dia 12 de maio determinou o afastamento temporário de Dilma por 55 votos a favor e 22 contra. O processo seguiu para a comissão especial, que teve 180 dias para determinar se cassaria ou não o mandato de Dilma.

Nos meses que se seguiram do governo interino de Michel Temer (PMDB) a Lava Jato ainda operou na prisão e suspensão do mandato de Eduardo Cunha (PMDB) – autorizado pelo STF justamente por emperrar a investigação - e na queda de três

ministros da base. Dilma foi afastada definitivamente do cargo de presidente no dia 31 de agosto de 2016.

4.2.4.3 Os indicadores

Como ponto de partida, destaca-se o clientelismo político, que opera sobre a utilização dos órgãos de administração pública como fonte de favores, tendo o objetivo de amarrar o beneficiado em troca de voto ou dinheiro tornado-se uma prática comum no Brasil. Para Avelino Filho (1994), o clientelismo na versão estatal e partidária expressa o desajuste de uma estrutura social desorganizada e frágil, ao lado de um sistema político desenvolvido, que não consegue agregar e representar interesses e identidades coletivas. A relação clientelista, nas fases recentes da história do Brasil, ocorre entre o governo ou políticos e os setores mais carentes da população, segundo atesta José Murilo de Carvalho (1997, p. 2):

Deputados trocam votos por empregos e serviços públicos que conseguem graças à sua capacidade de influir sobre o Poder Executivo. Nesse sentido, é possível mesmo dizer que o clientelismo se ampliou com o fim do coronelismo e que ele aumenta com o decréscimo do mandonismo.

Ancorados em conjunturas distintas, sendo o coronelismo um sistema político brasileiro que predominou especialmente no ambiente rural, durante a República Velha (1898-1930), a política clientelista tem relações mais frágeis, nas quais os antigos laços de lealdade pessoal são substituídos por ofertas de benefícios materiais, de maneira a evitar conflitos e ampliar seu arco de influência eleitoral, segundo Avelino Filho (1994).

Para Teixeira (2004), o caráter arraigado do clientelismo no Brasil resulta da preponderância da liderança política individual, em detrimento da consolidação de uma cultura partidária, que, diante da permissividade da legislação, possibilita que a constituição de partidos e a troca de legendas ocorram sem qualquer contratempo aos parlamentares. Aliado ao clientelismo, soma-se as coalizões partidárias.

No Brasil, atenta o autor (2004), as coalizões costumam se consolidar nos períodos eleitorais, tendo por base apenas a figura do personagem político, desobrigada da negociação de uma proposta de governo que seja comum aos partidos da aliança eleitoral. Ao formar essa coalizão, ou seja, uma coligação composta por diversas alianças partidárias, o presidente consegue a lealdade absoluta de sua base de sustentação no Congresso.

Ao refletir sobre a imensa competitividade e diversidade do sistema político brasileiro, Santos (1999, p. 117) aponta que “governar com o Congresso é o mesmo que dizer ‘governar com coalizões’, cuja solda obtém-se pela mistura parcial de identidades de interesses e intermináveis esforços de persuasão”.

A política de coalizão é um processo de formação de alianças em período que antecede as eleições majoritárias, composta por partidos responsáveis por construir uma base de sustentação do governo no Congresso (ABRANCHES, 1988). Esta base apoia as decisões do governo em troca de vantagens. Para isso, há uma troca de cargos e barganhas, representando um mecanismo de favorecimento mútuo. Para Amorin Neto e Tafner (2002, p.29),

Ao integrarem gabinetes de coalizão, os partidos estabelecem mecanismos não institucionais de supervisão e controle sobre a ação do Executivo, dentre os quais se encontram o acesso e a participação na formulação de políticas do governo.

Silva (2012) aponta que durante os dois mandatos presidenciais, Fernando Henrique Cardoso (PSDB) formou quatro coalizões, a primeira conquistou 56% das cadeiras na Câmara e, a segunda, formada inicialmente por cinco partidos, abarcou 77% de apoio ao peessedebista.⁹² Já Lula começou seu governo com uma coalizão minoritária, pois os eleitos na bancada de esquerda não chegavam a 30% na Câmara dos Deputados e 20% no Senado.⁹³

Nesse contexto, o PMDB foi chamado para compor a aliança com o governo. Posteriormente, a coalizão governista compôs uma aliança com o PP, e outros partidos passaram a incrementar a bancada de apoio do Executivo. O segundo mandato de Lula (2006-2010) foi marcado pela mesma coalizão partidária, com o retorno do PDT, que havia rompido com o governo petista em 2003 (FERNANDES, 2012).

Já Dilma Rousseff, sucessora de Lula e vitoriosa nas eleições presidenciais de 2010, manteve a mesma coalizão de Lula, compondo as oito legendas que integraram seu bloco de sustentação no Congresso. Com uma ampla base de apoio, já no primeiro mandato, Dilma teve enorme dificuldade de gerenciar a coalizão governante, que contava com o PMDB como principal aliado.

⁹² No primeiro governo de FHC (1994-1998) a coalizão era formada pelo PSDB, PFL, PMDB, PTB e PPB. A mesma coalizão se estendeu para o segundo mandato (1998-2002), com apenas algumas variações.

⁹³ A coalizão do primeiro mandato de Lula era composta pelos seguintes partidos: PT, PMDB, PP, PL, PTB, PSB e PC do B.

O surgimento de casos de corrupção fez com que Dilma demitisse, ao longo de quatorze meses no poder, oito dos 39 ministros que compunham a equipe presidencial. As demissões atingiram diversos partidos da base aliada. As trocas de ministros acusados de corrupção e os rearranjos efetuados no interior do próprio governo geraram um sentimento de faxina que estimulava a imprensa, imprimindo um estilo próprio de governo, distinto do antecessor Lula (FERNANDES, 2012).

A intransigência da presidente ocasionou desconforto na base governista e partidos como PR, PC do B e PDT ameaçavam abandonar a aliança com o governo. Com o PMDB, principal aliado da coalizão, os desentendimentos surgiram já nos primeiros meses do mandato presidencial. No rol das discórdias, o partido criticava o fato de que boa parte das nomeações ministeriais era concedida ao PT.

Além disso, Dilma era acusada de exigir lealdade sem compartilhar o poder. Apesar do clima pouco amistoso, no pleito de 2014, Dilma formou uma coligação composta por nove partidos, entre os quais o PMDB.

No Brasil, o funcionamento da coalizão está intrinsecamente ligado a barganhas e chantagens políticas, praticadas por meio da distribuição de cargos públicos, concessão de benefícios, pagamentos de propinas, entre outras ilicitudes. A cultura da politicagem, nome popular para o fisiologismo político, constitui, tal qual elucidou Resende (1992), os mais perniciosos males que afligem a nação brasileira, já que se tornou a chave da decadência das instituições, do aumento crescente da corrupção e dos entraves ao desenvolvimento do país.

Como exemplo das chantagens políticas, vale retomar que a atribulada campanha eleitoral de Dilma, em 2014, foi marcada pelo início da Operação Lava Jato e a ampliação de denúncias de corrupção envolvendo partidos e políticos da base aliada, especialmente o PT e o PMDB. A vitória de Dilma nas urnas supostamente representava para políticos da coligação governista a possibilidade de o Poder Executivo exercer maior controle sobre a Lava Jato, com o cerceamento das ações do Ministério Público, da Polícia Federal e do juiz Sérgio Moro, além da blindagem dos aliados políticos, em especial dos poderosos envolvidos nas acusações.

Em contrapartida, a ampliação do número de envolvidos no esquema de corrupção, já no início do segundo mandato presidencial, provocou uma fissura na coalizão governista. Ao mesmo tempo, as denúncias de corrupção na Petrobras enfraqueciam o governo, uma vez que parte das transações ilícitas ocorreu entre 2010 e 2014, quando Dilma já ocupava o posto presidencial.

Nesse contexto, o fisiologismo tornou-se a arma dos membros do Congresso Nacional contra o Planalto. Liderados pelo deputado federal Eduardo Cunha (PMDB) e pelo senador Renan Calheiros (PMDB), presidentes da Câmara dos Deputados e do Senado, respectivamente, congressistas passaram a impor uma série de derrotas nas votações das emendas do governo, além de transformar a abertura do processo de impeachment em elemento de chantagem e barganha política.

Como agente da disputa política, os meios de comunicação apostaram em pautas e coberturas que acirram o embate político, reascendendo o debate para a temática do enquadramento midiático. O enquadramento da mídia, segundo Leal (2011, p. 2), é a ação onde “o jornalista opta enquadrar um fato de uma determinada forma e não de outra, enfocando assim uma parte da realidade em detrimento de outra”. A grande mídia, em parte representada pelo Grupo Abril e Organizações Globo, foi acusada por membros da sociedade civil de promover uma veiculação seletiva dos fatos, em que privilegiava determinados acontecimentos e ignorava questões relevantes para maior compreensão da crise política que se instaurava.

Nesse ambiente de embate político-midiático, a polarização partidária que não é um fenômeno novo, ganhou fôlego no Brasil a partir das manifestações de junho de 2013. Reforçada pelas redes sociais, especialmente o *Facebook*, as ideias de direita e esquerda polarizaram as discussões políticas. “A tendência que a política enfrenta é a de radicalização das ideologias políticas e potencial crescimento da base de discussão” (BRUGNAGO; CHAIA, 2015).

A retomada do contexto político se justifica uma vez que a decupagem narrativa dos vídeos selecionados, realizada na fase de análise do material selecionado, apontou que os elementos acima são comuns às unidades de análise selecionadas.

Portanto, após o cruzamento, são definidas como unidades de codificação, as questões a seguir:

- Personagens;
- Enquadramento midiático e veiculação seletiva;
- Clientelismo;
- Política de coalização;
- Polarização partidária.

4.2.5 Interpretação dos resultados

4.2.5.1 Representação

A representação é parte fundamental do entendimento dos sentidos entre membros da mesma cultura. Stuart Hall (1997 apud FERNANDES, 2014) coloca que o processo envolve linguagem, através de signos e imagens, e estes representam no imaginário social algo que é comum ao grupo. A troca de sentidos por intermédio da linguagem forma a comunicação. Soares (2009) entende que a representação é processo integrante dos meios de comunicação, já que estes, através de seus produtos, produzem imagens que representam situações, pessoas e fatos.

No eixo de análise, verifica-se que composição dos episódios da *websérie* parte do pressuposto de algum evento ou acontecimento com apelo midiático, assim há uma representação de forma caricata, de personagens e eventos.

Tabela - Análise dos resultados - Representação.

	Reunião de emergência	Financiamento	Alianças
Personagens	Dilma Rousseff; José Sarney; Lula.	Candidatos das eleições de 2014 com ligação com financiamento de empresas, especialmente PMDB.	Dilma Rousseff; PMDB; Bancadas evangélicas, de liberação das armas e do agronegócio; Aécio Neves; Renan Calheiros.
Enquadramento midiático e veiculação seletiva	Manifestações de junho de 2013; Denúncias das empreiteiras; royalties do petróleo. Citação de programas como <i>Big Brother</i> e Campeonato brasileiro; Preocupação com o discurso sobre a reação do governo diante dos protestos. Primeiras impressões da imprensa acerca dos protestos como “baderna”; Insistência em desmerecer o movimento, através do personagem Gorila Suquinho.	Debates sobre financiamento de campanha; denúncias contra empreiteiras e empresas na Lava Jato. Debate eleitoral na TV. Apatia da mídia diante de algumas posturas.	A nova bancada de aliados na reeleição de Dilma em 2014. Denúncias no <i>Fantástico</i> . Foco em denúncias locais diante da crise federal.

Reunião de emergência 2	Delação	Reunião de emergência 3, Delação 2
-------------------------	---------	------------------------------------

Personagens	Michel Temer; Dilma Rousseff; Japonês da Federal; Lula.	Polícia Federal e a operação Lava Jato; Deputados denunciados em esquemas da Petrobrás, especialmente PSDB e PMDB; Juiz Sérgio Moro, Lula, Dilma Rousseff.	Integrantes do grupo <i>Porta dos Fundos</i> ; Bessias; Lula.
Enquadramento midiático e veiculação seletiva	Manifestações de Março de 2016; Cobertura da mídia e das redes sociais; Sequências de prisões na Lava Jato. A preocupação com a quantidade de pessoas nas manifestações, polêmicas acerca dos participantes; espetacularização de criminosos.	Sequência de delações premiadas da Lava Jato que tem como foco o governo Petista e seus parceiros. Divulgação dos casos de prisão e denúncia de membros do governo.	Ataques dos internautas ao grupo depois da divulgação do vídeo. Mobilização da classe artística em pró do governo. Questões das leis de incentivo à cultura e número de seguidores.

Fonte: Autoria própria (2016).

4.2.5.1.1 Personagens

Os personagens de cada episódio são escolhidos levando em consideração o cenário político do momento da produção. No entanto alguns se repetem de maneira sistemática. Isso é o caso de Dilma Rousseff e Lula, além de citações ao partido PMDB. Dilma e Lula são citados em cinco dos seis vídeos. Já o PMDB, é citado ou representado diretamente em quatro.

É interessante observar como o processo de deterioração da imagem da presidenta cresce conforme a ordem cronológica dos vídeos. Em *Reunião de Emergência*, Dilma aparece como representante central, colocada na ponta da mesa, numa simbologia clara de liderança. Suas falas são fortes e diretas, determinando ações de maneira objetiva.

Tabela - Representação postural de Dilma no episódio Reunião de emergência.

Tempo	Vídeo	Áudio
0'03		Burburinhos.
1'26		Mulher: É só um corte de 20 por cento!
1'43		Mulher: Gente, é só o tempo de o povo dispersar. Em um mês tudo volta a ser como era antes. Vai voltar campeonato brasileiro, vai voltar <i>Big Brother</i> ...

Fonte: Autoria própria (2016).

A presidente, mesmo pressionada por outros integrantes da mesa, ainda mantém a liderança e adota um tom conciliador durante a discussão. Isso retrata o momento em que Dilma vivia em 2013, após desajustes com o PMDB e tomadas de decisão que iam contra os acordos pré-estabelecidos com a base aliada. No vídeo, a presidente também se apresenta preocupada com as Manifestações de Junho de 2013. Essa postura enfoca a queda da popularidade do governo naquele momento, de 65% como bom/ótimo em março para 30% no dia 28 de junho⁹⁴.

⁹⁴ Conforme pesquisa do Instituto *Datafolha*. Disponível em: <http://datafolha.folha.uol.com.br/opiniaopublica/avaliacaodegoverno/presidente/dilma/indice-1.shtml>. Acesso em: 12 dez. 2016.

A sátira desta representação de Dilma se dá pela valorização da postura masculinizada e tom forte diante da situação. Petry (2013) cita que as representações gráficas de humor da presidente sempre se dão neste processo, numa imagem de que uma mulher feminina é incapaz de governar. O processo de transformação da imagem de ex-militante em elegante senhora capaz de gerir um país é desmontada pelas fortes expressões faciais e corporais.

No vídeo *Reunião de emergência*, um detalhe importante é que em praticamente todas as cenas que mostram a presidente o plano de câmera fechado – ou *close-up* – é utilizado. A angulação de câmera fica entre frontal e $\frac{3}{4}$. Isso reforça a satirização, já que conforme os componentes da mesa se manifestam e apresentam seus problemas diante da situação, a presidente mostra-se mais ou menos preocupada, numa clara alusão de quem são os apoiadores que realmente interessam ao seu governo. As piadas do roteiro centram-se no realismo, no processo que Helitzer e Shatz (2014) chama de “essencial para o público compartilhar a bronca em relação e um alvo comum” (p.166). O alvo, no caso, a presidente.

Tabela - Expressões faciais de Dilma no episódio *Reunião de Emergência*.

Tempo	Vídeo	Áudio
0'46 a 0'49		Homem 2: Eu já estou com esse dinheiro todo comprometido com a Copa do mundo!

1'48		<p>Mulher: Lá na frente você vai poder fazer o que você quiser, meu querido.</p>
------	--	--

Fonte: Autoria própria (2016).

Já em *Alianças*, a presidente é representada como uma pessoa desinformada e submissa às decisões das coligações que fez. Todas as decisões são tomadas pelos assessores e pelo PMDB. Ao final do vídeo, Dilma aparece limpando o chão e questionando rigidez dos processos da casa.

Tabela - Representação de Dilma no episódio *Alianças*.

Tempo	Vídeo	Áudio
0'08		<p>Mulher: Tá. Tá. E quem são essas pessoas aê?</p>
0'10		<p>Homem 1: Essa é a sua nova bancada de aliados.</p>

0'42		<p>Mulher: Vem “cá”, não tem nenhum outro ministério pra gente realocar ele não? Que combine mais com o perfil de gente “que nem” ele assim?</p>
1'22		<p>Homem 1: É pois é, mas para ele ficou prometido o cargo de Presidente da República. É porque a oposição fez acordo com a bancada evangélica e já tinha todo o acordo com o pessoal do agronegócio, né?! Todos eles muito bem acordados com o pessoal da bancada gay que tem acordo com o pessoal da bancada dos negros. Muito bem articulados todos com a CUT, muito bem fechados num pacto forte com o PMDB. Então, vai assumir o cargo de Presidente da República no seu lugar.</p>
1'54		<p>Mulher: Não tá tranquilo aqui, não, tranquilo, emprego bom, pego décimo terceiro salário, sabe? Plano de saúde, tá tranquilo viu, é não, dá pra aguentar. O pessoal aqui é “brabo” viu vou te “fala” um negócio, que outro dia eu queimei uma camisa me colocaram pra</p>

		pagar, pois é rapaz só isso ai que tá me invocando aqui.
--	--	--

Fonte: Autoria própria (2016).

Lançado há dez após a definição do segundo turno eleitoral, ocorrido em 27 de outubro de 2014, esse episódio possui uma representação clara ao cenário daquele momento. Trata-se de uma crítica à necessidade da criação de coligações para manter a base no Congresso e no Senado. Nas eleições de 2010, a base aliada conseguiu 352 eleitos, contra 136 de oposição e 25 não alinhados. Em 2014, esse número passou para 304 na base aliada, 181 na oposição e 28 não alinhados. Dada à disputa do segundo turno, mesmo com a maioria ainda mantida, a presidente perdeu força e teve que se submeter a acordos para governar.

O tom humorizado é construído na ironia, apresentada através de Dilma no contexto da situação. Hutcheon (2000) afirma que o contexto da ironia é composto por três elementos: circunstancial, textual e intertextual. No caso, o contexto circunstancial, aquele que é dado pelo campo enunciativo, acontece através da reunião com a base. O irônico se dá porque esta reunião que deveria apresentar à Dilma seu apoio, a coloca como distante e desinformada, numa sensação em que todos do ambiente estão mais preparados e engajados do que a presidente eleita. O contexto textual da ironia é construído através das falas dos personagens. Dilma apresenta uma sequência de falas em que reforça seu deslocamento em relação aos acordos construídos como, por exemplo, na cena em que pergunta qual será sua função no governo, já que todos ocuparam as funções vagas. Há dois momentos em que Dilma apresenta postura determinada e de liderança, mas esses são rapidamente bloqueados pelas falas do assessor. Já o contexto da intertextualidade é dado através do “composto de todas as outras elocuições relevantes que se relacionam com a interpretação da elocução em questão” (HUTCHEON, 2000, p. 207). Essas elocuições são representadas pelas posturas dos demais personagens do vídeo, que parecem pouco se importar com a presidente eleita. A questão é que todos demonstram felicidade e satisfação pelo poder conquistado, tendo apenas algumas preocupações acerca de investigações e negociações.

Assim como em *Reunião de Emergência*, o enquadramento nas cenas de Dilma concentra-se em plano fechado, especialmente nas expressões faciais da atriz. Há

também algumas cenas de meio plano que valorizam a expressão corporal, que se alterna conforme os integrantes da reunião são apresentados.

Em *Reunião de emergência 2 e Delação*, Dilma já se apresenta como “fora do jogo”. No caso de *Reunião de emergência 2*, Michel Temer aparece como grande articulador, enquanto a presidente está acuada embaixo da mesa, numa clara referência ao processo de impeachment aceito por Eduardo Cunha (PMDB) em dezembro e que já tramitava no Congresso; além da pressão popular causada pela sequência de manifestações no início de 2016.

Tabela - Representação de Dilma no episódio *Reunião de Emergência 2*.

Tempo	Vídeo	Áudio
1'21		Homem 1: Tá aqui embaixo, em posição fetal, com punho na boca. Está chorando e babando há duas semanas desde que saíram essas ligações aê. Eu estou interino no lugar dela.

Fonte: A autoria própria (2016).

As ligações citadas no momento em que Dilma é representada no vídeo referem-se às gravações vazadas pela Polícia Federal no dia 16 de março de 2016, acerca do acordo para tornar Lula ministro. A questão abalou claramente a presidente, que nos dias seguintes realizou discursos inflamados contra a ação. No entanto, já com a imagem prejudicada, Dilma foi colocada em posição de ameaçada.

Já em *Delação*, a expressão “a comparsa” coloca Dilma como uma simples replicadora das ações de Lula, sendo orientada por ele e protegendo-o em situações de ameaças, como no caso da condução coercitiva em 04 de março de 2016.

No caso de Dilma, toda a desconstrução acontecida ao longo dos episódios evidencia o grotesco que Sodré (2002, p. 60) trata como “radiografia inquietante, surpreendente, às vezes risonha, do real”. O riso se dá pela sensação de superioridade em relação às situações em que a presidente se encontra, na insensibilidade e na indiferença do espectador (BERGSON, 1987).

Lula também é citado em cinco dos seis episódios selecionados. Em todas as ocasiões, o ex-presidente é apresentado como alguém temível, intocável e que lidera as decisões.

No episódio *Reunião de Emergência*, Lula é citado de maneira indireta durante as cenas e maneira direta, ao final do vídeo. A maneira indireta aconteceu quando o personagem de Fábio Porchat, que é chamado de senador, diz que não estava sabendo das manifestações populares de junho de 2013, pois estava em Cancún, México. Algumas cenas depois, quando a personagem de Dilma pede que todos reduzam os desvios para acalmar a revolta popular, o mesmo personagem vira-se para o colega e diz que acabou de comprar um jatinho e precisava do dinheiro.

Tabela - Representação de Lula no vídeo *Reunião de Emergência*.

Tempo	Vídeo	Áudio
0'29		Homem 3: Que manifestações? Que passeatas? De onde veio isso?
0'33		Homem 3: Não! Estava em Cancún até agora. Voltei para essa reunião. Gente!
1'03		Homem 3: Acabei de comprar um jatinho.

Fonte: Autoria própria (2016).

A estética humorística do sarcasmo - que se baseia na imagem ruim do que está sendo satirizado - dá-se porque naquele momento, cerca de dez dias antes da publicação do vídeo, em 27 de junho, um boato muito forte junto à imprensa e *blogs* políticos da internet colocava que Lula havia comprado um jato avaliado em cerca de U\$ 50 milhões no Caribe. A transação teria ocorrido em dinheiro vivo e o avião adquirido estaria no nome do filho do ex-presidente, conhecido popularmente por Lulinha. Nenhuma das informações foi confirmada posteriormente e revistas como a *Forbes*⁹⁵ chegaram a produzir editoriais sobre o assunto.

No final do vídeo, no entanto, o nome de Lula é citado de maneira explícita, onde um dos componentes da reunião quer saber quem contará sobre o que foi acordado na sala. Todos os integrantes se preocupam com a questão, já que a presidente irá lidar com a mídia. Para resolver, um dos componentes pega um boneco de pano e com uma voz infantil se prontifica.

Tabela - Expressões ao citar Lula no episódio *Reunião de Emergência*.

Tempo	Vídeo	Áudio
1'55		Homem 3: E quem é que vai falar para o Lula?

⁹⁵ Disponível em: <http://www.revistaforum.com.br/blogdorovai/2013/08/23/lula-e-lulinha-sao-bilionarios-a-esquerdista-forbes-diz-que-nao/>. Acesso em: 02 dez. 2016.

		
1'59		Homem 5: Eu vou!

Fonte: Aatoria Própria (2016).

O boneco, que ao final do vídeo se apresenta como “Gorila Suquinho”, incentiva o espectador a ficar em casa nas manifestações, chamando quem as frequenta de “bandido”, “vândalo” e “vagabundo”.

Tabela - Representação Gorila Suquinho no episódio *Reunião de Emergência*.

Tempo	Vídeo	Áudio
2'09		<p>Fantoches: Oi amiguinhos, aqui é o Gorila Suquinho! Eu venho aqui fazer um pedido para vocês: fiquem em casa! Não vão para a rua! Na casa é muito mais legal! Tem brinquedo, hambúrguer, desenho animado! Na rua só tem bandido, vândalo e vagabundo. Hihihih. Ok então, um beijo no coração de vocês. Tchau!</p>

Fonte: Autoria própria (2016).

O boneco é uma alusão a duas questões: a primeira ao fantoche *Marcelinho*, que possui um canal no *YouTube* onde lê contos eróticos de forma cômica. *Marcelinho* foi usado nas manifestações como símbolo anti-partidos. Manifestantes o seguravam junto a cartazes com dizeres como “cansei de ser manipulado”⁹⁶ e “e não sou boneco de ninguém”. Com o tempo, as manifestações substituíram *Marcelinho* pelo *Pixuleco*, boneco do presidente Lula vestido de presidiário e com uma placa no peito com os números 13-171, em referência aos números do Partido dos Trabalhadores (13) e ao artigo do Código Penal 171 que define o crime de estelionato, ou na definição jurídica, “obter, para si ou para outrem, vantagem ilícita, em prejuízo alheio, induzindo ou mantendo alguém em erro, mediante artifício, ardil, ou qualquer outro meio fraudulento”⁹⁷. A segunda alusão do Gorila Suquinho é a representação de como os partidos e a imprensa entenderam os movimentos de junho de 2013 no seu primeiro momento.

Lula também é citado de maneira simbólica no vídeo *Alianças*. Ao final, quando Dilma se encontra no chão contando como está sua vida no governo, ela usa expressões

⁹⁶ Disponível em: <http://www.casseta.com.br/blog/2013/06/21/os-melhores-cartazes-da-manifestacao/>. Acesso em: 03 jan. 2017.

⁹⁷ Disponível em: <http://www.jusbrasil.com.br/topicos/10617301/artigo-171-do-decreto-lei-n-2848-de-07-de-dezembro-de-1940>. Acesso em: 03 jan. 2017.

como “tá tranquilo” e “rapaz”, típicas do ex-presidente. Além disso, a conversa possui tom de confissão, numa clara referência à relação da então presidente com seu mentor político.

Tabela - Representação de Lula no episódio *Alianças*.

Tempo	Vídeo	Áudio
1'54		<p>Mulher: Não tá tranquilo aqui, não, tranquilo, emprego bom, pego décimo terceiro salário, sabe? Plano de saúde, tá tranquilo viu, é não, dá pra aguentar. O pessoal aqui é “brabo” viu vou te “fala” um negócio, que outro dia eu queimei uma camisa me colocaram pra pagar, pois é rapaz só isso aí que tá me invocando aqui.</p>

Fonte: Autoria própria (2016).

No vídeo *Financiamento*, não há citação direta ao Lula, mas as especiais valorizações das relações do candidato da história, com as empreiteiras OAS e Odebrecht, que sempre tiveram suas investigações ligadas à Lula, fazem este papel. No episódio *Reunião de emergência 2*, Lula novamente é citado, mas, agora, de forma direta, como um líder com o qual nenhum dos presentes quer lidar. Ao concluírem que o personagem “Linguiceiro de Diadema” irá assumir o Ministério da Justiça, um dos presentes questiona que o Linguiceiro terá de lidar diretamente com o ex-presidente. O Linguiceiro, que está amordaçado e em uma camisa de força, desespera-se e grita continuamente.

Tabela - Representação de Lula no episódio *Reunião de Emergência 2*.

Tempo	Vídeo	Áudio
2'33		<p>Homem 4: É mas aí você vai colocar ele pra tratar direto com o Lula, né?</p> <p>Homem na camisa de força:</p> <p>Hum...Hu...Hummmmm...</p>

Fonte: Autoria própria (2016).

A mesma imagem de líder temido é reforçada no vídeo *Delação*, onde o personagem de Gregório Duvivier, um policial federal, se empolga com a notícia de ter conseguido uma forma de emitir um mandado de prisão, numa clara alusão à sequência de citações do nome do ex-presidente nas ações da Lava-Jato. Por fim, em *Reunião de Emergência 3*, *Delação 2*, Lula é citado com um líder carismático e que cativa multidões. Apesar de novamente citado como inatingível, por exemplo, no trecho onde João Vicente diz que não se preocupa com as regras e que ligará diretamente para contar a situação, Lula é colocado como um grande homem. Nos 1'02 minutos de vídeo, Gregório utiliza a frase “Lula é um ladrão que roubou meu coração!” para ilustrar a relação ambígua da imagem do ex-presidente com apoiadores e críticos.

Tabela - Representação de Lula no episódio *Reunião de Emergência 3, Delação 2*.

Tempo	Vídeo	Áudio
1'02		<p>Gregório: Eu não consigo disfarçar! O Lula é um ladrão que roubou meu coração. Quando eu vejo, gente, não dá, é mais forte do que eu, eu tenho que defender o PT, é um partido animado, honesto pra “caralho”.</p>
1'13		<p>Antonio: Fábio, pega logo os sete milhões e meio que o Lula mandou pra gente pela Lei Rouanet e coloca numa maleta que a gente vai ter que sumir por uns tempos.</p>
1'26		<p>João: Eu vou ligar pro Lula, “foda-se” eu vou ligar pra ele. Antonio: Eu já liguei pro Lula, pra única linha que ele tem que não foi grampeada e que só nós temos acesso.</p>

Fonte: Autoria própria (2016).

Numa análise da imagem de Lula pelo *Porta dos Fundos*, fica claro que este é colocado como o líder de bastidores, já que não aparece em nenhum vídeo de maneira “física”. A apresentação como um homem temível e inalcançável choca-se com o que Martinho (2010, p. 112) encontrou nas charges. A autora coloca que, nas charges, o ex-presidente é representado por “pré-conceitos com relação à incapacidade intelectual [...] ignorância ao desconhecimento diplomático”. Um ponto que pode ser entendido nesta forma de representação é que desde a campanha para sua sucessão, Lula tem afirmado que não participaria dos governos de Dilma. No entanto, com a queda de Palocci, isso aconteceu. Lula foi obrigado a assumir a articulação com a base, de maneira que não ofuscasse as decisões da presidente, mas que mantivesse o controle. Outro ponto que pode ser lembrado por esse conjunto de representações é que em todas as denúncias de corrupção em que seu nome era citado, Lula fazia questão de dizer que “não sabia de nada”, numa frase que se tornou posteriormente muito utilizada por oponentes políticos e humoristas. A sátira construída em torno do ex-presidente valoriza a postura de “segundo plano” assumido no período do governo de Dilma. Sempre protagonista e líder, Lula manteve seu poder nos bastidores, tentando construir uma relação de “distante” para o eleitorado, o que foi desconstruído posteriormente.

O Partido do Movimento Democrático Brasileiro (PMDB) é representado diretamente em quatro episódios: *Reunião de emergência*, *Alianças*, *Reunião de emergência 2* e *Delação*.

Apesar de não haver denominação do partido ou de algum político pertencente ao PMDB no episódio *Financiamento*, há a citação nos pós-créditos do nome “Armando”. Podendo ser apenas uma coincidência, Armando é o primeiro nome do político Armando Vergílio, do Partido Social Democrático (PSD) de Goiás. Apadrinhado pelo governador do estado, Marconi Perillo (PSDB), Armando é grande parceiro de Iris Rezende (PMDB) e Júnior Friboi (PMDB). Armando Vergílio também ficou conhecido por negociar grandes valores para financiamento de campanha através de seguradoras. Nas eleições de 2012, o político chegou a arrecadar R\$ 3,9 milhões, sendo R\$ 434 mil vindo destas empresas. De 2007 a 2010, Armando Vergílio foi superintendente da SUSEP (Superintendência de Seguros Privados), no governo Lula (PT). Júnior Friboi (PMDB) é ex-presidente do grupo frigorífico JBS, enquanto Iris Rezende (PMDB) teria adquirido uma fazenda no estado de Mato Grosso com doações da Odebrecht. As duas empresas são citadas no pós-créditos do vídeo.

Tabela - Representação das doações de Friboi e Odebrecht no vídeo *Financiamento*.

Tempo	Vídeo	Áudio
2'33		<p>Homem na secretária eletrônica: Ô, Armando, a Odebrecht está triste sem você, cara! Tá sentindo sua falta, vamos retomar aquela conversa. Hein?! Esquece o passado! Vamos pensar nesse mandato lindo que a gente tem pela frente para construir junto! Tá bom? Liga pra gente! Deixa de besteira, beijo!</p> <p>Bip e o homem na secretária eletrônica 2: Querido, adorei o debate, tá?! Você estava maravilhoso. Estou te mandando aquela bisteca que você adora, tá?! Beijinho no ombro e abraço da Friboi.</p>

Fonte: Autoria própria (2016).

As demais citações ao PMDB são feitas através de personagens atuantes ou citações diretas. No vídeo *Reunião de emergência*, um dos personagens da reunião possui sotaque forte e afirma que não irá realizar obras para acalmar o âmbito popular. Ao dizer que “não jogou o Maranhão na merda”, a personagem faz uma clara referência à José Sarney (PMDB), até fevereiro de 2013 presidente do Senado, e pertencente a tradicional família política do estado do Maranhão, uma das mais ricas do país. O estado do então senador possui um dos maiores índices de desigualdade social, além da pior infraestrutura educacional do Brasil⁹⁸.

⁹⁸ Os dados completos acerca da situação social do país podem ser verificados através do “Mapa da exclusão social no Brasil”, livro de José de Jesus Sousa Lemos, com terceira edição atualizada publicada em 2012. O acesso é gratuito através do endereço: http://www.bnb.gov.br/projwebren/Exec/livroPDF.aspx?cd_livro=224. Acesso em: 06 jan. 2017.

Tabela - Representação de José Sarney no episódio *Reunião de Emergência*.

Tempo	Vídeo	Áudio
1'06		<p>Homem 1: Deus me defenda! Porque esse é um caminho que não tem volta! Se for fazer escola, não vai parar de fazer escola.</p>
1'20		<p>Homem 1: Aí o senhor Senador, o senhor me desculpe, mas eu não joguei o Maranhão na merda para vir prefeitinho de São João das Couves pra ficar rico!</p>

Fonte: Autoria própria (2016).

Renan Calheiros (PMDB), que assumiu o lugar de Sarney na presidência do Senado, em Fevereiro de 2013, é citado no vídeo *Alianças*. O vídeo também apresenta uma série de personagens que representam a chamada bancada “BBB”, bíblia, bala e boi. No caso, o personagem “Tião do fuzil”, representando a bancada da bala, e “Pastor Jeseilson”, da bancada evangélica (Bíblia). Todos são filiados ou ligados por acordos com o PMDB. Essas ligações determinam os cargos que irão assumir após a eleição de 2014.

Tabela - Representação da articulação do PMDB no episódio *Alianças*.

Tempo	Vídeo	Áudio
0'11		<p>Homem 1: Se a senhora lembra, Tião do Fuzil, miliciano do Rio do Janeiro, um dos mais votados nessa eleição, conseguiu bastante votos pra senhora se reeleger. É um dos responsáveis com certeza “pro ce ta” aqui.</p> <p>[...]</p> <p>Homem 1: Tião vai ser secretário de pesca.</p> <p>[...]</p> <p>Homem 1: Ele é do PMDB.</p>
0'27		<p>Homem 1: Não sei se a senhora recorda também, nosso querido pastor Jeseilson.</p> <p>[...]</p> <p>Homem 1: Esse cargo foi prometido para a bancada religiosa e ele é PMDB.</p>

1'22		<p>Homem 1: E esse é o nosso querido Senador!</p> <p>[...]</p> <p>Homem 1: É pois é, mas par ele ficou prometido o cargo de Presidente da República. É porque a oposição fez acordo com a bancada evangélica e já tinha todo o acordo com o pessoal do agronegócio, né?! Todos eles muito bem acordados com o pessoal da bancada dos negros. Muito bem articulados todos com a CUT, muito bem fechados com um pacto com o PMDB. Então, vai assumir o cargo de Presidente da República no seu lugar.</p>
1'40		<p>Homem 1: a senhora Presidente, fez tanto acordo, tanta aliança, que a gente te perdeu em algum momento, e a senhora vai ficar de suplente do Renan mesmo, que também é do PMDB.</p>

Fonte: Autoria própria (2016).

Já Michel Temer (PMDB) é colocado em *Reunião de emergência 2* como grande articulador. É interessante observar como a postura dos componentes da mesa ao lidar com Michel é diferente das posturas onde Dilma é figura central. Reforçando a questão da misoginia, há um claro respeito e tom mais ameno na contradição das decisões em que um homem - no caso Michel Temer - toma do que quando é uma mulher é a centralizadora. Outro ponto, é que o vídeo foi publicado no dia 21 de março, apenas sete dias após a maior manifestação pós-redemocratização. Com o impeachment de Dilma

dado como certo, os olhares passaram a se voltar para Temer, que posteriormente assumiria a presidência. No caso do vídeo, Temer já toma as decisões e encaminha os processos.

Tabela - Representação de Michel Temer no episódio Reunião emergência 2

Tempo	Vídeo	Áudio
0'00		<p>Homem 1: Senhores ministros, a situação piorou. Eu convoquei essa reunião de emergência. Infelizmente, um de vocês vai ter que ser demitido.</p>
1'21		<p>Homem 1: Tá aqui embaixo, em posição fetal, com punho na boca. Está chorando e babando há duas semanas desde que saíram essas ligações aê. Eu estou interino no lugar dela.</p>

Fonte: Autoria própria (2016).

A articulação do PMDB junto a outros partidos também é citada no vídeo *Delação*. Na ocasião, o deputado que realiza a delação diz que a reunião em Paris foi um encontro “de aliados” entre o partido e o PSDB.

Numa clara alusão da força do PMDB dentro do cenário político nacional, a comicidade se dá pela falta da possibilidade de enfrentamento da estrutura criada pelo partido, que determina todos os passos do país com seu jogo de forças organizado. O riso neste caso se dá no processo que Slavutzky (2014) chama de “capacidade de aceitar as imperfeições da vida” (p.228). A própria população elege e aceita as decisões de um partido que tem como premissa a manutenção do poder pelo poder.

Mesmo se posicionando como líder de oposição, PSDB é citado apenas três vídeos: *Alianças*, *Delação* e *Reunião de emergência 3*, *Delação 2*. No primeiro vídeo, duas figuras representativas do partido são citadas. A primeira é o ex-presidente Fernando Henrique Cardoso. No vídeo, Fernandinho como é chamado no episódio, diz

que será denunciado no programa *Fantástico* pelo esquema de gerenciamento de águas de São Paulo. O uso de FHC não foi em vão. Nas duas campanhas eleitorais para presidência em que saiu vitorioso (1994 e 1998), a promessa de transposição do Rio São Francisco foi colocada. No entanto, o projeto não saiu do papel com a justificativa de que não havia água suficiente para atender a obra. A situação de falta de água, no entanto, atingiu São Paulo. No dia 1º de outubro de 2014, a Cantareira, principal reservatório do estado e que abastece a região metropolitana, chegou a 6,7% da capacidade. Segundo especialistas, além de naturais, as causas da falta de água foram essencialmente erros de gerenciamento e ausência de planejamento por parte do governo do estado, administrado por Geraldo Alckimin (PSDB), companheiro de partido do ex-presidente. Uma CPI da SABESP (Companhia de Saneamento Básico do Estado de São Paulo) foi instaurada, porém posteriormente o caso não teve repercussão.

Fernando Henrique Cardoso também é citado em *Delação*. A questão colocada foi a suposta compra de votos para a emenda que permitia a reeleição do então presidente da república, em 1997. As acusações falam em mais de 50 deputados. O assunto voltou aos holofotes em março de 2016 com a delação do ex-deputado federal Pedro Corrêa, do Partido Progressista (PP). Corrêa apresentou também uma lista de “operadores da propina” que se organizavam através de bilhetes para pagamento dos valores acertados.

Tabela - Citação à FHC no episódio *Delação*.

Tempo	Vídeo	Áudio
0'56		<p>Homem 1: Ah bom tem essa aqui, acho que essa vai te interessar. Então porque é uma lista com todos os políticos que aceitaram dinheiro em troca do voto a favor da reeleição do presidente Fernando Henrique.</p>

Fonte: Autoria própria (2016).

Num segundo momento do episódio *Alianças*, o senador mineiro Aécio Neves é representado, porém sem ter seu nome citado. Num trecho em que o assessor explica o

que o “querido senador” está fazendo ali, Dilma faz questão de dizer que o derrotou na eleição, mas é interrompida para ser dito que o oponente possui mais apoio e alianças e, portanto, irá governar no seu lugar. O processo de representação de Aécio Neves consiste, basicamente, em apresentá-lo como um membro forte e que está disposto a assumir a oposição. Isso acontece porque ao final do pleito de 2014, mesmo após ter reconhecido a derrota nas urnas, Aécio e o PSDB já começam a articulação para o processo de impeachment.

Já no vídeo *Delação*, o PSDB é o grande satirizado. O delator apresenta uma sequência de políticos que, juntos, receberam R\$ 25 milhões da Vale e R\$ 35 milhões da Petrobras. No entanto, as denúncias são recusadas pelo agente da Polícia Federal, numa clara alusão ao grande número de denúncias que são “engavetadas” nos governos tucanos. Na Lava Jato especialmente, Aécio Neves já foi citado e teve seu julgamento pelo STF em duas ocasiões, sendo absolvido em ambas. Aécio é acusado em mais duas denúncias que ainda não se concluíram. O senador Antonio Anastasia, também do PSDB, foi acusado de receber dinheiro do doleiro Alberto Youssef. Anastasia foi inocentado pelo STF. Já Aloysio Nunes Ferreira, senador por São Paulo, teve a autorização de investigação cedida pelo STF após a delação de Ricardo Pessoa, da construtora UTC. No entanto, em maio de 2016, Nunes foi escolhido como líder de governo de Michel Temer e seu caso também não teve repercussão. Um ponto interessante a ser observado, é que no vídeo *Reunião de emergência 2*, o ministro da Justiça chama-se Aloísio e é preso durante a reunião pela Polícia Federal. As denúncias contra Aloysio Nunes foram feitas na operação Lava Jato em dezembro de 2015. No governo de FHC, de 1999 a 2002, Aloysio Nunes foi ministro da Justiça.

Assim como o PMDB, o PSDB é representado pelo *Porta dos Fundos* como um partido organizado e intocável, com grande articulação junto a aliados e imprensa para ocultação de seus escândalos. Grupos de esquerda vêm acusando, inclusive, o juiz federal da operação Lava Jato, Sérgio Moro, de ser filiado e possuir amizades no partido, por não proceder denúncias que envolvam filiados. Porém, nenhuma das acusações foi comprovada⁹⁹.

⁹⁹ Em palestra nos Estados Unidos, em 14 de julho de 2016, o juiz Sérgio Moro explicou que todos os casos de denúncias envolvendo tucanos na operação Lava Jato referiam-se a políticos com foro privilegiado e, portanto, deveriam ser julgados pelo Supremo Tribunal Federal. No entanto, o juiz não explicou como as denúncias de FHC ainda não prosseguiram, mesmo sendo colocadas em delações. Disponível em: <http://www.valor.com.br/politica/4635167/sergio-moro-diz-que-nao-recebeu-casos-sobre-psdb>. Acesso em: 04 jan. 2017.

O humor nas representações do PSDB se dá sobre o perfil do “cômico soft” de Minois (2003, p.599), ou seja, menos cínico. O tom das piadas dá-se pelo absurdo da realidade contrastada ao espetáculo criado para entreter o eleitor, numa espécie de “bobo da corte político” destinado a “não mudar nada” (MINOIS, 2003, p. 599-600). As citações ao PSDB possuem um tom de aceitação da realidade como ela é.

Esse humor “macio” contrasta veemente com a representação de outros personagens secundários dos vídeos, como do policial federal Newton Hidenori Ishii, o “Japonês da Federal” em *Reunião de emergência 2*, e Jorge Messias, o “Bessias”, procurador da Fazenda e jurista da Casa Civil, no episódio *Reunião de emergência 3, Delação 2*. A piada acerca do Japonês da Federal é rápida e certa, sem nenhum medo da aproximação do bizarro e do ridículo, características do grotesco de Sodré (2002, p.30).

Tabela - Representação do Japonês da Federal no episódio *Reunião de Emergência 2*.

Tempo	Vídeo	Áudio
2'16		Sem falas.
2'18		<p>Homem 1: Cadê o Aluísio?</p> <p>Homem 2: Foi preso nesse meio tempo em que você estava nesse “stand upzinho” aí, levaram!</p> <p>Homem 1: Quem prendeu ele?</p> <p>Homem 2: O Japonês da Federal.</p> <p>Homem 1: E cadê o Japonês da Federal?</p> <p>Homem 3: Foi preso</p>



Fonte: Autoria própria (2016).

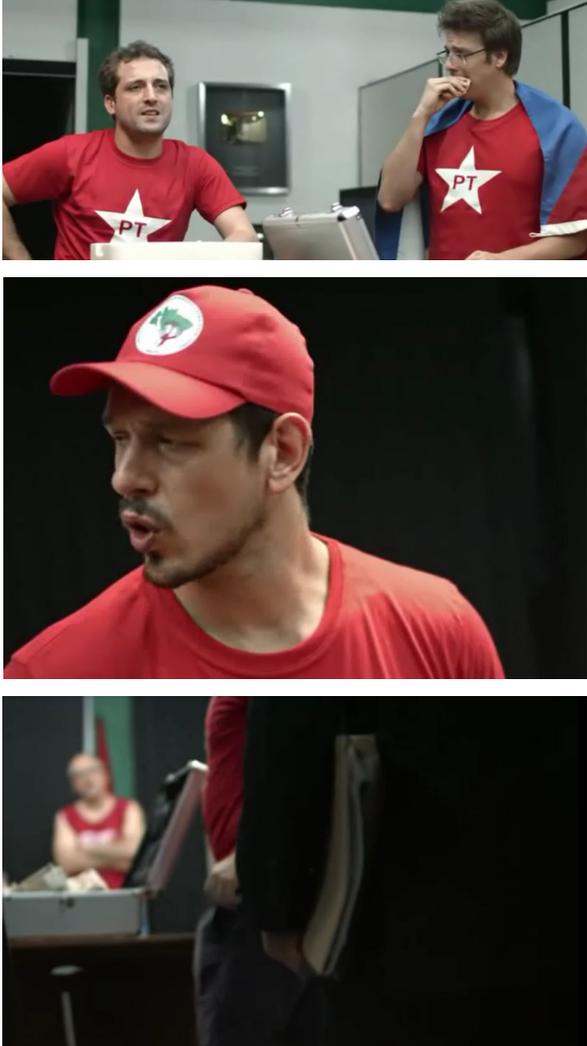
A situação humorística constrói-se pelo fato de Ishii ter ficado famoso por escutar os presos da operação Lava Jato, tornando-se mais tarde símbolo nas manifestações e até em marchinhas de carnaval¹⁰⁰. Porém, Ishii foi denunciado e, posteriormente, condenado na operação Sucuri, que apurava a facilitação de entrada de produtos contrabandeados do Paraguai. Com isso, a marchinha de carnaval foi atualizada¹⁰¹. A citação do Japonês da Federal também é uma crítica à Lava Jato e a sequências de prisões e fases. Há uma dificuldade por parte do público em acompanhar a velocidade e o número de acusados da investigação, daí o uso do termo “tá rápido o negócio, ô filhão!”.

Jorge Rodrigo Messias, o Bessias, tem seu humor construído na paródia. Sant’Anna (1988) explica que apesar da origem musical, uma paródia pode ser também uma releitura cômica com o objetivo de liberar as tensões dramáticas. Ou, ainda, “aquilo que veio ao cenário de nossa consciência nos trazendo informações que estavam ocultas” (SANT’ANNA, 1988, p. 31). A apresentação de Bessias no episódio segue justamente esta questão: um salvador. Desconhecido do público até a gravação da conversa onde Dilma aponta que o procurador levará o termo de posse da Casa Civil e que este deve ser assinado em “caso de necessidade”, numa clara referência às solicitações de Moro para depoimentos de Lula, Bessias torna-se até bordão e *memes*. Posteriormente, constatou-se que o procurador era de confiança dos integrantes do PT no governo, tanto que foi exonerado assim que o impeachment de Dilma foi confirmado. Em maio de 2016, a Casa Civil conseguiu que os e-mails de Bessias permanecessem em sigilo por cem anos.

¹⁰⁰ Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=u4cHIne__i4. Acesso em: 04 jan. 2017.

¹⁰¹ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=HY-pVeWx69o>. Acesso em: 04 jan. 2017.

Tabela - Representação de Bessias no episódio *Reunião de Emergência 3, Delação 2*.

Tempo	Vídeo	Áudio
2'16		<p>Gregório: Olha só gente agora questão de ordem, como é que a gente vai fazer pra continuar apoiando um governo corrupto, levando nossos milhões por fora e sem nunca ser punido hein?</p> <p>João: Como?</p> <p>Antonio: Bessias?</p>

Fonte: Autoria própria (2016).

Por fim, o próprio grupo e o público que os assistem se tornaram personagens. No caso do público, as críticas centram-se na parcialidade dos comentários e na habilidade de esquecer os escândalos, normalmente após abafamento pela mídia.

No episódio *Reunião de Emergência*, há justamente as duas críticas. Num primeiro momento, a presidente justifica sua solicitação através das manifestações populares de junho de 2013. Na segunda citação ao público, um dos presentes rasga um pedaço de papel citando a expressão “não é só pelos 20”, numa clara referência aos gritos emitidos pelos movimentos nos primeiros eventos. No entanto, ao citar o público

pela terceira vez, o tom de crítica aparece. A presidente informa que a correção da conduta acontecerá apenas até “o povo dispersar”, pois outros eventos virão e este será esquecido.

Em *Reunião de Emergência 2*, as críticas ao público são um pouco mais suaves, mas ainda presentes. Na primeira citação, o personagem de Fábio Porchat pergunta se Michel Temer não está exagerando, já que as passeatas não estavam mais tão centralizadas. Michel responde que ainda aconteceram manifestações, e de grande apelo, apenas o ministro não as viu. Num segundo momento, o mesmo personagem de Porchat cita a questão da criação do *meme* da babá nas manifestações de 15 de março de 2016. Ao criticar os movimentos, grupos de esquerda na internet se apegaram a uma foto onde a família participa dos protestos acompanhados da babá dos filhos, uniformizada tradicionalmente de branco. Várias discussões aconteceram em função do caso, inclusive com cobertura midiática. Os *memes* se centravam na capacidade de exploração da força de trabalho escravocrata - a data ocorrida foi um domingo e a foto tirada no bairro nobre de Copacabana, Rio de Janeiro – e na questão da extrema direita de se apropriar do discurso para o próprio bem. Defensores das manifestações apoiavam o discurso de que a babá estava em um trabalho honesto de uma família bem sucedida lutando contra a corrupção.

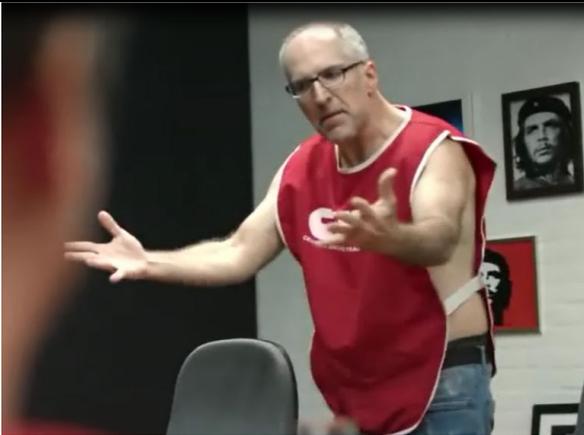
No entanto, o vídeo onde há maior concentração de críticas ao público é *Reunião de Emergência 3, Delação 2*. O próprio nome do vídeo já é ponto de ironia. No caso das produções com denominação *Reunião de emergência* (um e dois) há claras referências ao governo de Dilma e ao partido de esquerda, PT. No caso de *Delação*, o foco é a Polícia Federal, a operação Lava Jato e o partido de direita, PSDB. Ao juntar os dois nomes em um vídeo, o *Porta dos Fundos* mostra que nenhum dos lados possui favorecimentos e que todos merecem ser humorizados. Outro ponto é que os chamados “coxinhas”, militantes de extrema direita, são tão ironizados quanto os chamados “mortadelas”, militantes de esquerda. A expressão “coxinha” significa uma pessoa “certinha”, arrumada, que se mantém sempre dentro de padrões “ideais”. Os “coxinhas” têm medo de mudança e não gostam de entrosamento popular. Já “mortadela” foi atribuído a simpatizantes de esquerda devido à distribuição de pães com mortadela como forma de alimentação nas manifestações pró-governo. Denúncias de que, além do recebimento da alimentação, havia o pagamento de valores em torno de R\$ 30,00 para a participação, fizeram a internet se encher de *memes* e apelidar o grupo dessa forma. O pós-créditos do vídeo centram-se apenas nesta questão, onde um homem come os dois

produtos, numa analogia de que o grupo não poupa nenhum dos lados. Há uma representação da chamada “esquerda caviar” através de Gregório Duvivier. O ator passa boa parte do vídeo comendo a iguaria, numa simbologia às críticas aos militantes de esquerda que possuem posses. Algo inadmissível para a extrema direita.

Além disso, os militantes on-line também foram ironizados. Em dois momentos, Antonio Tabet os cita de forma sarcástica: o primeiro ao dizer que os comentaristas de *YouTube* são muito inteligentes; e o segundo que a arte dos *memes* é muito ruim.

Tabela - Representação do público no vídeo *Reunião de Emergência 3, Delação 2*,

Tempo	Vídeo	Áudio
2'16		<p>Fabio: Ao comunismo, a volta na excelente União Soviética e ao fim das investigações contra o PT e os aliados desse partido maravilhoso que deveria se manter no poder por muito tempo independente de qualquer coisa que aconteça dentro dele, alguma corrupção de tucanos que estão ali infiltrados.</p>

0'23		<p>Antônio: Companheiros do Humor a casa caiu. João: Cara que baixo astral é esse Antônio? Antônio: Ligaram os pontos, esses comentaristas de política do <i>Youtube</i> são muito inteligentes. João: Mas do que você ta falando de que cara? Antônio: Fomos desmascarados João. Fomos desmascarados entendeu? João: Que isso? Antônio: Nós já perdemos de 1 milhão de seguidores e de inscritos na última hora. João: Que isso? Antônio: 13 milhões. João: Não. Antônio: Já perdemos 27 milhões. Fabio: Não. Para! Antônio: Descobriram nosso esquema com o PT.</p>
		<p>Fabio: Como? Antônio: Ta tudo muito bem explicado em <i>memes</i> de <i>Facebook</i> Fabio, a arte é um pouco ruim? É! Poderia melhorar? Poderia! Mas é inegável que ele fizeram um excelente trabalho de investigação, farejaram todos os nossos rastros. Mas também pudera né? Alguém deu muita pinta né seu Gregório?</p>
1'37		<p>João: Como é que a gente fez tudo direito, a gente fez 600 vídeos pra disfarçar, a gente fez 20 vídeos falando só mal do governo e quando a gente foi fazer o único que realmente a gente queria fazer os Roche vão lá e desmascaram a gente, assim fica “foda”.</p>

2'19		<p>Gregório: Gente vocês por acaso viram essa encomenda aqui que chegou ou não? Fabio: Vi não, que encomenda? Gregório: Alguém mandou isso aqui pra gente. João: Será mais dinheiro? Gregório: Não é muito melhor que dinheiro. Oba sanduichinho de mortadela. Fabio: Não, não. Gregório: Hum esse aqui tem queijo hein!</p>
3'36		Som de mastigação.

Fonte: Autoria própria (2016).

Aos 1'00 minutos, Antonio Tabet cita que Gregório Duvivier “deu muita pinta”, numa referência a militância do ator e roteirista contra as ações do impeachment. A crítica aponta para o processo de *deslikes* no vídeo *Delação*, onde o ator é protagonista e que se tornou um dos vídeos mais negativados do *YouTube* e que acarretou perda de seguidores para o canal. No entanto, o roteiro da maioria dos vídeos políticos do grupo não pertence a Gregório e, sim, a Fabio Porchat. No caso das amostras desta dissertação, a distribuição pode ser analisada na tabela a seguir.

Tabela - Relação de roteiristas das amostras.

Data de publicação	Vídeo	Roteiro
27/06/2013	<i>Reunião de Emergência</i>	Antonio Tabet e Fabio Porchat
27/09/2014	<i>Financiamento</i>	Gabriel Esteves e Gregório Duvivier
06/11/2014	<i>Alianças</i>	Fabio Porcaht
21/03/2016	<i>Reunião de Emergência 2</i>	Antonio Tabet

02/04/2016	<i>Delação</i>	Fabio Porchat
11/04/2016	<i>Reunião de Emergência 3, Delação 2</i>	Fabio Porchat

Fonte: Autoria própria (2016).

Criticar seu público é uma atitude, no mínimo, ousada. Helitzer e Shatz (2014) colocam que o humorista deve ter a regra sagrada de nunca se inibir. O autor coloca que tentativa e erro fazem parte do processo criativo e que algumas coisas sempre funcionarão melhores que outras. No entanto, um ponto central em todas as teorias que buscam estudar humor, é que este é usado para combater o elo mais forte, o opressor. Ao colocar o público como item a ser criticado, o *Porta dos Fundos* abre duas vertentes: o espectador sabe que tem força para mudar a situação, mas não o faz por ainda estar preso ao velho; ou, o espectador não conhece a sua força, por isso não muda.

Uma observação importante acerca de *Delação* é que também há autocrítica. A questão do recebimento de autorização de captação de R\$ 7,5 milhões para a produção do filme através da lei Rouanet é colocada como inexistente, mas o dinheiro aparece numa caixa embaixo da mesa. A publicação no site oficial da Agência Nacional de Cinema (ANCINE) desmentiu o grupo, que foi obrigado a assumir a arrecadação. Esse processo de autocrítica era utilizado nos canais *Portaria* e *Fundos da Porta*, ambos desativados. Os processos de edição e posicionamento de câmera diferenciados aproximam-se destes canais. É possível entender, então, que *Delação* foi criado num processo quase que de *Videoblog*, aprofundando a questão de desabafo e de esclarecimento buscados no roteiro. Se analisado mais profundamente, *Reunião de Emergência 3, Delação 2* representa o humor essencialmente humano de Bergson (1983) e o combate ao bem-estar coletivo de Sluvutzky (2014), numa aproximação histórica dos contos de maldizer da Idade Média (MINOIS, 2003). Uma crítica a tudo e a todos, assim como em todos os vídeos políticos.

4.2.5.1.2 Enquadramento midiático e veiculação seletiva

A forma como a mídia veicula os fatos e como a internet os recebe também aparecem nos episódios de forma satírica. Dentro da amostra, dois eixos se destacam: as sucessivas manifestações e as operações da Lava Jato.

Em *Reunião de Emergência*, as manifestações aparecem como algo com que o governo não soube lidar. O próprio nome do episódio reforça essa questão, dado que

nenhum nível governamental estava preparado para as proporções que o movimento tomaria. Essa questão do despreparo também é afirmada através das expressões faciais dos personagens enquanto a presidente explica o cenário durante o vídeo. O fato da presidente cobrar dos presentes se estes têm acompanhado através dos meios tradicionais - jornais, televisão e revista – as solicitações populares mostra a força da mídia. O trecho é uma crítica à sequência de discursos por parte do governo e da oposição que trataram os atos no primeiro momento como “baderneiros” e ruins. No pós-créditos, o personagem Gorila Suquinho ironiza mais uma vez usando as expressões “bandido, vândalo e vagabundo”, numa clara alusão ao esforço para desmoralizar os protestos naquele momento.

É importante lembrar que a própria mídia repetiu esses discursos nos primeiros dias. O jornalista José Luiz Datena, em seu programa na TV *Band*, chegou a proferir termos depreciativos. Logo após uma enquete com o público, que mostrava o apoio popular ao movimento, o apresentador mudou de opinião e se tornou *meme* nas redes sociais. Datena é apenas uma ilustração de como a imprensa se mostrou descontraída acerca das manifestações no início de junho de 2013 e demorou para compreender o que se passava no país.

No segundo momento de *Reunião de Emergência*, a presidente tenta acalmar os presentes explicando como a mídia abordará os eventos de junho de 2013 após um tempo. Deixando claro que o enquadramento logo se perderá e o foco serão outros eventos como Copa do Mundo, Campeonato Brasileiro de Futebol e *reality shows* como *Big Brother Brasil*, a crítica se coloca na forma em que as prioridades são tratadas e a manipulação popular acontece.

Tabela - Representação da mídia no episódio *Reunião de Emergência*.

Tempo	Vídeo	Áudio
0'26		<p>Mulher: Por causa das manifestações, das passeatas, dos apelos.</p>
0'32		<p>Mulher: Você não viu na televisão? Nos jornais? Nas revistas?</p>
1'38		<p>Mulher: Gente, é só o tempo de o povo dispersar. Em um mês tudo volta a ser como antes. Vai voltar campeonato brasileiro, vai voltar <i>Big Brother</i>...</p>

Fonte: Autoria própria (2016).

A postura de Dilma no vídeo também reflete a forma como a mídia a retratava naquele momento: autoritária, com voz forte, muitas vezes próxima do masculino. Os questionamentos da presidente são sempre objetivos e pontuais, assim como eram retratadas as relações com seus ministros. Em entrevista ao jornal *Estadão*, em março de 2009, Dilma foi retratada como “durona”. O título da matéria reforça o estereótipo, que

foi mantido após a eleição: “Sou uma mulher dura cercada de homens meigos’, diz Dilma¹⁰²”.

Ao final do vídeo, a presidente afirma que tratará pessoalmente com a imprensa para esclarecimento das ações do governo. A citação refere-se ao pronunciamento¹⁰³ que Dilma realizou em 21 de junho de 2013 em rede nacional, amenizando o tom e chamando as manifestações de locais onde se concentram a “importância da juventude para mudança do país” e “força da democracia”. A presidente também pede que a lei e a ordem sejam mantidos, citando claramente os momentos de violência que ocorreram ao final de alguns dias. Apresentou, por fim, o *Plano Nacional de Mobilidade Urbana*, e diz que apoia a “oxigenação” através da reforma política. A presidente também pediu apoio à população apoio para a realização da Copa do Mundo, que aconteceria no ano seguinte. O pronunciamento foi recebido com vaias e bater de panelas pela população. Na internet, além dos tradicionais *memes*, um vídeo produzido pela página de humor “Chuck Norris” no *Facebook* circulou por alguns dias. A maioria das versões foi tirada do ar, mas ainda é possível encontrar cópias no *YouTube*¹⁰⁴.

Já em *Reunião de Emergência 2*, a ironia se constrói através de piadas com a cobertura numérica das manifestações. Numa cena em que Michel explica ao personagem de Fabio Porchat a dimensão dos movimentos é citado o Instituto *DataFolha*.

Tabela - Citação ao *DataFolha* no episódio *Reunião de Emergência 2*.

Tempo	Vídeo	Áudio
1'45		<p>Homem 5: E outra coisa, são quantas pessoas nas ruas?</p> <p>Homem 1: 500 mil pessoas, Aluísio!</p> <p>Homem 2: Ah, por favor!</p> <p>Homem 1: Segundo o <i>DataFolha</i>, Aluísio!</p> <p>Homem 2: Puta que pariu, foi a população!</p>

Fonte: Autoria própria (2016).

¹⁰² Disponível em: <http://politica.estadao.com.br/noticias/geral,sou-uma-mulher-dura-cercada-de-homens-meigos-diz-dilma,336414>. Acesso em: 06 jan. 2017.

¹⁰³ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=ahEY59WxWRE>. Acesso em: 044 jan. 2017.

¹⁰⁴ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=A3WhwfoZxjw>. Acesso em: 05 jan. 2017.

A medição do instituto tem apresentado uma sequência de divergências. O maior exemplo se deu no dia 15 de março de 2015. Enquanto a *Polícia Militar do Estado de São Paulo* e demais veículos de comunicação falavam em um milhão de manifestantes na Avenida Paulista, o *DataFolha* mediu cerca de 210 mil. Uma diferença 4,7 vezes menor. Na sexta-feira, dia 13, o *DataFolha* mediu 13 mil pessoas, enquanto a PM calculou 41 mil.

A repercussão negativa fez com que o *DataFolha* juntamente com o jornal *Folha de S. Paulo* emitissem um editorial¹⁰⁵ de como são realizadas suas medições. Outros veículos, como a revista *Carta Capital*¹⁰⁶, por exemplo, tentaram entender a metodologia.

Este processo de desencontro das informações dos veículos de comunicação vinculados a grandes grupos impulsionou ainda mais o movimento que crescia na internet. Gritos e cartazes com dizeres “cansei de ser manipulado” associados ao logo da *Rede Globo* e capas da *Revista Veja* se proliferavam a cada manifestação. Páginas como *Mídia Ninja* e *Catraca Livre*, que se posicionam como imparciais e mostravam a notícia de dentro dos acontecimentos, foram fundadas e permanecem ganhando adeptos, em uma demonstração clara ao repúdio da manipulação que permeia os veículos. A filosofia declarada destes novos veículos torna real o que Miguel (2002) projetava como ideal para um equilíbrio político.

Isto significa, em primeiro lugar, dar espaço na mídia às diferentes vozes presentes na sociedade, para que participem do debate político. Mas significa também, e crucialmente, gerar espaços que permitam aos grupos sociais, em especial aos dominados, formular as próprias interpretações sobre necessidades e interesses (MIGUEL, 2002, p.164).

Um especial sarcasmo aparece ao final de *Reunião de Emergência 2* e escancara a relação da mídia com a construção e a desconstrução da imagem política. No pós-créditos, um termo de posse com nomes e assinaturas de pessoas “famosas” por seus crimes é assinada. Reforçando a descrença existente na classe política e em parte criada pela própria mídia através do espetáculo (DEBORD, 1997), a cena enfatiza que estas

¹⁰⁵ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=d-Ie6QwKrWo>. Acesso em: 04 jan. 2017.

¹⁰⁶ Disponível em: <http://www.cartacapital.com.br/politica/a-polemica-sobre-o-numero-de-manifestantes-na-avenida-paulista-7018.html>. Acesso em: 05 jan. 2017.

peças estarão assumindo cargos públicos, mesmo com a ficha criminal que possuem. O termo de posse tem em sequência o cantor Belo, condenado por tráfico de drogas assumindo o Ministério da Cultura; o terrorista Osama Bin Laden, responsável pelo ataque às Torres Gêmeas em setembro de 2001, assumindo o Ministério da Aviação; Suzane Von Richthofen, condenada por matar os pais, assumindo o Ministério da Justiça; Dado Dolabela, acusado de violência doméstica, assumindo o Ministério das Mulheres, Igualdade Racial e Direito Humanos; além do goleiro Bruno, condenado pelo assassinato da amante Eliza Samudio, assumindo o Ministério do Esporte.

Tabela - Termo de posse no episódio *Reunião de Emergência 2*.

Tempo	Vídeo	Áudio
2'51		Sem áudio.

Fonte: Autoria própria (2016).

Esta cena também pode estar ligada ao caso do termo de posse de Lula como ministro, já que o mesmo foi denunciado na operação Lava Jato poucos dias antes da produção do vídeo e teria, portanto, na assinatura do termo de posse, ficha criminal.

A cobertura midiática acerca da operação Lava Jato, da Polícia Federal, é alvo de piadas em quatro dos seis vídeos escolhidos: *Financiamento*, *Alianças*, *Reunião de emergência 2*, *Delação*.

O roteiro de *Financiamento* trata da relação de empresas com o financiamento de campanha. Todas as empresas do vídeo foram citadas em delações na Lava Jato e devem prestar esclarecimentos nas investigações. No entanto, a parte que chama atenção sobre a relação da mídia, na cobertura destes eventos, é que o apresentador do debate não apresenta nenhuma reação ao se deparar com o candidato que utiliza todo o seu tempo para falar com estes financiadores. Mesmo utilizando expressões como “se

eu for presidente, toda e qualquer ponte ou estrada vai ser feita independente de qualquer licitação por ela” ou “sou e sempre serei o candidato das empreiteiras que me pagam”, o âncora do debate restringe-se apenas a encerrar o bloco e chamar os comerciais, sem nenhuma expressão acerca do ocorrido.

Tabela - Representação da mídia no episódio *Financiamento*.

Tempo	Vídeo	Áudio
0'00		<p>Apresentador: Candidata, muito obrigada. Candidato agora é sua vez. Um minuto para suas considerações finais, por favor.</p>
1'10		<p>Apresentador: Muito obrigado, candidato. Seu tempo está encerrado. Nós vamos agora para um rápido intervalo comercial e voltamos já já. Fiquem conosco!</p>

Fonte: Autoria própria (2016).

Fica demonstrado neste episódio que para que haja uma atenção mais representativa na imprensa, o caso precisa ser um escândalo. São justamente nestes escândalos que se focam as sátiras nos episódios *Alianças*, *Reunião de Emergência 2* e *Delação*.

No caso de *Alianças*, é citado o escândalo sobre o gerenciamento de águas em São Paulo. A preocupação dos presentes na reunião é que a denúncia será feita no programa *Fantástico da Rede Globo*. O programa, exibido sempre aos domingos à noite, possui como tradição uma reportagem investigativa. Estas reportagens costumam gerar outras

inúmeras pautas que são exploradas em jornais durante a semana na própria emissora e em outras plataformas.

Questionado sobre o fundamento das denúncias pela presidente, o homem afirma “que sempre tem”, numa referência a uma série de matérias sobre corrupção que são veiculadas diariamente e que, muitas vezes, não se tornam processos reais. O fato do personagem representar o ex-presidente Fernando Henrique Cardoso também é uma sátira à capacidade do tucano e de seus companheiros de partido em “abafar” os grandes casos. Parte destes processos de ocultação da informação se dão devido as ligações de membros do PSDB com grandes grupos midiáticos, como *Globo* e *Abril*. Apenas nas eleições de 2014, os candidatos concentravam 32 emissoras de televisão, 141 emissoras de rádio e 16 jornais impressos. Segundo o portal *UOL eleições*¹⁰⁷, apenas Aécio Neves (PSDB), candidato à presidência na ocasião, possui ações em um grupo mineiro chamado *Diários Associados S/A*, que controla 10 emissoras de TV, 12 rádios e 11 jornais no país.

A prática de possuir emissoras e controlar o que será veiculado é chamado por Santos e Capparelli (2005) de “coronelismo eletrônico”. Baseado nos antigos coronéis que controlavam os votos dos trabalhadores, o processo eletrônico de coronelismo mantém as decisões públicas sujeitas a influência privada, controlada por poucos. Essa influência se dá pelos meios de comunicação.

Já os escândalos midiáticos desencadeados pelas ações da Polícia Federal nas fases da Lava Jato têm destaque primeiramente no vídeo *Reunião de Emergência 2*. Na cena em que Michel é questionado sobre o motivo do Linguiceiro precisar de um cargo com foro privilegiado, o vice-presidente responde gesticulando em forma de aspas que “a Polícia Federal resolveu trabalhar”. Num outro momento, Michel avisa que Dilma está acuada embaixo da mesa desde que vazaram gravações. As duas citações referem-se ao período entre 04 e 16 de março de 2016. No dia 04, Lula foi levado para condução coercitiva e no dia 16, o juiz Sérgio Moro derrubou o sigilo e divulgou a gravação da conversa entre Dilma e Lula para tornar o ex-presidente ministro. Os dois eventos causaram um alvoroço na mídia. Canais como *Globo*, *Record* e *Band* tiveram suas programações alteradas para acompanhar a sequência de acontecimentos no dia da condução. O exemplo de alteração mais drástica aconteceu no programa *Mais Você*, da *Rede Globo*. Além de ceder dez minutos ao jornal antecessor, Ana Maria Braga abriu

¹⁰⁷ Disponível em: <http://eleicoes.uol.com.br/2014/noticias/2014/08/01/candidatos-tem-32-emissoras-de-tv-e-141-radios-pratica-nao-e-regulamentada.htm>. Acesso em: 04 jan. 2017.

mão de pautas por flashes ao vivo do aeroporto de Congonhas. No último minuto no ar, chamou os comerciais prometendo voltar, o que não aconteceu. Foi substituída por Sandra Annenberg e a cobertura da coletiva da Polícia Federal. O blog de TV *Glamurama*¹⁰⁸ apontou que a condução coercitiva de Lula rendeu um aumento de 255% na audiência da *GloboNews*, dando ao canal a melhor sexta-feira desde 2006. A matéria, assinada por Paulo Sampaio, chamou a política brasileira de “novela política que enreda figurões da República em elaborados esquemas de corrupção” e “um número de malfeitores jamais visto em nenhuma obra de ficção”, onde “falta mocinho para tanto vilão”. No *Twitter* a reação foi a mesma. Dos dez assuntos mais citados, seis referiam-se ao caso: Lula (1º lugar), Congonhas (3º), #Golpe (4º), *House of Cards* (5º), São Bernardo (8º) e Condução coercitiva (10º).

No dia 16, data em que foram divulgadas as gravações das conversas entre Dilma e Lula, a mídia, além do destaque que forçou a presidente se pronunciar, também se preocupou em debater a legalidade das gravações, ouvindo juristas e apoiadores das duas vertentes: pró e contra o governo. No episódio *Reunião de Emergência 2* há apenas a citação das gravações na situação em que Dilma se encontra embaixo da mesa. A crítica se dá pela frase “desde que saíram essas ligações aê”, questionando a forma como divulgação aconteceu e como, posteriormente, a presidente passou a ser retratada pela imprensa: acuada.

Em *Delação*, o sarcasmo se dá na representação das ações da Lava Jato em busca de integrantes apenas do PT e como questões ligadas a direita não produzem efeito. Durante todo o depoimento, o policial se mostra desinteressado, chegando a bocejar. No entanto, ao ouvir as palavras “Lula” e “Dilma” se mostra empolgado e sorridente, chegando a agradecer o depoente. Além da crítica à própria operação, este processo é uma crítica à midiaticização do juiz Sérgio Moro, que divulga com frequência, especialmente para a *Rede Globo* e para a *Revista Veja*, detalhes das ações, denúncias e condenações quando envolvem integrantes do Partido dos Trabalhadores.

Tabela - Veiculação seletiva no episódio *Delação*.

Tempo	Vídeo	Áudio
-------	-------	-------

¹⁰⁸ Disponível em: <http://glamurama.uol.com.br/revista-poder-novela-politica-bate-recorde-de-audiencia/>. Acesso em: 05 jan. 2016.

<p>0'49</p>		<p>Homem 2: Tem assinatura, é? Dois deputados do PSDB, não precisa irmão, parece que “se” não ir pra casa, deputado?</p>
<p>1'56</p>		<p>Homem 2: Machado pode emitir o mandato de prisão! Avisa logo o juiz que a gente pegou o Lula.</p>
<p>2'06</p>		<p>Homem 1: Só isso. Homem 2: Ah legal, mas você não precisa de mais nada? Homem 1: Não, não preciso de mais nada. Homem 2: Do que é que você precisa? Homem 1: De nada. Homem 2: Vamos supor que você queira cozinhar, tá?! Você precisa de que? Homem 1: Eu preciso de uma panela. Homem 2: “Di” uma panela? Homem 1: É. Homem 2: Eu ouvi Dilma? Homem 1: Dilma. Homem 2: Dilma, Dilma,</p>

		<p>Dilma, Dilma? É Dilma? Olha pode emitir outro mandato que tá presa a outra comparsa dele também. Pode ir, volta pro Congresso.</p>
--	--	---

Fonte: A autoria própria (2016).

Nesse conjunto de situações é possível analisar o enquadramento a partir das estéticas apresentadas por Iyengar (1991, apud PORTO, 2004, p.85): enquadramento episódico, onde o foco são os eventos, e enquadramento temático, que mostra o contexto além dos fatos. Se pensarmos que todas as temáticas se dão pela descrença popular na política e por questões de corrupção, temos o enquadramento episódico como determinante. Porto (2004, p. 86) coloca que “o enquadramento episódico faz com que as pessoas atribuam a responsabilidade pelos problemas políticos e sociais a indivíduos”. Nos episódios do *Porta dos Fundos*, então, o enquadramento dos episódios se dá em eventos que o PT é protagonista. Mesmo contendo sátiras a outros polos, como PMDB e PSDB, as figuras de Dilma e Lula são sistematicamente exploradas, assim como a mídia naquele momento fazia.

Esta questão traz à tona outra característica do grupo, que é replicar de maneira humorizada as pautas que a mídia veiculou. É comum encontrar entrevistas onde integrantes do *Porta dos Fundos* afirmem não seguir o que está acontecendo e satirizar quem quiserem no momento que desejarem. No entanto, esta afirmação é claramente invalidada, dado a análise realizada nesta dissertação. Assim como Bergson (1983) afirma que o humor tem tempo e espaço, Freud (1927) diz que ele precisa da crueldade das circunstâncias reais. Portanto, para que a piada funcione, é necessário que esteja ligada a acontecimentos cotidianos. Assim, o *Porta dos Fundos* precisa do enquadramento midiático para construir seus roteiros e torná-los válidos humoristicamente.

4.2.5.1.3 Clientelismo

Santos e Capparelli (2005, p.3) apontam que “assim como a corrupção, o clientelismo é apontado como uma das patologias do sistema democrático” e é

composto por uma rede complexa e pré-existente. As relações de troca acontecem em todos os níveis institucionais e nas mais variadas proporções.

As relações clientelistas são evidenciadas nos vídeos *Reunião de Emergência*, *Financiamento e Delação*.

Em *Reunião de Emergência e Financiamento*, a representação caricata das empreiteiras e bancos se dá mesma forma ao valorizar que estes possuem relações fortes, que chegam muitas vezes ao patamar de ameaças. No caso de *Reunião de Emergência*, a preocupação dos presentes com a cessão dos roubos é que haverá pressão, já que todos estão comprometidos.

Tabela - Clientelismo no episódio *Reunião de Emergência*.

Tempo	Vídeo	Áudio
0'49		Homem 2: O que eu vou falar para os empreiteiros que estão dependendo desse dinheiro, desse desvio de verba?
0'54		Homem 1: E olhe gente, eu tenho acordo com banqueiro que se eu não pago, eu estou morto.

Fonte: Autoria própria (2016).

A questão da relação dos empreiteiros com políticos ganhou proporção após as primeiras investigações da Lava Jato, ainda sobre a Petrobras, em março de 2014. No entanto, o vídeo em questão foi produzido e postado em junho de 2013. Na época, as denúncias se concentravam na Copa do Mundo, no número de empreiteiras que se revezavam nas obras e no superfaturamento dos estádios. Odebrecht, Camargo Correa,

Andrade Gutierrez e OAS concentraram as dez maiores obras da Copa e, posteriormente, também das Olimpíadas. Apenas o estádio do Maracanã, no Rio de Janeiro, teve segundo o Tribunal de contas do estado, R\$ 67,3 milhões em superfaturamento.

O personagem com sotaque forte, que posteriormente cita o estado do Maranhão, coloca que possui acordo com banqueiro e que se não pagar “está morto”. A questão de que trata este trecho é a dívida de R\$ 12 milhões da família Sarney com um banco público, o Banco Nacional do Nordeste (BNB), que em 2009 foi levada à justiça para execução. O dinheiro era destinado às emissoras de TV no Maranhão, mas investigações apontam que foram destinados para outros fins. O caso foi ofuscado e as investigações sobre desvios e acordos no BNB se estendem, inclusive, na Lava Jato.

Já em *Financiamento*, a relação entre candidato e empresas já é inversa, com o político apontando a necessidade destas empreiteiras e bancos em apoiá-lo. O financiamento de campanha é parte das relações de troca que compõe o clientelismo. Já com a Lava Jato em vigor no período de publicação do vídeo, a questão aqui se coloca sobre o volume investido nas campanhas de Dilma e Aécio no pleito de 2014. Um ponto de destaque é que o Banco Itaú é citado explicitamente no pedido do candidato, inclusive prometendo “tirar dinheiro da educação” para destinar ao banco. A cena é uma referência à Maria Alice Setúbal, conhecida como Neca Setúbal, educadora e herdeira da instituição financeira. Em 2014, Neca Setúbal foi o braço direito de Eduardo Campos e de Marina Silva no primeiro turno. No segundo turno o apoio se destinou a Aécio Neves. Cada um dos candidatos recebeu R\$ 2 milhões¹⁰⁹. Ao todo, o Itaú investiu em campanhas eleitorais de 2014, R\$ 11 milhões nos mais diferentes partidos.

A citação ao Itaú é feita através dos slogans publicitários e chamadas de matérias acerca do banco que circulam na imprensa, como se o candidato já estivesse vendendo a financeira ao eleitor.

Tabela – Representação dos bancos no episódio *Financiamento*.

Tempo	Vídeo	Áudio
-------	-------	-------

¹⁰⁹ Disponível em: <http://politica.estadao.com.br/noticias/eleicoes,itaui-ajuda-70-candidatos-com-quase-r-11-milhoes,1558766>. Acesso em: 06 jan. 2017.

0'44		<p>Candidato: Eu quero também fazer uma pequena homenagem nesse espaço aqui para o Itaú. Um banco que é feito para mim, um banco que é feito para nós, um banco que é feito para você. Eu garanto que o Itaú, o maior banco privado da América Latina, vai ter mais quatro anos de vento em popa no meu governo. E se não crescer, eu faço aqui uma promessa, podem me cobrar, eu injeto pessoalmente dinheiro da educação no Itaú. Esse banco que tem mais de 70 anos de tradição.</p>
------	---	---

Fonte: Autoria própria (2016).

Esta postura de “venda das ações da administração” também aparece em outras quatro cenas. Todas mantêm a entonação publicitária quando apresentam os nomes dos envolvidos citados. As expressões faciais do candidato e a ênfase fonética, com frases no imperativo, reforçam o caráter puramente comercial destas relações, que não se dão apenas entre políticos e empresas, mas também entre políticos dentro dos próprios partidos. O meio primeiro plano de câmera e a ausência de trilha auxiliam na valorização desta postura.

Tabela - Clientelismo no episódio *Financiamento*.

Tempo	Vídeo	Áudio
0'06		<p>Candidato: Povo brasileiro, em primeiro lugar, gostaria de agradecer a construtora OS. É uma empresa que tem mais de 35 anos de história e ela vem realizando e produzindo um país muito melhor. Se eu for presidente, toda e qualquer ponte ou estrada vai ser feita independente de qualquer licitação por ela. Quem me conhece, sabe, eu sou e sempre serei o candidato das empreiteiras que me pagam.</p>

0'27		<p>Candidato: Eu aproveito para mandar um beijo para outra construtora que nos apoia: Andrade Guitierrez, que sempre foi muito atenta às nossas necessidades e nunca deixou faltar nada para ninguém.</p>
0'35		<p>Candidato: Falando nisso... Odebrecht, que isso? Vamos tirar esse escorpião do bolso, aí?! Tá apostando a posição e vai ficar mais quatro anos fazendo condomínio na Bahia e condomínio na Bahia?</p>
0'44		<p>Candidato: Povo brasileiro, eu prometo governar para quem realmente me elegeu. Friboi! Carne confiável tem nome e é Friboi. O Brasil está crescendo e a gente não pode desistir da Gerdau!</p>

Fonte: Autoria própria (2016).

Em *Delação*, o clientelismo é ilustrado através da relação e da organização para recebimento de esquemas com empreiteiras e do chamado “Caixa 2”, que consiste em não registrar entradas de dinheiro com a finalidade de ocultar o recebimento e evitar o pagamento de impostos. Quando o depoente cita que estas práticas existem há pelo menos 25 anos, reforça que a troca de favores não é algo novo, mas enraizado na política brasileira. É praticamente impossível desvincular as práticas, que fazem parte de todos os níveis e todos os partidos, independente da sua posição ideológica.

Em todos os vídeos em que há citações ao clientelismo, as duas conceituações de Robert Gay (2001 apud SANTOS e CAPPARELLI, 2005, p.5) podem ser vistas: “[...] o

clientelismo autoritário, que se baseia na ameaça e na possibilidade de punição, e o semi-clientelismo, que se baseia na sedução e na promessa de vantagens”. De maneira geral, os autores indicam ainda que o clientelismo é uma prática antiga, que remonta um subsistema de relações políticas, com uma pessoa recebendo da outra a proteção em troca de apoio política. Enumeram, entretanto, que é possível utilizar o conceito para tratar as recentes práticas e relações entre as instâncias políticas e as instituições privadas.

O *Porta dos Fundos* explora o grotesco para mostrar algo que muitas vezes restringe-se aos bastidores. Ao humorizar o clientelismo e torna-lo “público” através de seus vídeos, realiza o que Sodré nos explica em *Comunicação do grotesco* (1972, p. 73): “A intenção do comunicador é sempre colocar-se diante de algo que está entre nós, mas que ao mesmo tempo é exótico, logo sensacional”, concordando, ainda, com Hutcheon (2000) ao afirmar que ironizar é mostrar a verdade e esperar uma atitude em relação ao que está sendo exposto através da desconstrução que o humor realiza.

4.2.5.1.4 Política de coalizão

A política de coalizão é retratada em três vídeos: *Reunião de Emergência*, *Alianças* e *Delação*. Determinada pelas relações de troca entre executivo e legislativo com o objetivo de manter a provar projetos, Amorin Neto e Tafner (2002) colocam que, no Brasil, a forma mais comum de coalizão é através de blocos, os chamados gabinetes. Para os autores (2002, p. 19), esse gabinetes “visam garantir, de um lado, o devido apoio legislativo ao Executivo e, de outro, a adequada participação dos partidos na condução do governo”.

Em *Reunião de Emergência*, a coalizão aparece de maneira rápida, mas determinante. Ao ser questionada sobre a decisão de cessar o processo de corrupção enquanto as manifestações acontecem, a presidente coloca que se trata de uma decisão apartidária. Em 2013, momento do vídeo, Dilma possuía 352 dos 513 deputados da Câmara, ou seja, 69% de base aliada, e 52 dos 81 senadores, cerca de 65% de base aliada. Composta dos partidos PT (Partido dos Trabalhadores), PMDB (Partido do Movimento Democrático Brasileiro), PDT (Partido Democrático Trabalhista), PC do B (Partido Comunista do Brasil), PSB (Partido Socialista Brasileiro), PR (Partido da República), PRB (Partido Republicano Brasileiro), PSC (Partido Social Cristão), PTC (Partido Trabalhista Cristão) e PTN (Partido Trabalhista Nacional), havia muitas

vertentes com as quais a presidente precisava negociar. No entanto, neste primeiro vídeo, a base ainda se apoia e a apoia. Dilma tem pulso firme para determinar a cessão da corrupção e é respeitada, numa clara referência às negociações que vinham funcionando no senado e no congresso.

Já *Alianças* ilustra um cenário um pouco mais complexo para a presidente. Conhecida pelo pouco diálogo com as casas executivas e após o desgaste causado pela MP dos Portos, a sequência de manifestações e as articulações de Eduardo Cunha no chamado “Blocão” fizeram com que Dilma tivesse que ceder muito para manter a base, e, conseqüentemente, aprovar projetos. Limongi (2006, p. 1) explica que “a bancada do governo perde consistência quando um dos partidos da base não segue a liderança do governo”. A presidente lutou para que essa consistência não se perdesse no segundo mandato, mas foi prejudicada por ações do PMDB. Limongi (2006, p.1) também coloca que a formação de coalizões não necessariamente garante poder ao presidente.

Sendo compostas dessa forma, conclui-se que, a despeito de necessárias, as coalizões seriam ineficientes, incapazes de apoiar agendas consistentes de governo. A coalizão, portanto, entra na definição do conceito não como solução, mas como expressão das dificuldades enfrentadas pelo presidente para governar.

É justamente esse cenário de possuir a maioria, mas não necessariamente de controlá-la que Dilma se encontrava ao final das eleições de 2014. Sua base possuía 304, dos 513 deputados e 52 dos 81 senadores, mas isso não significava tranquilidade. A ironia do vídeo está justamente nesta questão: Dilma fez tantas alianças que se perdeu e não soube administrar a coalizão que acabou por tirá-la do poder. A expressão facial e corporal da atriz reforçam essa percepção.

Tabela - Política de coalizão no episódio *Alianças*.

Tempo	Vídeo	Áudio
1'40		Homem 1: a senhora Presidente fez tanto acordo, tanta aliança, que a gente te perdeu em algum momento, e a senhora vai de suplente do Renan mesmo, que também é PMDB.

Fonte: A autoria própria (2016).

O comportamento atípico de uma coalizão ilustrado pelo PMDB também foi trazido à tona no episódio *Delação*. No depoimento do deputado há a citação a um jantar em Paris, onde PMDB e PSDB, oposição, sem encontraram.

Tabela - Política de coalizão no episódio *Delação*.

Tempo	Vídeo	Áudio
1'18		Homem 1: Bom, eu acho que já te mostrei, ah sim esse aqui não sei se te ajuda, mas é um jantar que “teve” em Paris, essa aqui é a continha do jantar. 50 mil reais que foram gastos de dinheiro público, né?! Homem 2: Quem é que “tava” lá? Homem 1: Foi uma reunião de aliados do PSDB com PMDB, eles se encontraram em Paris, e eu “tava” lá inclusive.

Fonte: A autoria própria (2016).

Este trecho ilustra não apenas o cenário que se instaurou em 2015 e 2016, com o pedido de impeachment de Dilma, mas também a habilidade das trocas de posição dos partidos quando não têm seus interesses atendidos. No caso, o PMDB rompeu com o governo e tornou-se oposição, aproximando-se muito do PSDB.

O *Porta dos Fundos* ilustra a política de coalizão de forma satírica, valorizando os defeitos do processo, se aproximando, muitas vezes, do sarcasmo, numa busca da construção da péssima imagem de quem é adepto da prática. Humoriza também o fato de que além de bom gestor, o presidente precisa ser também bom negociador. O sistema “toma lá dá cá” fica evidente nos três vídeos, tendo, inclusive, em *Alianças*, especial destaque para a distribuição de cargos em troca de apoio. O riso se dá, nestes casos, na mesma essência que Minois (2003, p. 211) encontra na Idade Média ao colocar que as piadas naquele período significavam “um protesto contra a degradação moral que acompanhava o processo de civilização”.

4.2.5.1.5 Polarização partidária

O fenômeno da polarização partidária não é novo, no entanto, no Brasil ganhou força após as manifestações de 2013 e tornou-se extremo nas eleições de 2014. Dois episódios tornam evidentes este processo: *Delação e Reunião de Emergência 3*, *Delação 2*.

No caso de *Delação*, não há explicitamente uma referência à questão da polarização. Entretanto, ao determinar que apenas investigações acerca do PT teriam valor, o vídeo aponta para um cenário que permeava o cotidiano brasileiro. Uma busca incessante por culpados se fazia presente naquele momento graças à sequência de operações da Lava Jato, que resultavam em grandes manifestações. Uma justificativa para essa postura da grande massa “em busca da justiça” pode ser dar através do que Avritzer e Filgueiras estabelecem em seu dossiê *Corrupção e controles democráticos no Brasil* (2011). Para os autores (2011, p.08), “A corrupção, no Brasil, tem produzido um tipo de histeria ética calcada em um clamor por maior moralização da política e da sociedade”. Além disso, o direito penal tem produzido poucos efeitos, o que tornou a corrupção natural.

Mas, o que torna as discussões políticas da internet dissimuladas, é que estas possuíam um caráter, além do democrático, voltado ao extremismo. Reis (2014, p.14) aponta que neste cenário “a polarização político-partidária pode, em determinadas circunstâncias, tornar-se negativa e “disfuncional””. O aceite do processo do impeachment inflamou as discussões entre agentes favoráveis ao governo e os que buscavam a saída da presidente. O PT foi escolhido como alvo e concentrava as

expressões de ódio. Em *Delação*, a cena em que o policial comemora o encaixe do nome de Lula, podendo, assim, emitir o mandado de prisão, ilustra claramente a busca por uma condenação que realmente importasse para aquele momento.

Ao questionar a parcialidade dos questionamentos populares, o *Porta dos Fundos* esbarrou exatamente nesta questão. Qualquer ação de pessoas que se mostrassem contrárias ao impeachment ou se posicionassem insatisfeitas com os rumos do cenário político eram consideradas automaticamente “petistas”. O resultado deste posicionamento foi a perda de seguidores e alto volume de negativas no vídeo, colocando-o no *ranking* do mais odiados do *YouTube*. O volume de comentários, muitas vezes com acusações infundadas, bateu recordes.

Todo este cenário prejudicou a produção do humor, que passou a ser visto como ofensa em alguns casos. Ao se ver obrigado a aderir a um movimento de esquerda ou direita e posicionar-se somente nesta direção, o internauta deixou escapar a característica de “ferramenta de protesto pelo bem comum” que o humor possui. Não havia um consenso sobre o que era o bem comum.

Justamente para defender o direito de posicionar-se contra qualquer um dos lados e em resposta aos ataques, o grupo produziu *Reunião de Emergência 3, Delação 2*. O roteiro essencialmente irônico carregou no uso de intertextualidade. As críticas não se restringiam ao posicionamento político dos integrantes, mas às questões religiosas e comerciais dos quais já haviam sido vítimas de ataque anteriormente.

Ao chegar à sala vestido com a camisa da seleção brasileira e o *Pixuleco* nas mãos, Antonio Tabet satiriza a crítica feita aos manifestantes de direita nos eventos contra o governo. Na internet, os dias de manifestações recebiam uma série de *memes* com imagens que menosprezavam as vestimentas e os ícones escolhidos para representar o pensamento. Um exemplo de ícone que se tornou alvo foi o pato de borracha amarelo da Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (FIESP), na Avenida Paulista.

Tabela - Representação da direita na polarização partidária no episódio *Reunião de emergência 3, Delação 2*.

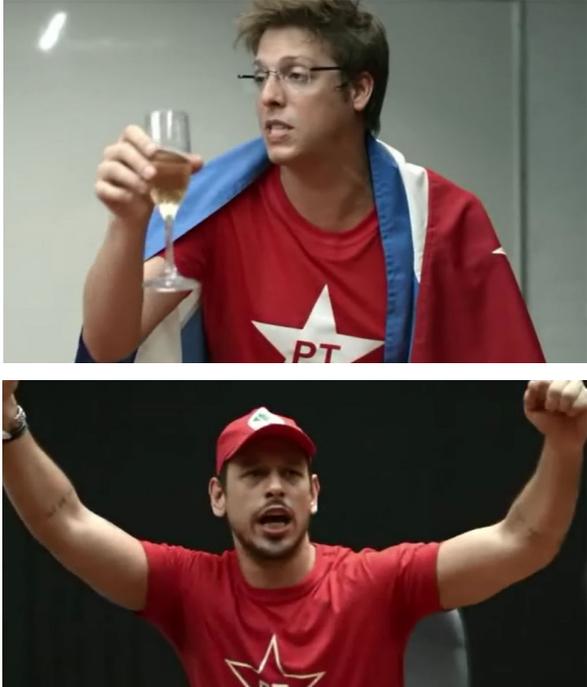
Tempo	Vídeo	Áudio
0'21		Antonio: Companheiros do humor, a casa caiu.

Fonte: Autoria própria (2016).

Em outro momento, João Vicente de Castro usa o termo “coxinhas” para se referir à forma como os militantes de direita eram chamados pejorativamente.

Já os símbolos de esquerda, objetos de chacota dos apoiadores da direita também são representados. Durante todo o vídeo o grupo veste camisas vermelhas com o logotipo do Partido dos Trabalhadores (PT), além de bonés de movimentos sociais como MST (Movimento dos Trabalhadores Sem-Terra) e CUT (Central Única dos Trabalhadores) e bandeiras de Cuba. As cores referenciam as vestimentas usadas nas manifestações pró-governo. Já a bandeira de Cuba refere-se ao sistema político e econômico usado no país, o socialismo, do qual a direita acusa o PT de tentar implantar no Brasil. A referência a Cuba também é enfatizada pelo quadro do revolucionário Che Guevara na parede, além dos gritos no início do episódio.

Tabela - Representação da esquerda na polarização partidária no episódio *Reunião de Emergência 3, Delação 2*.

Tempo	Vídeo	Áudio
0'18		<p>Fabio: Ao comunismo, a volta da excelente União Soviética e ao fim das investigações contra o PT e os aliados desse partido maravilhoso que deveria se manter no poder por muito tempo, independente de qualquer coisa que aconteça dentro dele, alguma corrupção de tucanos que estão ali infiltrados.</p> <p>Todos: Chê! Chê! Chê! Chê!</p>

Fonte: Autoria própria (2016).

A representação dos termos pejorativos usados para esquerda também acontece. Primeiramente, ao começo do vídeo, Gregório come uma torrada com caviar, uma iguaria cara. Já aos 2'19 minutos, Gregório mostra uma caixa na onde se encontram vários sanduíches de mortadela. Os itens referem-se aos termos “esquerda caviar”, usado para definir pessoas com maior poder aquisitivo que apoiavam o governo, e “mortadelas”, referindo aos populares que integravam as manifestações.

Tabela - Representação dos termos Esquerda Caviar e Mortadela no episódio *Reunião de Emergência 3, Delação 2*,

Tempo	Vídeo	Áudio
0'00		
2'19		<p>Gregório: Não. É muito melhor do que dinheiro. Oba! Sanduichinho de mortadela.</p>

Fonte: Autoria própria (2016).

No período após a instauração do processo de impeachment, vários artistas se posicionaram publicamente, seja contra ou pró a ação. No entanto, aqueles que se posicionavam contra eram acusados de usar a lei de incentivo à cultura, chamada “Lei Rouanet”, em benefício próprio. Na ocasião, o próprio *Porta dos Fundos* usou o aporte para captar recursos para o filme *Contrato Vitalício*, o que gerou uma série de críticas.

Durante o episódio, nota-se a presença da satirização tanto dos artistas quanto da acusação de uso da Lei Rouanet.

Tabela - Citação ao posicionamento dos artistas no episódio *Reunião de Emergência 3, Delação 2*.

Tempo	Vídeo	Áudio
1'13		<p>Antonio: Fabio, pega logo os R\$ 7,5 milhões que o Lula mandou pra a gente e coloca numa maleta que a gente vai ter que sumir por uns tempos.</p>
1'37		<p>Fabio: Ainda não, Antonio Tabet. São muitos dinheiros. Nós ganhamos R\$ 7,5 milhões por vídeo que ganhamos do governo através da excelente Lei Rouanet para falar bem do atual governo e inculir na cabeça dos jovens as ideias comunistas.</p>
2'19		<p>Antonio: Sabatella, você tá com o Wagner Moura aí?! Fala pra ele mandar um <i>whatsapp</i> pro Zé de Abreu ficar tranquilo que ainda não descobriram o Danilo Gentili e fala pro Lobão parar de mandar cartinha pra Chico e Caetano senão ele também vai ser desmascarado.</p>

Fonte: Autoria própria (2016).

Este trecho acerca dos artistas refere-se não apenas ao posicionamento de cada um – Danilo Gentili e Lobão a favor do impeachment, e Wagner Moura, Letícia Sabatella, Zé de Abreu, Chico Buarque e Caetano Veloso, contra – mas também a uma série de acusações de que os artistas estavam se dividindo para distrair o público e, posteriormente, manipulá-lo a favor de certas vertentes.

Por fim, a maior crítica à polarização se dá nos pós-créditos. A imagem de duas coxinhas ao lado de um sanduíche de mortadela sendo comidos pela mesma pessoa ilustra bem o posicionamento do grupo acerca da divisão que dominava a internet.

Tabela - Crítica a polarização no episódio *Reunião de Emergência 3, Delação 2*,

Tempo	Vídeo	Áudio
0'00		Som de mastigação.

Fonte: Autoria própria (2016).

Numa analogia ao humor “que não poupa ninguém” e possui muitos alvos (HELITZER e SHATZ, 2014), o *Porta dos Fundos* posiciona-se criticamente em relação à polarização e coloca-se pronto para mais. Um enfrentamento claro à censura que se instituíra disfarçadamente na *web*.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente dissertação apresentou como objetivo a análise do humor político nas *webséries* brasileiras através do grupo *Porta dos Fundos*.

Apesar da escassez de estudos sobre o tema, a análise permitiu contribuir para a construção de uma discussão teórica acerca do humor político, apresentando uma nova ferramenta para sua produção: as *webséries*. Também foi possível entender a capacidade da internet em intervir, humoristicamente ou não, nos processos políticos e na inabilidade por parte da classe política em lidar com tais eventos.

Ao longo dos quatro capítulos pode-se entender uma identificação do papel do humor político historicamente, a análise da função que a internet tem assumido na construção das relações entre governantes e eleitores, a avaliação do papel das *webséries* no entretenimento contemporâneo, o crescimento comercial do produto *websérie*, além da verificação entre a pauta política nos veículos de comunicação e a representação desta no humor da *web*.

O primeiro capítulo tratou da introdução dos pontos e métodos que seriam abordados neste estudo, além de indicar a sua estrutura ao leitor. Foi esclarecido que, por se tratar de uma nova ótica, seriam necessárias etapas de construção do conhecimento através de três vias: o humor, as produções da internet e o cenário político. Por serem pontos complexos, eles foram abordados separadamente e o mais abrangente possível nos capítulos que se seguiram.

O segundo capítulo possuía como objetivo o esclarecimento do humor e suas ramificações. Para isso foram separados em definição do humor, o humor brasileiro e suas raízes e as características do humor político brasileiro.

Neste capítulo, pode-se entender que o humor sempre estará atrelado às questões populares, não podendo desvincular-se por questões técnicas como tempo e espaço. O questionamento aos tabus e ao bem-estar coletivo apontam questionamentos muito mais profundos do que o simples fazer rir. O humor é a bandeira de quem não poder lutar de outra forma. No Brasil, esta regra é seguida à risca.

O humor brasileiro foi e é usado atualmente para combater a inércia da população acerca dos mais variados assuntos. Uma grande quantidade de produtores de humor – profissionais ou cidadãos comuns – faz crescer a impressão que o país precisa deste processo para questionar-se e evoluir.

A representação da classe política no humor produzido no Brasil é sempre sarcástica e a corrupção que permeia a cultura costuma ser roteirizada. Há uma descrença na melhora da sociedade em praticamente tudo que se é produzido, ao mesmo tempo em que se vê o humor como forma de combate a regimes totalitários e governos insatisfatórios. Diante dos cenários que se apresentaram e se apresentam, o Brasil coloca-se como terra fértil para o humor. O questionamento que fica é até que ponto esse humor brasileiro reflete em ações reais de melhora. Essa reflexão se vê cada vez mais necessária e é campo para estudos futuros.

No terceiro capítulo é objetivada uma visão da relação da internet com a política e as formas de lidar com esse “eleitor conectado”. São apresentadas manifestações *web* e a produção por parte do próprio usuário.

Neste trecho, é possível entender que o ciberespaço é muito mais complexo do que se imagina. É possível construir relações sólidas, já que a proximidade da rede permite uma troca íntima entre candidatos e eleitores, ao mesmo tempo em que se apresentam militâncias isoladas, de indivíduos de pensamentos únicos. Uma análise geral aponta que ainda falta preparo a esse candidato para lidar com o eleitor conectado. Se um por lado a população entende que a rede permite uma cobrança mais efetiva, por outro, políticos a têm usado apenas como meio de campanha permanente. As trocas de ideias e a construção de um governo participativo ainda não se tornaram reais na proporção que muitos gostariam. É inevitável que este seja o próximo passo e é preciso que a classe política comece a se preparar.

O volume de ideologias divergentes cresce a cada dia, com seguidores adotando discursos, disseminando posturas e replicando ações. Essa tendência de uma internet focada em pontos específicos e não no coletivo faz crescer a polarização e a intolerância. É certo que uma parcela dos usuários tem entendido que a *web* pode ser produtiva – vide as manifestações de 2013 – mas outra boa parte entende que esta é um campo para a fala sem freios, para discursos sem ponderação e para exposição de posições sem punição.

É certo que o humor na *web* é a representação mais pura da cultura participativa. Usuário e receptor se misturam em suas funções, se aglomeram em comunidades e trocam experiências entre si. Analisando superficialmente, pode parecer que esse processo é uma concorrência para os profissionais do meio. Porém, o que se apresenta é justamente o oposto. Piadas advindas de influenciadores se tornam bordões para o grupo

e pontos que o grupo coloca se tornam questões a serem apresentadas pelos influenciadores. Como não há censura, tudo é possível e tudo é aproveitado.

As *webséries* aproveitam-se justamente deste processo colaborativo e sem censura para crescer. O crescimento e a fixação do produto *websérie* no mercado audiovisual estão certos. Novos estudos, premiações, técnicas e profissionais provam este cenário. Cabe entender até quando este produto se manterá nas características que o mantêm tão original e o fazem tão próximo do público. A profissionalização e a relação com a TV são positivas, desde que a essência da liberdade de expressão não se perca.

Por fim, no quarto capítulo, uma descrição da conjuntura e a análise de conteúdo dos materiais foram realizadas. Esta conjuntura deixou evidente um cenário complexo, onde políticos e mídia tradicional não conseguem entender os anseios da população e a internet se apresentou como meio fundamental para a construção das relações democráticas, tendo o jogo político escancarado através de escândalos.

O surgimento, quase que diário, de personagens e eventos fez da história política um roteiro de ação e suspense. A Lava Jato, através do juiz Sérgio Moro, midiaticizou os processos jurídicos e políticos, ao mesmo tempo que desmitificou líderes. O impeachment de Dilma Rousseff abriu discussões para o papel da mulher na política e para os mecanismos obscuros para se governar o Brasil.

Toda a construção deste cenário serviu como base para a análise dos episódios humorísticos selecionados. O objetivo central deste estudo foi entender como personagens e eventos políticos eram representados nos episódios do grupo *Porta dos Fundos*.

Como resultado, pode-se perceber primeiramente que a raiz histórica que o humor possui de satirizar quem detém o poder se mantém. Ao selecionar o recorte dentro do governo Dilma Rousseff (PT), entre os anos de 2013 e 2016 especificamente, a presidente e seu mentor político, Luiz Inácio Lula da Silva, se encontram como alvos centrais. Personagens secundários do contexto político também aparecem e possuem papéis determinantes na construção da sátira. Minois (2003, p. 210-211) aponta que “a crítica às autoridades do momento pode revestir-se de dois aspectos contraditórios: pode ser progressista ou conservadora, situando-se esses termos no contexto da época”. No caso das amostras aqui selecionadas, os aspectos se revezam, mantendo sempre como ponto central as ações destas autoridades e seus reflexos junto à população. O fato de ter como alvos pessoas dos quais todos tem conhecimento e fatos que todos acompanham cumprem as regras de Bergson (1983) para tempo e espaço. No entanto, os episódios

aqui analisados também mostram que a internet possui habilidade de trazer antigos escândalos de volta, ou mesmo, de escancarar questões, até então, escondidas. Além disso, ao ser realizada a análise foi possível perceber que o *Porta dos Fundos* não se ateve apenas a alguns partidos ou pessoas, mas ampliou o leque e não poupou ninguém. Para ser objeto de piada, bastava apenas estar em evidência.

Essa evidência é dada através das pautas midiáticas. Um dos resultados deste estudo refuta justamente a postura mais incisiva do grupo: de que não há influência do que é noticiado nos roteiros dos episódios. A sequência das produções segue claramente o calendário de eventos políticos, seja daqueles pautados por questões oficiais e pelo governo, como Copa do Mundo e eleições, por exemplo, como aqueles que surgiram e foram se tornando pautas, como as manifestações e a Lava Jato. Questões que permeiam as relações políticas como o clientelismo e a política de coalizão são temas frequentes, sempre associadas a acontecimentos do momento.

O *Porta dos Fundos* se tornou em 2016 o canal mais influente da internet no mundo. É um canal que trouxe os formatos e tecnologias das produções televisivas para a *web*. Sustentada através de um negócio multifocal, provou que produtos da internet não precisam restringir apenas a internet. Cinema, televisão e livros também podem ser suporte, desde que bem explorados e com conteúdo.

O fato da profissionalização das produções tem colaborado para que as piadas fiquem cada vez mais sofisticadas. Isso exige do espectador mais do que simples atenção, exige reflexão. Ao desafiar o internauta a abrir seu campo de visão, o grupo também apontou o crescimento do humor produzido pelo próprio internauta. A novidade do produto *websérie* em relação aos demais produtos de humor audiovisuais se constrói no fato de estar em um local que pode ser acessado de qualquer lugar e momento, o que faz com que o humor tome proporções maiores. O humor passa ser assumido como bandeira assim como em outros períodos históricos, mas dessa vez através de compartilhamento entre usuários e replicação em outras plataformas. *Memes*, páginas humorísticas e opinativas cresceram conforme o cenário político se tornava mais complexo. Isso fez eclodir o processo de polarização partidária e estabeleceu na *web* um verdadeiro campo de batalha entre defensores da direita e da esquerda. Porém, a internet não possui barreiras de censura, e é justamente esse processo de liberdade de expressão que o *Porta dos Fundos* defende em seus episódios.

Um ponto importante desta reflexão é que, diferentemente de outros agentes do humor, o *Porta dos Fundos* não evita a autocritica e nem a crítica aos seus seguidores.

Ao construir um episódio somente deste aspecto, o grupo desafia padrões e reforça sua postura diante das questões que permeiam a sociedade e a mídia. Através de seus roteiros, o *Porta dos Fundos* desconstrói a imagem política e evidencia fatos. Ao reafirmar que manterá seu estilo, independente da aprovação, o grupo reforça um discurso comum entre os humoristas contemporâneos: a piada precisa ser levada menos a sério, pois é o que está sendo satirizado que importa não quem satiriza.

Por fim, é clara a dominação da ironia e do sarcasmo na representação dos personagens e eventos políticos por parte do *Porta dos Fundos*. A incredulidade na classe governista se revela em todos os roteiros analisados da amostra. Outro aspecto que caracteriza o humor do grupo é a sua habilidade de manter a sátira mesmo tendo posturas pessoais divergentes. Certamente, essas características se manterão por muito tempo, dado o sucesso até aqui.

6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AB'SABER, Tales. **Dilma Rousseff e ódio político**. São Paulo: Hedra, 2015.

ABRANCHES, Sergio. **Presidencialismo de coalizão: o dilema institucional brasileiro**. Dados: Revista de Ciências Sociais, Rio de Janeiro: IUPERJ, vol. 31, n.1, 1988 p. 3-55.

ABREU, Alzira Alves de. **A modernização da imprensa (1970-2000)**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora, 2002.

ADGHIRNI, Zélia Leal. Jornalismo online: em busca do tempo real. In: **Anais do INTERCOM. Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação -XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA, set.2002**, p. 1-12. Disponível em: http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2002/Congresso2002_Anais/2002_NP2A_DGHIRNI.pdf. Acesso em: 14 jan 2017.

AERAPHE, Guto. **Webséries: criação e desenvolvimento**. São Paulo: Editora Ciência Moderna, 2013.

AGGIO, Camilo; REIS, Lucas. Campanha eleitoral no Facebook: usos, configurações e o papel atribuído a esse site por três candidatos eleitos nas eleições municipais de 2012. In: **Revista Compolítica**, vol. 2, n. 3, jul./dez. 2013, p. 156-188. Disponível em: <http://www.compolitica.org/home/wp-content/uploads/2013/05/GT-04-%C3%94%C3%87%C3%B4-Internet-e-Pol+%C2%A1tica-Camilo-Aggio.pdf>. Acesso em: 14 jan 2017.

ALBERTI, Verena. **O riso e o risível: na história do pensamento**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2002.

AMARAL, Aracy A. **Artes plásticas na semana de 22**. São Paulo: Editora 34, 1998.

AMORIN NETO, Octavio.; TAFNER, Paulo. **Governos de Coalizão e Mecanismos de Alarme de Incêndio no Controle Legislativo das Medidas Provisórias**. Revista de Ciências Sociais, Rio de Janeiro, bol. 45, n.1, 2002, p. 5-38. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/%0D/dados/v45n1/a01v45n1.pdf>. Acesso em: 20 mai. 2016.

ANTUNES, Ricardo. **As rebeliões de junho de 2013**. OSAL Observatorio Social de América Latina. Año XIV, n. 34, nov.2013.

AVELINO FILHO, George. Clientelismo e política no Brasil. In: **Novos Estudos CEBRAP**. n. 38, mar.1994, p. 183-186. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-93131999000200010. Acesso em: 14 jan. 2017.

AVRITZER, Leonardo; FILGUEIRAS, Fernando. **Corrupção e controles democráticos no Brasil**. Brasília: CEPAL. Escritório no Brasil/IPEA, 2011.

AZEVEDO, Fernando Antônio. Mídia e democracia no Brasil: relações entre o sistema de mídia e o sistema político. In: **Revista Opinião Pública**, vol.12, n.1 Campinas, abr/mai. 2006, p. 88-103. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/op/v12n1/29399.pdf>. Acesso em: 14 jan. 2017.

BATISTA, Camila. A atenção na era digital e algumas considerações sobre o tempo de duração de episódios de *webséries*. In: **Anais do GP Ciberculturas do XVI Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação**, evento componente do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. 2016, p. 1-15. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-1166-1.pdf>

BARBOSA, Marialva Carlos. **Imaginação televisual e os primórdios da TV no Brasil**. In: RIBEIRO, Ana Paula Goulart; SACRAMENTO, Igor; ROXO, Marco. História da televisão no Brasil: Do início aos dias de hoje. São Paulo: Editora Contexto, 2010. p. 15-35.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: 70, 2011.

BARROS, Pedro Guimarães de. **O humor na internet**. Dissertação (mestrado)– Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Psicologia, 2013, 126f.

BARROS FILHO, Clóvis de. **Comunicação na pólis: ensaios sobre mídia e política**. Petrópolis: Editora Vozes, 2002.

BERGSON, Henri. **O riso**. Rio de Janeiro: Zahar, 1983.

BORAGAN, Cristian; ROSSETTI, Regina. **Humor No Blog Do Professor Hariovaldo**. UFPR, 2014.

BORDIEU, Pierre. **O campo político**. Revista Brasileira de Ciência Política, n 5. Brasília, jan/jul.2011, p. 193-216.

BREMMER, Jan; ROODENBURG, Herman. **Uma história cultural do humor**. Rio de Janeiro: Record, 2000.

BRUGNANO, Fabrício; CHAIA, Vera. **A nova polarização política nas eleições de 2014: radicalização ideológica da direita no mundo contemporâneo do Facebook**. Aurora: revista de arte, mídia e política, São Paulo, v.7, n.21, p. 99-129, out.2014-jan.2015. Disponível em: revistas.pucsp.br/index.php/aurora/article/download/22032/16586. Acesso em: 04 abr. 2016.

CAMINHA, Marina. Das mediações aos meios: Comicidade, consumo massivo e política no compartilhamento e produção de audiovisuais disponibilizados na internet. In: **Anais do GP Comunicação E Culturas Urbanas XIV Encontro dos Grupos de**

Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Foz do Iguaçu, PR – 2 a 5/9/2014, p. 1-15. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2014/resumos/R9-2257-1.pdf>. Acesso em> 14 jan. 2017.

CARVALHO, José Murilo. Mandonismo, Coronelismo, Clientelismo: Uma Discussão Conceitual. In: **Dados: Revista de Ciências Sociais** [on-line], Rio de Janeiro: IUPERJ, vol. 40, n 2, 1997. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0011-52581997000200003&script=sci_arttext. Acesso em: 16 abr. 2016.

CASADEI, Eliza Bachega. Construção do homem público através do teatro: a imagem de Getúlio Vargas construída pelas apresentações brasileiras. In: **LABCOM – Online Communication LAB**. Estudos em Comunicação, n. 4, 2008, p. 113-133. Disponível em: http://www.ec.ubi.pt/ec/04/html/08Eliza_Casadeia_construcao_do_homem_publico_no_teatro.html#sthash.LqeiJKuk.dpuf. Acesso em: 10 mai. 2016.

CHAUÍ, Marilena. As manifestações de junho de 2013 na cidade de São Paulo. In: **Revista Teoria e Debate** [on-line]. 113 ed. Disponível em: <http://www.teoriaedebate.org.br/materias/nacional/manifestacoes-de-junho-de-2013-na-cidade-de-sao-paulo?page=full>. Acesso em: 21 ago. 2016.

CIOCCARI, Deysi. Dilma Bolada e Dilma Rousseff: Divagando e governando, não necessariamente nessa ordem. In: **Revista Altejor**, Ano VI, vo 1, ed. 2. São Paulo, jan./jul. 2015, p. 90-114. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/alterjor/article/view/97744>. Acesso em: 09 jan. 2017.

COUTINHO, Marcelo; SAFATLE, V. A internet e as eleições municipais de 2008: o uso dos sítios eletrônicos de comunidades na eleição paulistana. In: **Revista Sociologia Política**, Curitiba, v. 17, n.34, out. 2009, p. 115-128. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rsocp/v17n34/a09v17n34.pdf>. Acesso em: 14 jan. 2017.

DAMACENO, Elaine Regiane; NISHIZAWA, Lia Kaori. Humor no rádio brasileiro. In: **Anais do CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO**. [Cd-Rom], 22, São Paulo: Intercom, 1999.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

D'OLIVEIRA, Gêisa Fernandes; VERGUEIRO, Valdomiro. Humor na televisão brasileira: o interessante e inusitado caso do programa *Os Trapalhões*. In: **Revista USP**, São Paulo, n.88, dez./fev. 2011, p.122-132. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/revusp/article/view/13857>. Acesso em: 14 jan. 2017.

FRANÇA, Renné Oliveira; ROCHA, Simone Maria. Chanchada, pornochanchada e comédia da retomada: a transformação do gênero no cinema brasileiro. In: **Revista Ícone**, Vol11, n 1, 2009, p. 1-17 Disponível em:

<http://revistaicone.hipermoderno.com.br/index.php/icone/article/view/38/39>. Acesso em: 14 jan. 2017.

FERNANDES, Carla Montuori. **Os contrapontos eleitorais e os cinco brasis em campanha pela Caravana JN**. São Paulo: Porto de Ideias, 2009.

_____. As representações midiáticas de Dilma Rousseff no cenário político brasileiro. In: **Aurora: revista de arte, mídia e política**, São Paulo, v.5, n.14, p.69-85, jun./set. 2012. Disponível em: <http://revistas.pucsp.br/index.php/aurora/article/viewFile/9266/7522>. Acesso em: 14 jan. 2017.

_____. A narrativa ficcional e a representação dos fatos políticos na telenovela. In: **E-Compós (Brasília)**, v. 17, 2014, p. 1-14. Disponível em: <http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/1061/799>. Acesso em: 14 dez. 2016.

FERNANDES, Millôr. **O livro vermelho dos pensamentos de Millôr**. São Paulo: L&PM editores, 2005.

FERNANDES, Raúl Cesar Gouveia. **A cantiga de escárnio como instrumento de segregação social**. Disponível em: https://www.researchgate.net/profile/Raul_Fernandes2/publication/236945800_A_Cantiga_de_Escrnio_como_Instrumento_de_Segregao_Social/links/54cbe4800cf24601c089beba.pdf. Acesso em: 22 abr. 2016.

FILHO, Daniel. **O circo eletrônico: fazendo TV no Brasil**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2003

FREUD, Sigmund. O humor, (1927). In: **Edição Standart das Obras Completas de Sigmund Freud**. Vol. 21, Rio de Janeiro: Imago, 1977, p.189-194. Disponível em: <https://pt.scribd.com/doc/288318712/FREUD-O-humor-pdf>. Acesso em: 14 jan. 2017.

GÓES, Paulo. O problema do riso em *O Nome da Rosa*, de Umberto Eco. In: **Rev. Filos., Aurora**, Curitiba, v. 21, n. 28, jan./jun. 2009, p. 213-240. Disponível em: <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:fnrob2Hc6sgJ:www2.pucpr.br/reol/index.php/rf%3Fdd99%3Dpdf%26dd1%3D3239+%&cd=1&hl=pt-BR&ct=clnk&gl=br&client=firefox-b-ab>

GOMES, Wilson. **Transformações da política na era da comunicação de massa**. São Paulo: Paulus, 2004.

HELITZER, Mel ; SHATZ, Mark. **Como escrever humor**. Rio de Janeiro: Gryphus, 2014.

HERSKOVIC, Chantal. Chegando a Springfield: Humor e sátira na série *Os Simpsons*. In: **Revista USP**, São Paulo, n.88, dez./fev. 2010-2011, p. 100-111. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/revusp/article/view/13855>. Acesso em: 13 jan. 2017.

HOLANDA, André Fabrício da Cunha; SCANONI, Sabrina Ramires; SIQUEIRA, Vanessa Ferreira. A culpa é do Nordeste? As eleições de 2014 e a repercussão das matérias jornalísticas nas redes sociais. In: **Revista Ancora**, v. 3, n. 2, p. 228-243. Disponível em: <http://periodicos.ufpb.br/index.php/ancora/article/view/30846>. Acesso em: 11 jan. 2017.

HUTCHEON, Linda. **Teoria e política da ironia**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2000.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. 2.ed. São Paulo: Aleph, 2009.

LAWEBFEST. Disponível em: <https://lawebfest.com/>. Acesso em: 15 nov. 2016.

LEAL, Plínio M. V. Jornalismo Político Brasileiro e a Análise do Enquadramento Noticioso. In: **II Compolítica – Anais do II Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política – Dezembro/2007 – Belo Horizonte/MG** Disponível em: http://www.compolitica.org/home/wp-content/uploads/2011/01/sc_jp-plinio.pdf

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 2014.

LERY, Julia. (Não) É só uma piada. Humor e posicionamento político no talk show. In: **Revista Extraprensa**, Ano IX, nº 6. São Paulo, jan/.-jul 2015, p. 12-18. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/extraprensa/article/view/85165>. Acesso em: 11 jan. 2017.

LIMONGI, Fernando. A democracia no Brasil: Presidencialismo, coalizão partidária e processo decisório. In: **Novos estudos - CEBRAP**, n.76, São Paulo, nov. 2006, p. 17-41. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0101-33002006000300002. Acesso em: 10 jan. 2017.

LOPES, Aristeu Elisandro Machado. O império do Brasil nos traços do humor: política e imprensa ilustrada em Pelotas no século XIX. In: **Revista Almanack Brasiliense**, n. 10, São Paulo, nov. 2009, p. 98-114. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/alb/article/view/11724>. Acesso em: 11 jan. 2017.

MACHADO, Arlindo. **Made in Brasil: três décadas do vídeo brasileiro**. São Paulo: Iluminuras: Itaú Cultural, 2007.

MAGALHÃES, Helena Maria G. [...] e o negro amarelou: um estudo sobre o humor negro verbal brasileiro. Tese (Doutorado em Letras). Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, 2008, 263f.

MARQUES, Francisco Paulo Jamil de Oliveira; SAMPAIO, Rafael Cardoso. Internet e eleições 2010 no Brasil: rupturas e continuidades nos padrões mediáticos das campanhas políticas online. In: **Revista Galáxia**, São Paulo, n. 22, dez. 2011, p. 208-221. Disponível em: <http://revistas.pucsp.br/index.php/galaxia/article/view/7065>. Acesso em: 10 jan. 2017.

MARTINHO, Silvana. G. **Humor e Política na dinâmica das Novas Tecnologias da informação e Comunicação**. Dissertação (mestrado). Programa de Estudos PósGraduados em Ciências Sociais, Pontifícia Universidade Católica da São Paulo, São Paulo, 2010, 136f.

MASSAROLO, João Carlos. Estratégias contemporâneas do storytelling para múltiplas telas. In: **Anais do GI “Ficção Televisiva e Narrativa Transmídia”**, do XII Congreso de la Asociación Latino americana de Investigadores de la Comunicación (ALAIIC) Lima: 6, 7 y 8 de agosto de 2014, p. 46-57. Disponível em: <http://www.alaic.org/revistaalaic/index.php/alaic/article/view/564>. Acesso em: 12 nov. 2016.

MASSUCHIN, Michele Goulart; TAVARES, Camila Quessada. Modernização das campanhas e estratégias eleitorais: os padrões de usos da internet nas eleições de 2014. In: **Anais do Grupo de Trabalho Mídia e Eleições do VI Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política (VI COMPOLITICA)** na Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio), 22 a 24 de abril de 2015, p. 1-25. Disponível em: <http://www.compolitica.org/home/wp-content/uploads/2015/04/GT2-Massuchin-e-Tavares.pdf>. Acesso em: 12 nov. 2016.

MIGUEL, Luis Felipe. A mídia e o declínio da confiança na política. In: **Revista Sociologias**, Ano 10, n 19. Porto Alegre, jan./– jun. 2008, p. 250-273. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1517-45222008000100011. Acesso em: 09 jan. 2017.

MIGUEL, Luis Felipe. Os meios de comunicação e a prática política. In: **Revista Lua Nova**, n.55-56, 2002, p.155-184. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/ln/n55-56/a07n5556.pdf>. Acesso em: 14 nov. 2016.

MINOIS, Georges. **História do riso e do escárnio**. São Paulo: Editora UNESP, 2003.

MORANTE, Fernando Morales; HERNANDÉZ, Paula. La webserie: convergencias y divergencias de un formato emergente de la narrativa en Red. In: **Revista Comunicación**, vol.1, n. 10, 2012, p.140-149. Disponível em: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3953638>. Acesso em: 12 jan. 2017.

MOTTA, Luiz Gonzaga (org.). **Imprensa e poder**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, São Paulo: Imprensa Oficial do Estado, 2002.

MURRAY, Janet H. **Hamlet no Holodeck. O futuro da narrativa no ciberespaço**. São Paulo: Editora UNESP, 2003.

NETTO, Vladimir. **Lava Jato: o juiz Sergio Moro e os bastidores da operação que abalou o Brasil**. Rio de Janeiro: Primeira Pessoa, 2016.

NOBRE, Marcos. **Choques de democracia: razões da revolta**. São Paulo: Companhia das Letras, 2013.

NOGUEIRA, Helen C. *Porta dos Fundos: análise da articulação de conteúdos midiáticos e sociais na produção narrativa humorística*. In: Anais do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste, 4 a 6 de junho de 2015, p. 1-15. Disponível em: <http://www.portalintercom.org.br/anais/centrooeste2015/resumos/R46-0146-1.pdf>. Acesso em: 07 jan. 2017.

NOGUEIRA, Octaciano. **Sistemas políticos e o modelo brasileiro**. Brasília: Senado Federal, Unilegis, 2012.

OLIVEIRA, Luiz Ademir; MAIA, Paulo Eduardo de Assis; MIRA, Gustavo Fernandes Pavarizo. **Disputa eleitoral de 2014: Da tela da televisão para as redes sociais**. In: **Revista Comunicação & Mercado/UNIGRAN** - Dourados - MS, vol. 04, n. 11, 2015, p. 29-42 Disponível em: <http://www.unigran.br/mercado/paginas/arquivos/edicoes/11/3.pdf>. Acesso em: 11 jan. 2017.

PANDOLFI, Dulce. **Repensando o Estado Novo**. Rio de Janeiro: Ed. Fundação Getulio Vargas, 1999. 345 p

PASQUALIN, Vera da Cunha. Os desafios da produção midiática na década de 1940: o caso do artista-comunicador José Medina. In: **Anais do 10º Encontro Internacional de Música e Mídia. São Paulo** [on-line], SP. 17 – 19/09/2014 Disponível em: <http://www.amplificar.mus.br/Os-desafios-da-producao-midiatica-na-decada-de-1940--o-caso-do-artista-comunicador-Jose-Medina>. Acesso em: 14 jan. 2017.

PEIXOTO, Vitor; RENNÓ, Lúcio. Mobilidade social ascendente e voto: as eleições presidenciais de 2010 no Brasil. In: **Revista Opin. Publica**, vol.17 n.2. Campinas, nov.2011, p. 304-332. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/op/v17n2/a02v17n2.pdf>. Acesso em: 10 jan. 2017.

PENTEADO, Cláudio; GUERBALI, João Guilherme. As manifestações do impeachment no Twitter: uma análise sobre as manifestações de 2015. In: **Revista Ponto e Vírgula** - PUC SP, n 19,2016 - p. 23-43. Disponível em: <http://revistas.pucsp.br/index.php/pontoevirgula/article/viewFile/29891/20742>. Acesso em: 14 jan. 2017.

PENTEADO, Cláudio; OLIVEIRA, Adriano; PEIXOTO, Vitor. Opinião pública e conjuntura política. In: **Periódico de Opinião Pública e Conjuntura Política**. Ano VI, n. I, mar. 2014.

PERUZZO, Cicilia M. Krohling. Movimentos sociais, redes virtuais e mídia alternativa no junho em que “o gigante acordou”(?). In: **Revista Matrizes** – USP SP, v. 7, n. 2, jul./dez. 2013,p. 73-93 Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/matrizes/article/viewFile/69407/71976>. Acesso em: 16 abr. 2016.

PETRY, Michele Bete. **O corpo nas expressões gráficas de humor: Dilma Rousseff e a política brasileira contemporânea**. Curitiba: Editora CRV, 2013.

PINTO, Leonor Souza. O Cinema Brasileiro face à censura imposta pelo regime militar no Brasil – 1964/1988. In: **Memória Cine Br**. 2006. Disponível em: http://www.memoriacinebr.com.br/textos/o_cinema_brasileiro_face_a_censura.pdf
Acesso em: 28 abr. 2016.

PORTO, Mauro. Enquadramentos da mídia e política. In: RUBIM, A. A. C. (Org.), **Comunicação e política: conceitos e abordagens**. Salvador/São Paulo, Edufba/Editora da Unesp, 2004.

PROPP, Vladimir. **Comicidade e riso**. São Paulo: Editora Ática, 1992.

RECUERO, Raquel da Cunha. **Memes em weblogs: proposta de uma taxonomia**. In: **Revista Famecos**, v.32, p. 23-31, Porto Alegre: 2007. Disponível em: <http://revistas.univerciencia.org/index.php/famecos/article/view/1969/1785>. Acesso em: 19 Fev. 2016.

RECUERO, Raquel da Cunha. **Redes sociais na internet**. 2. ed. Porto Alegre: Editora Sulina, 2014.

REIS, Fábio Wanderley. Eleição de 2014: “País dividido” e questão social. In: **Revista Em Debate**, Belo Horizonte, v.6, n.6, out. 2014, p.8-16. Disponível em: <http://opiniaopublica.ufmg.br/site/files/artigo/3-Outubro-14-DOSSIE-Fabio-Wanderley.pdf>. Acesso em: 14 jan. 2017.

RESENDE, Ênio. **Cidadania: o remédio para as doenças culturais brasileiras**. São Paulo: Summus, 1992.

ROSSINI, Patrícia Gonçalves da Conceição; BAPTISTA, Érica Anita; OLIVEIRA, Vanessa Veiga de; SAMPAIO, Rafael Cardoso. O uso do Facebook nas eleições presidenciais de 2014: a influência das pesquisas eleitorais nas estratégias das campanhas digitais. In: **Revista Fronteiras – Estudos midiáticos**, v. 18, n. 2. mai/ ago. 2016, p. 146-157. Disponível em: <http://revistas.unisinus.br/index.php/fronteiras/article/view/fem.2016.182.04/5493>. Acesso em: 14 jan. 2017.

RUBIM, Antonio Albino Canelas. Novas configurações das eleições na idade mídia. In: **Revista Opinião Pública**, v.7, n.2, Campinas, nov. 2001, p. 168-181. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-62762001000200002. Acesso em: 14 jan. 2017.

SALIBA, Elias Thomé. **Raízes do riso**. São Paulo: Companhia das Letras, 2002.

SAMPAIO, Milene Moura. **TV digital ou digitalização da TV? A transfiguração da TV aberta brasileira no contexto da cibercultura**. Dissertação (mestrado) -

Universidade Federal da Bahia. Instituto de Humanidade, Artes e Ciências, Salvador, 2014, 261f.

SANTOS, Wanderley Guilherme dos. Regresso. **Máscaras institucionais do liberalismo oligárquico**. Rio de Janeiro: Opera Nostra, 1999.

SANTOS, Roberto Elisio dos.; ROSSETTI, Regina. **Humor e riso na cultura midiática: variações e permanências**. São Paulo: Paulinas: 2012.

SANTOS, Suzy dos; CAPPARELLI, Sérgio. Coronelismo, radiodifusão e voto: a nova face de um velho conceito. In: BRITTOS, Valério Cruz; BOLAÑO, César Ricardo Siqueira (org.). **Rede Globo: 40 anos de poder e hegemonia**. vol.1, 1 ed. São Paulo: Paulus, 2005, p. 77-101.

SANT'ANNA, Affonso Romano. **Paródia, Parafáse e cia**. 3 ed. São Paulo: Ática, 1988.

SOARES, Murilo César. **Representações, jornalismo e a esfera pública democrática**. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2009.

SILVA, Mônica Fontoura. **As relações entre uma modalidade do gênero humorístico e a história política na Alemanha dos anos 30**. Dissertação (mestrado). Universidade de São Paulo, 2012, 168f.

SINGER, André. Brasil, junho de 2013: Classes e ideologias cruzadas. In: **Novos estudos CEBRAP** - Dossiê Mobilizações, protestos e revoluções, n.97 São Paulo, nov. 2013, p. 23-40. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0101-33002013000300003. Acesso em: 14 jan. 2017.

SLAVUTZKY, Abrão. **Humor é coisa séria**. Porto Alegre: Arquipélago Editorial, 2014.

SIMÕES, Alex Caldas. 170 de caricatura no Brasil: Personagens, temas e fatos. In: **Revista Linguagens**, São Carlos, v. 15, 2010, p. 1-19. Disponível em: <http://www.letras.ufscar.br/linguasagem/edicao15/005.pdf>. Acesso em: 13 mai. 2016

SODRÉ, Muniz; PAIVA, Raquel. **O império do grotesco**. Rio de Janeiro: Mauad, 2002.

_____. **A comunicação do grotesco**. 8 ed. Petrópolis: Vozes, 1980.

SOUZA, Tárík de. **Como se faz humor político: Henfil**. São Paulo: Kuarup, 2014.

STEFFEN, César. **Espaços Digitais e Visibilidade Política: algumas considerações sobre a Internet na campanha presidencial Brasileira de 2002**. 2003, p. 1-12. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/steffen-cesar-espacos-digitais.pdf>. Acesso em: 15 jun. 2016.

TEIXEIRA, Marco Antonio. Negociação política e as formas de interação Executivo Legislativo no Brasil no período de 1983 a 1992. In: **Caderno de Gestão Pública e Cidadania**, v. 9, n. 40, 2004, p. 1-78. Disponível em: <http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/cgpc/article/view/44024>. Acesso em: 14 jan. 2017.

ZANETTI, Daniela. *Webséries: narrativas seriadas em ambientes virtuais*. In: **Revista Geminis**, vol. 4, 2013, p. 69-88. Disponível em: <http://www.revistageminis.ufscar.br/index.php/geminis/article/view/128>. Acesso em: 14 jan 2017.

_____; SILVA, Lucas Octávio Cândido da; GALANTE, Melina Leal. As webséries e o campo do audiovisual. In: **Anais GI 3 – Ficção TV e narrativa transmídia do ALAIC, Perú**, 2014, p. 1-19. Disponível em: <http://congreso.pucp.edu.pe/alaic2014/wp-content/uploads/2013/12/GI3-Zanetti-C+%C3%B3ndido-Leal.pdf>

WEBER, Maria Helena. Espaço público e acontecimento: Do acontecimento público ao espetáculo político-midiático. In: **Caleidoscópio: Revista de Comunicação e Cultura**, v. 11, p. 189-203, 2011. Disponível em: <http://revistas.ulusofona.pt/index.php/caleidoscopio/article/view/3717>. Acesso em: 14 jan. 2017.

ROMERO, Simon. **On YouTube, Comedy Troupe Tickles Brazil and Ruffles Feathers**. 2013. Disponível em: http://www.nytimes.com/2013/09/01/world/americas/on-youtube-comedy-troupe-tickles-brazil-and-ruffles-feathers.html?_r=0. Acesso em: 12 set. 2016.

ZIBECHI, Raúl. Debajo y detrás de las grandes movilizaciones. In: **OSAL Observatorio Social de América Latina**. Año XIV, n. 34. nov, 2013, p 15-36. Disponível em: <https://lahistoriadeldiablo.wordpress.com/2013/12/19/osal-observatorio-social-de-america-latina-no-34-descargar-revista/>

7. ANEXOS

ANEXO 1 – DECUPAGEM DOS EPISÓDIOS

Vídeo: *Reunião de emergência*

Tempo: 2'43

Data da publicação: 27 de junho de 2013.

Link: https://www.youtube.com/watch?v=__C90xZOmsQ

Tempo	Vídeo	Áudio
0'00 a 0'03	Uma sala de reuniões no formato oval com um grupo de homens, todos de terno. Uma mulher (Julia Rabello) entra e joga uma pasta na mesa.	Burburinhos.
0'04 a 0'11	A câmera mostra os rostos satisfeitos de dois participantes da reunião. Homem 1 (Rafael Infante) e Homem 2 (Luis Lobianco). Em seguida, foca no rosto da Mulher que o esfrega em tom de preocupação.	Mulher: Bom, pessoal, chamei vocês aqui porque a situação chegou num nível que vamos ter que tomar uma atitude e eu acho que a gente vai ter que...roubar menos.
0'12 a 0'16	O rosto do Homem 2 é mostrado com ar de insatisfação, enquanto o Homem 1 ri de maneira despojada e fala com sotaque nordestino.	Homem 1: Ah, como assim, presidenta?
0'17 a 0'20	A Mulher vira-se para o	Mulher: Como assim?

	Homem com o corpo rígido gesticulando muito e com tom de voz alterado. Quase aos gritos.	Assim! Roubar menos, diminuir a roubalheira. Sei lá! Por uns dois meses, talvez.
0'21 a 0'22	O Homem 3 (Fábio Porchat) bate na mesa gritando.	Homem 3: Peraí, isso não está certo!
0'22 a 0'23	A Mulher se afastando assustada, faz uma expressão de insatisfação com a atitude do Homem 3.	Mulher: Calma Senador!
0'24 a 0'25	O Homem 3 continua batendo na mesa e gritando com expressão de incredulidade.	Homem 3: Calma, não! Calma, por que calma?
0'26 a 0'28	A Mulher gesticula abrindo e fechando os braços em um sinal de explicação em direção ao Homem 3. Os demais personagens mostram expressões de insatisfação. O Homem 1 esfrega o rosto tirando os óculos, enquanto o 2 esfrega a cabeça.	Mulher: Por causa das manifestações, das passeatas, dos apelos.
0'29 a 0'31	O Homem 3 continua gritando com expressão de indignação, enquanto o Homem 2 esfrega o rosto insatisfeito.	Homem 3: Que manifestações? Que passeatas? De onde veio isso?
0'32 a 0'33	Mulher grita acenando para o Homem 3, enquanto ele apresenta uma expressão de incredulidade e o Homem 2 balança a cabeça com a mão no rosto.	Mulher: Você não viu na televisão? Nos jornais? Nas revistas?
0'34 a 0'36	O Homem 3 olha para os demais integrantes da mesa explicando o motivo de não saber a notícia. Toca o rosto e acena com a palma aberta.	Homem 3: Não! Estava em Cancún até agora. Voltei pra essa reunião. Gente!
0'37 a 0'39	Homem 2 grita e bate a caneta na mesa, mostrando insatisfação com a mulher. No fim da frase, joga a caneta na mesa.	Homem 2: Oh, minha filha, não dá pra parar de roubar assim do nada não!

0'40	Os rostos de todos os presentes da reunião se viram para a mulher.	Sem falas.
0'41 a 0'44	A mulher gesticula com a mão na cintura e altera a voz para uma maneira firme.	Mulher: Não é parar. Eu não falei parar! Eu falei que é pra gente diminuir o ímpeto.
0'45 a 0'48	O Homem 2 bate as duas mãos na mesa, gritando muito alto.	Homem 2: Eu já estou com esse dinheiro todo comprometido com a Copa do Mundo!
0'49 a 0'53	A mulher com os olhos revirados e ar de insatisfação coloca a mão na cintura e se apoia na mesa. O Homem 2 continua gritando e apontando para a mulher, enquanto o homem 1 esfrega o rosto com ar de insatisfação.	Homem 2: O que eu vou falar para esse empreiteiros que estão dependendo desse dinheiro, desse desvio de verba?
0'54 a 0'58	O homem 1 esfrega o rosto e balança as mãos demonstrando uma explicação dos acontecimentos.	Homem 1: E olhe gente, eu tenho acordo com banqueiro que se eu não pago, eu estou morto.
0'59 a 1'00	O homem 4 (João Vicente de Castro) mostra um ar de insatisfação, mas de conformidade.	Homem 4: Isso vale para todo mundo?
1'01 a 1'02	A mulher explica para o Homem 4 gesticulando de forma grosseira.	Mulher: Isso é decisão apartidária. Vale para todo mundo.
1'03 a 1'04	O Homem 3 esfrega a cabeça, quase se deitando sobre a mesa, e fala para o Homem 2 em tom de desespero.	Homem 3: Acabei de comprar um jatinho.
1'04 a 1'05	A mulher sentada na ponta da mesa explica gesticulando as mãos. O homem 1 faz uma expressão de assustado,	Mulher: Em tem outra possibilidade que é a gente realmente fazer as coisas. Hospital, transporte, escolas....
1'06 a 1'13	O Homem 1 grita para a mulher. A mulher coloca as mãos na cabeça.	Homem 1: Deus me defenda! Porque esse é um caminho que não tem volta! Se for fazer escola, não vai parar de fazer escola.
1'14 a 1'19	O Homem 3 explica em ar	Homem 3: O que pode

	de consentimento, enquanto a mulher abre uma expressão de se acalmar.	fazer, de repente, é dividir os royalties do roubo, assim, entre todo mundo por igual.
1'20 a 1'25	O Homem 1 começa a falar mais manso e termina gritando com o Homem 3. O Homem 3 faz uma expressão de tristeza.	Homem 1: Aí, senhor Senador, o senhor me desculpe, mas eu não joguei o Maranhão na merda pra vir prefeitinho de São João das Couves pra ficar rico!
1'26 a 1'27	A mulher grita para acalmar os presentes.	Mulher: É só um corte de 20 por cento!
1'28 a 1'32	O Homem 2 rasga alguns papéis da mesa, faz uma bola com eles e atira na mulher, que se esquiva.	Homem 2: Não é só pelos 20. É pelo que representa moralmente!
1'33 a 1'37	O Homem 5 (Antonio Tabet) tenta acalmar os ânimos gesticulando para o Homem 2 e para a mulher. O Homem 1 abre as mãos com um ar de satisfação.	Homem 5: Sem vandalismo, sem vandalismo! Vamos tentar escalonar um roubo, arrumar um limite, um teto, alguma coisa assim.
1'38 a 1'45	A mulher gesticula apontando opções.	Mulher: Gente, é só o tempo de o povo dispersar. Em um mês tudo volta a ser como era antes. Vai voltar campeonato brasileiro, vai voltar <i>Big Brother</i> ...
1'46 a 1'47	O Homem 1 esfrega o rosto e questiona a mulher. O Homem 2 bebe água para se acalmar.	Homem 1: Tá, mas lá na frente a gente vai poder roubar retroativo?
1'48 a 1'51	A mulher toca as mãos do Homem 1 numa espécie de ação de conforto.	Mulher: Lá na frente você vai poder fazer o que você quiser, meu querido.
1'52 a 1'53	Homem 1 com voz bem mais calma se vira para a mulher e a questiona.	Homem 1: E você vai falar o que para a imprensa?
1'53 a 1'54	A mulher responde de forma firme.	Mulher: Pode deixar que eu me viro. Eu posso contar com vocês?
1'55 a 1'57	O Homem 3 com expressão de medo questiona a todos na mesa.	Homem 3: E que é que vai falar para o Lula?
1'58 a 2'00	Todos se olham com ar de preocupados.	Sem falas.
2'01 a 2'03	O Homem 5 tira um fantoche no formato de	Homem 5: Eu vou!

	sapo de debaixo da mesa. Com voz de criança o manipula.	
2'03 a 2'07	Entra a vinheta do final do vídeo.	Trilha.
2'08 a 2'43	Aparecem os créditos de produção. Também aparece um boneco de fantoche no formato de meia. O boneco fala pausadamente, em soquinhos.	Fantoche: Oi, amiguinhos, aqui é o Gorila Suquinho! Eu venho aqui fazer um pedido para vocês: fiquem em casa! Não vão pra rua! Na casa é muito mais legal! Tem brinquedo, hambúrguer, desenho animado! Na rua só tem bandido, vândalo e vagabundo. Hihihhi. Ok então, um beijo no coração de vocês. Tchau!

Vídeo: *Financiamento*

Tempo: 1'49

Data da publicação: 27 de setembro de 2014.

Link: <https://www.youtube.com/watch?v=s-NtkVZsGQc>

Tempo	Vídeo	Áudio
0'00 a 0'05	Um apresentador (Antonio Tabet) em uma estrutura de debate com cenário escrito "eleições 2014". O apresentador vira-se para a esquerda e agradece a candidata que não é mostrada. Depois vira-se para a direita e fala para o candidato.	Apresentador: Candidata, muito obrigada. Candidato, agora é sua vez. Um minuto para suas considerações finais, por favor.
0'06 a 0'26	O candidato (Rafael Infante) está em um púlpito vestindo terno. Começa sua fala apontando para o espectador. Em seguida, faz gestos de demonstração com as mãos.	Candidato: Povo brasileiro, em primeiro lugar, gostaria de agradecer a construtora OS. É uma empresa que tem mais de 35 anos de história e ela vem realizando e produzindo um país muito melhor. Se eu for presidente, toda e qualquer ponte ou estrada vai ser feita independente de qualquer licitação por ela. Quem me conhece, sabe, eu sou e sempre serei o candidato das empreiteiras que me pagam.

0'27 a 0'34	O candidato continua apontando com as mãos de maneira explicativa. O tom de voz aponta uma proximidade do candidato com a empresa.	Candidato: Eu aproveito para mandar um beijo para outra construtora que nos apoia: a Andrade Gutierrez, que sempre foi muito atenta às nossas necessidades e nunca deixou faltar nada pra ninguém.
0'35 a 0'43	O candidato abre os braços e fala em um tom irônico.	Candidato: Falando nisso...Odebrecht, que isso? Vamos tirar esse escorpião do bolos, aí?! Tá apostando a posição e vai ficar mais quatro anos fazendo condomínio na Bahia?
0'44 a 1'02	O candidato aponta para a tela em tom de ordem.	Candidato: Eu quero também fazer uma pequena homenagem nesse espaço aqui para o Itaú. É um banco que é feito para mim, um banco feito para nós, um banco que é feito para você. Eu garanto que o Itaú, o maior banco privado da América Latina, vai ter mais quatro anos de vento em popa no meu governo. E se não crescer, eu faço aqui uma promessa, podem me cobrar, eu injeto pessoalmente dinheiro da educação no Itaú. Esse banco que tem mais de 70 anos de tradição.
1'03 a 1'09	O candidato, com ar de satisfação e felicidade, encerra o discurso.	Candidato: Povo brasileiro, eu prometo governar para quem realmente me elegeu. Friboi! Carne confiável tem um nome e é Friboi. O Brasil está crescendo e a gente não pode desistir da Gerdau!
1'10 a 1'14	A câmera volta ao apresentador.	Apresentador: Muito obrigado, candidato. Seu tempo está encerrado. Nós vamos agora para um rápido intervalo comercial

		e voltamos já já. Fiquem conosco!
1'15 a 1'20	Vinheta de encerramento Porta dos fundos.	Trilha.
1'21 a 1'37	Uma mesa de escritório com uma secretária eletrônica. Créditos do vídeo.	Homem na secretária eletrônica: Ô, Armando, a Odebrecht está triste sem você, cara! Tá sentindo sua falta, vamos retomar aquela conversa. Hein?! Esquece o passado! Vamos pensar nesse mandato lindo que a gente tem pela frente para construir junto! Tá bom? Liga pra gente! Deixa de besteira, beijo!
1'38 a 1'49	A secretária eletrônica pisca uma luz indicando uma segunda ligação.	Bip e o Homem na secretária eletrônica 2: Querido, adorei o debate, tá?! Você estava maravilhoso. Estou te mandando aquela bisteca que você adora, tá?! Beijinho no ombro e abraço da Friboi. Bip final da secretária eletrônica.

Vídeo: *Alianças*

Tempo: 2'18

Publicado: 06 de novembro de 2014.

Link: https://www.youtube.com/watch?v=Z_w0AWUcwS4

Tempo	Vídeo	Áudio
0'00 a 0'03	Uma sala de reuniões com um grupo de homens, todos aplaudindo uma mulher (Julia Rabello) que entra na sala acompanhada de um assessor (Rafael Infante). Ao fundo, a bandeira do Brasil.	Aplausos.
0'04 a 0'05	Câmera mostra rosto da mulher insatisfeita com os aplausos, como se estivesse com dores na cabeça.	Mulher: Já chega. Chega!
0'06 a 0'08	Assessor (Homem 1) deseja parabéns a mulher pela reeleição em nome de todos na sala. Abre os braços com expressão de satisfação.	Homem 1: Senhora Presidente, parabéns pela sua reeleição, acho que aqui todos desejam a mesma coisa.
0'08 a 0'10	Mulher pergunta quem são as pessoas na sala, com expressão de desprezo.	Mulher: Tá. Tá. E quem são essas pessoas aê?
0'10 a 0'11	Câmera mostra rosto de satisfação das pessoas na sala.	Homem 1: Essa é sua nova bancada de aliados.
0'11 a 0'19	As pessoas são apresentadas com expressões de satisfação, enquanto a mulher mantém o desprezo.	Homem 1: Se a Senhora lembra, Tião do Fuzil, miliciano do Rio de Janeiro, um dos mais votados nessa eleição, conseguiu bastante votos pra Senhora se reeleger é um dos responsáveis com certeza "pro ce ta" aqui.
0'19 a 0'20	A mulher mantém o desprezo, mas de maneira mais amena.	Mulher: Bem, Tião?
0'20 a 0'21	O Homem 2 mostra satisfação e apresenta a expressão corporal rústica.	Homem 2: Satisfação ai minha patroa.
0'21 a 0'22	O Assessor aponta para o Homem 2.	Homem 1: Tião vai ser secretário de pesca.

0'22 a 0'23	A mulher demonstra espanto.	Mulher: S\u00e9rio?
0'23 a 0'24	O Assessor aponta que a mulher deve receb\u00ea-lo.	Homem 1: Ele \u00e9 do PMDB.
0'24 a 0'25	A mulher mostra um pouco mais de anima\u00e7\u00e3o.	Mulher: Bem vindo a\u00ed ao governo!
0'25 a 0'27	O Homem 2 continua com a postura r\u00fastica e ar de satisfa\u00e7\u00e3o.	Homem 2: "Tamo" junto no contexto a\u00ed, madame.
0'27 a 0'30	O Assessor aponta um senhor ao fundo da sala.	Homem 1: N\u00e3o sei se a Senhora recorda tamb\u00e9m, nosso querido pastor Jeseilson.
0'30 a 0'31	A mulher responde com ar de questionamento.	Mulher: Je o que?
0'31 a 0'31	O Assessor cita de maneira pausada o nome do senhor, que mant\u00e9m-se sem express\u00e3o facial.	Homem 1: Jeseilson
0'31 a 0'32	A mulher o cumprimenta de maneira desanimada.	Mulher: Tudo bem, pastor?
0'32 a 0'35	O Assessor explica de maneira calma, enquanto a mulher apresenta express\u00e3o de incredulidade.	Homem 1: Presidenta, desculpe, \u00e9 que ele n\u00e3o fala com mulheres, gays e nem negros
0'35 a 0'36	A mulher mant\u00e9m a incredulidade.	Mulher: Faz o qu\u00ea?
0'36 a 0'42	O Assessor explica de maneira pausada enquanto o Pastor mant\u00e9m-se sem express\u00e3o.	Homem 1: Ele \u00e9 pentecostal do quinto dia da d\u00e9cima paternidade, ele leu alguma coisa dessa na B\u00edblia e decidiu assim, mas ser\u00e1 nosso ministro das etnias
0'42 a 0'46	A mulher n\u00e3o concorda com a escolha e questiona o assessor.	Mulher: Vem "c\u00e1", n\u00e3o tem nenhum outro minist\u00e9rio pra gente realocar ele n\u00e3o? Que combine mais com o perfil de gente "que nem" ele assim?
0'46 a 0'49	O assessor explica apontando para o Pastor.	Homem 1: \u00c9 que esse cargo foi prometido pra bancada religiosa e ele \u00e9 PMDB.
0'49 a 0'50	O assessor aponta para um homem sentado (Luis Loubianco).	Homem 1: \u00c9 nosso ex-presidente Fernando.
0'50 a 0'51	A mulher parece mais receptiva por conhec\u00ea-lo.	Mulher: E a\u00ed, Fernandinho, beleza?

0'51 a 0'52	Fernandinho responde com ar de insatisfação e cobrança.	Homem 3: Mais ou menos, "né fia".
0'52 a 0'53	A mulher responde alterando a voz por ser questionada. Cruza os braços com expressão de pouca paciência.	Mulher: Ah, o que que foi agora Fernando?
0'53 a 1'00	Fernandinho aponta enumerando.	Homem 3: Estou pra ser denunciado no domingo agora no Fantástico pelo esquema de gerenciamento de águas de São Paulo.
1'00 a 1'04	A mulher nervosa, coloca a mão na cintura apontando.	Mulher: "Aí se" merece também né, que se dá muito mole né Fernando? Essa denúncia aí tem fundamento?
1'04 a 1'05	Fernandinho acessa positivamente dando ênfase a afirmação.	Homem 3: Sempre tem, né, filha.
1'05 a 1'07	A mulher e o assessor riem com ar de deboche.	Mulher: Ah... Homem 1: sempre tem. Mulher: Ah...
1'07 a 1'18	O assessor aponta gesticulando a enumeração. Verifica algumas folhas para encontrar uma opção. A mulher aponta que criar um novo ministério seja a melhor opção.	Homem 1: O Fernando vai ser alguma de alguma coisa. Tava vendo aqui na pauta sobre a Petrobrás. Mulher: Petrobrás! Homem 1: ou a gente pode criar um ministério novo também. Mulher: Essa é boa! Homem 1: O importante é decidir hoje. Mulher: Não quero decidir hoje. Homem 1: Quer esperar domingo? Mulher: Claro! Homem 1: "tá certo".
1'18 a 1'20	O assessor aponta outro homem no fundo da sala.	Homem 1: É esse nosso querido Senador!
1'20 a 1'22	A mulher aponta gritando para o homem.	Mulher: Esse aqui eu derrotei esse aqui no segundo turno.
1'22 a 1'39	O assessor explica apontando o homem, enquanto a mulher apresenta expressão de	Homem 1: É, pois é, mas pra ele ficou prometido o cargo de Presidente da República. É porque a

	surpresa e insatisfação.	oposição fez acordo com a bancada evangélica e já tinha todo o acordo com o pessoal do agronegócio, né?! Todos eles muito bem acordados com o pessoal da bancada gay que tem acordo com o pessoal da bancada dos negros. Muito bem articulados todos com a CUT, muito bem fechados num pacto forte com o PMDB. Então, vai assumir o cargo de Presidente da República no seu lugar.
1'39 a 1'40	Com ar de surpresa, a mulher questiona o assessor.	Mulher: E eu faço o que?
1'40 a 1'49	O assessor procura nas folhas uma opção para a mulher.	Homem 1: a senhora Presidente, fez tanto acordo, tanta aliança, que a gente te perdeu em algum momento, e a senhora vai ficar de suplente do Renan mesmo, que também é PMDB.
1'49 a 1'54	Vinheta de encerramento do vídeo Porta dos Fundos	Trilha.
1'54 a 2'18	A mulher aparece sentada no chão ao lado de produtos de limpeza. Usa terno e luvas de borracha. Fala ao celular. Fala em um tom de pouca satisfação, mas de contentamento. Créditos do vídeo.	Mulher: Não tá tranquilo aqui, não, tranquilo, emprego bom, pego décimo terceiro salário, sabe? Plano de saúde, tá tranquilo viu, é não, dá pra aguentar. O pessoal aqui é “brabo” viu vou ti fala” um negócio, que outro dia eu queimei uma camisa me colocaram pra pagar, pois é rapaz só isso ai que tá me invocando aqui.

Reunião de Emergência 2

Tempo: 3'09

Data de publicação: 21 de março de 2016.

Link: https://www.youtube.com/watch?v=hXuv3c1Rz_0

Tempo	Vídeo	Áudio
0'00 a 0'05	Uma sala de reunião com vários homens de terno sentados. O Homem 1 (Antonio tabet) chega e joga uma pasta sobre a mesa. Enquanto o Homem 1 fala, a câmera vai mostrando os rostos de preocupação de todos os integrantes da mesa.	Homem 1: Senhores ministros, a situação piorou. Eu convoquei essa reunião de emergência. Infelizmente, um de vocês vai ter que ser demitido.
0'06 a 0'08	Todos fazem expressão de espanto e indignação. O Homem 2 (Fábio Pochat) abre os braços questionando a todos.	Homem 2: Peraí, peraí! Que isso! Como assim?
0'09 a 0'12	O Homem 1 abre os braços explicando com um tom de voz de insatisfação.	Homem 1: Vamos ter que fazer um “zerinho 1”, uma “dedanha”, alguma coisa... Infelizmente alguém vai ter que rodar para a poeira baixar.
0'13 a 0'15	O Homem 3 (Luis Loubianco) se vira para o Homem 1 e em seguida para todos da mesa.	Homem 3: Peraí, rodar como? Alguém fez alguma merda aqui?
0'16 a 0'27	A câmera mostra o Homem 1 explicando gesticulando, enquanto os demais da mesa mostram expressões de não entendimento.	Homem 1: Fizeram! Mas não fizeram uma merda em nível de foro privilegiado. Foram umas merdinhas de vocês. Vou ter que trazer alguém que realmente esteja precisando. Vocês estão roubando o lugar de alguém que precisa. E quem rodar, que depois se vire com a justiça comum quando bater na mulher, avançar um sinal, sei lá...
0'28 a 0'29	O Homem 4 (Camilo Borges) se vira para o Homem 1 abrindo os braços e questionando.	Homem 4: Tá, mas quem você quer nomear?

0'30 a 0'33	O Homem 1 aperta o botão do interfone para falar com a secretária.	Homem 1: Solange, manda entrar o Linguiceiro de Diadema, vai!
0'34 a 0'35	O Homem 5 (Rodrigo Magal) olha para todos sem entender.	Homem 5: Linguiceiro de Diadema?
0'36 a 0'40	A porta da sala de reuniões se abre e entra um Homem na camisa de força (Rafael Portugal) e máscara empurrado por dois seguranças. Todos da sala se olham sem entender o que está acontecendo.	Sem falas.
0'41 a 0'42	O Homem 4 grita apontando para o Homem na camisa de força.	Homem 4: Mas que porra é essa, Michel?
0'43 a 0'54	O Homem 1 gesticula com as mãos respondendo. E em seguida aponta para o Homem na camisa de força. Todos mostram uma reação de medo a presença do Homem na camisa de força na sala.	Homem 1: Você queria saber quem fez merda, quem tá precisando. Ó quem fez merda! O Linguiceiro de Diadema, nosso companheiro, linguiceiro de Diadema. Ou você acha que a cara dele está boa? Olha para a cara dele? Você acha que está feliz? Tá corado ele? Tá passeando de camisa polo e gel ele? Se quiser eu solto para você mesmo perguntar para ele.
0'55 a 0'56	O Homem 4 aponta com reação negativa.	Homem 4: Não, não! Não tem necessidade, calma!
0'57 a 1'06	O Homem 1 gesticula explicando a situação do Homem na camisa de força. Ao citar a Polícia Federal, faz aspas no ar ao dizer “resolveu trabalhar”.	Homem 1: Quem não está calmo é o companheiro Linguiceiro de Diadema. Nosso vereador eleito de São Bernardo. E, agora, pode pegar lá, sei lá quantos anos de cadeia comum só porque cometeu uns deslizes em série aí e a Polícia Federal resolveu trabalhar.
1'07 a 1'09	O Homem 2 faz expressão de medo e curiosidade, perguntando ao Homem 1.	Homem 2: Assim, mais a título de curiosidade, assim: seriam quantos deslizes?
1'10 a 1'12	O Homem 1 responde com ar de insatisfação. O Homem 2 responde com entendimento e	Homem 1: 72. Homem 2: Hum..72.

	medo.	
1'13 a 1'16	O Homem 1 explica apontando para o Homem na camisa de força que responde balançando a cabeça e grunhindo.	Homem 1: A maioria é taxista e garota de programa. Homem na camisa de força: Hum...
1'17 a 1'20	O Homem 3 exalta a voz no sentido do Homem 1, que responde envergonhado. O Homem 3 faz uma nova pergunta.	Homem 3: Peraí, peraí. A presidenta está sabendo disso? Homem 1: Evidente que não. Homem 3: E aonde é que ela está?
1'21 a 1'26	O Homem 1 aponta para baixo da mesa onde é mostrada uma mulher agachada. O rosto da mulher não é mostrado.	Homem 1: Tá aqui embaixo, em posição fetal, com punho na boca. Está chorando e babando há duas semanas desde que saíram essas ligações aê. Eu estou interino no lugar dela.
1'27 a 1'33	O Homem 2 olha para o Homem 1 com ar de moderação.	Homem 2: Será que você não está exagerando um pouco? Já passaram manifestações, acabou já. Será que você....
1'34 a 1'44	O Homem 1 responde indignado. O Homem 2 coloca o pé na mesa, mostrando a tornozeleira.	Homem 1: Você não viu a manifestação na rua? Homem 2: Não! Não vi. Como é que vou ver com essa tornozeleira aqui? Não consigo dar dois passos que apita essa merda! Fui andar até a máquina de Coca-Cola e pow, dá choque! Sinaliza para polícia e caralho.
1'45 a 1'50	O Homem 5 questiona o Homem 1 com expressão de incredulidade. O Homem 1 responde enfático. O Homem 2 esnoba a resposta como se o número não fosse importante o suficiente. O Homem 2 coloca a mão na cabeça assustado com a resposta do Homem 1.	Homem 5: E outra coisa, são quantas pessoas nas ruas: Homem 1: 500 mil pessoas, Aluísio! Homem 2: Ah, por favor! Homem 1: Segundo o <i>DataFolha</i> , Aluísio! Homem 2: Puta que pariu, foi a população!
1'51 a 1'55	O Homem 4 se vira para todos apontando. O Homem na camisa de	Homem 4: Gente, Gente! Mas por que a gente não cria um ministério para o Linguiceiro?

	força balança a cabeça concordando e grunhindo.	Homem na camisa de força: Hum...
1'56 a 2'00	O Homem 1 nega a ideia coma a cabeça e aponta o Homem na camisa de força.	Homem 1: Não dá pra ser um ministério novo, tem que ser mais quatro. Tem que ser um ministério pro Linguiceiro, pra mulher do Linguiceiro, pros dois filhos do Linguiceiro...
2'01 a 2'04	O Homem 2 gesticula repetidamente abrindo os braços.	Homem 2: Cria! Já criou imposto, criou taxa, criou <i>meme</i> de babá... cria um ministério aê, pô!
2'05 a 2'15	O Homem 1 altera sua voz enumerando a impossibilidade da sugestão.	Homem 1: Não tem como, eu já fiz o levantamento. Só falta mais três ministérios para criar: o ministério do Jiu Jitsu, o ministério do Pintassilgo cantador e ministério do Ovomaltine. E a ONU já disse que se a gente criar um desses ministérios eles vão entrar com uma sanção pesada contra a gente... (fala interrompida bruscamente).
2'16 a 2'17	O Homem 2 acena dando adeus para a porta. O lugar ao lado do Homem 2 está vazio.	Sem fala.
2'18 a 2'27	O Homem 1 questiona o Homem 2 apontando o lugar vazio. O Homem 2 responde abrindo os braços. O Homem 1 fica paralisado incrédulo. O Homem 3 faz expressão de conformismo.	Homem 1: Cadê o Aluísio? Homem 2: Foi preso nesse meio tempo em que você estava nesse “standupzinho” aí, levaram? Homem 1: Quem prendeu ele? Homem 2: O Japonês da Federal. Homem 1: E cadê o Japonês da Federal? Homem 3: Foi preso também! Tá rápido o negócio, ô filhão!
2'28 a 2'32	O Homem 1 coloca as mãos na cintura apontando uma solução para o caso, mesmo que não a melhor.	Homem 1: Eu tô falando isso vai dar merda, gente! Bom pelo menos eu posso botar o Linguiceiro no Ministério da Justiça, então.
2'33 a 2'36	O Homem 4 aponta para o Homem na camisa de força e olha para o Homem 1 com expressão de negatividade. O Homem na camisa de força se desespera	Homem 4: É, mais aí você vai colocar ele para tratar direto com o Lula, né? Homem na camisa de força: Hum...Hu...Hummmm....

	balançando a cabeça negativamente.	
2'37 a 2'40	O Homem 1 tenta acalmar o Homem na camisa de força que continua desesperado.	Homem 1: Calma, Linguiceiro. Calma! Homem na camisa de força: Hum...Huuuuuurrmmmmmm!!!!
2'41 a 2'44	O Homem 1 fala para os seguranças, enquanto o Homem na camisa de força continua desesperado acenando com a cabeça negativamente.	Homem 1: Gente alguém arruma um taxista, um calmante, uma puta para ele... Homem na camisa de força: Hum...Hummmmmmm
2'45 a 2'50	Vinheta de encerramento do vídeo.	Trilha.
2'51 a 3'09	Créditos do vídeo. Uma mão com luva de goleiro assina um termo de posse de ministérios. A mão assina a minha do Ministério dos Esportes escrevendo "Goleiro Bruno". Há outras assinaturas, Ministério da Cultura: Belo, Ministério da Aviação: Osama Bin Laden, Ministério da Justiça: Suzane Von Richthofen, Ministério das Mulheres, da Igualdade Racial e dos Direitos Humanos: Dado Dolabell. Não há assinatura na linha referente a Presidenta da República.	Sem áudio.

Vídeo: *Delação*

Tempo: 2'38

Publicado: 02 de abril de 2016.

Link: <https://youtu.be/m92wwsCzk7k>

Tempo	Vídeo	Áudio
0'00 a 0'09	Em uma sala à meia luz, o Homem 1 (Fábio Porchat) presta depoimento a um	Homem 1: Foi, foi um Senador do PSDB que aceitou a propina, foram

	<p>agente da Polícia Federal – Homem 2 (Gregório Duvivier). Enquanto o Homem 1 fala de maneira clara e espaçada, o Homem 2 mantém-se desatento e mexendo no celular.</p>	<p>mais de 25 milhões de Reais desviados da Vale e 35 milhões desviados da Petrobrás.</p>
0'10 a 0'12	<p>O Homem 1 faz uma pausa enquanto o Homem 2 esfrega o rosto e boceja.</p>	<p>Homem 2: Vai falando aí, tô te ouvindo deputado.</p>
0'13 a 0'25	<p>O Homem 1 mostra algumas folhas em uma pasta. O Homem 2 continua bocejando e mexendo no celular.</p>	<p>Homem 1: É bom, a gente tem aqui também o vereador Toledo e o deputado Carminio ele que comandavam todo o esquema com as empreiteiras.</p>
0'26 a 0'27	<p>O Homem 2 se anima e questiona o Homem 1.</p>	<p>Homem 2: Qual partido?</p>
0'28 a 0'42	<p>O Homem 1 explica detalhadamente gesticulando, enquanto o Homem 2 volta a bocejar e a mexer no celular. O Homem 1 separa uma folha para mostrar os desvios.</p>	<p>Homem 1: Os dois são do PSDB, eles aceitavam todo o dinheiro de caixa dois, pegavam todo esse dinheiro e depositavam nas contas no exterior do partido negadas e até tenho essa lista com todas as contas com todos os nomes com dinheiro de tudo, isso acontece a pelo menos uns 25 anos “tá aqui ó”.</p>
0'43 a 0'44	<p>O Homem 2 continua mexendo no celular e despreza enfaticamente a prova apresentada.</p>	<p>Homem 2: Não, não, não.</p>
0'45 a 0'45	<p>O Homem 1 insiste em mostrar a folha.</p>	<p>Homem 1: É que ta tudo documentado aqui</p>
0'46 a 0'47	<p>O Homem 2 faz uma voz infantil satirizando. Não pega a folha.</p>	<p>Homem 2: Para, para, para</p>
0'47 a 0'48	<p>O Homem faz expressão de espanto apontando na folha.</p>	<p>Homem 1: Tem assinatura!</p>
0'49 a 0'55	<p>O Homem 2 em tom de deboche nega a folha. O Homem 1 a guarda de volta na pasta.</p>	<p>Homem 2: Tem assinatura, é? Dois deputados do PSDB, não precisa irmão, parece que “se” não quer ir pra casa, deputado?</p>
0'56 a 1'04	<p>O Homem 1 tenta</p>	<p>Homem 1: Ah, bom, tem</p>

	empolgar o Homem 2. O Homem 2 fica animado.	essa aqui, acho que essa vai te interessar. Então porque é uma lista com todos os políticos que aceitaram dinheiro em troca do voto a favor das reeleição do Presidente Fernando Henrique
1'05 a 1'08	O Homem 2 grita para que o Homem 1 não entregue a folha.	Homem 2: “Eh, pa oh, vamos guardar isso aí”
1'09 a 1'10	O Homem 1 olha com ar indignado.	Homem 1: Tem certeza? Porque isso aqui eu acho importante
1'11 a 1'17	O Homem 2 fala pausadamente em tom de deboche, enquanto o Homem 1 sente-se envergonhado. O Homem 2 ri.	Homem 2: Acho que é importante você fechar a pastinha. Homem 1: “ta”. Homem 2: Isso abre mais não, “porra” me ajuda ate ajudar aí.
1'18 a 1'38	O Homem 1 mostra um envelope com uma nota fiscal dentro. O Homem 2 mostra curiosidade e pega a nota para ler.	Homem 1: Bom, eu acho que já te mostrei, ah sim esse aqui não sei se te ajuda, mas é um jantar que “teve” em Paris, essa aqui é a continha do jantar 50 mil reais que foram gastos de dinheiro público né! Homem 2: Quem é que tava lá? Homem 1: Foi uma reunião de aliados do PSDB com PMDB, ele se encontram em Paris e eu tava lá inclusive.
1'39 a 1'40	O Homem 2 mostra incrédulo com a história.	Homem 2: O que vocês comeram lá?
1'41 a 1'48	O Homem 1 gesticula mostrando sinais de bebida e comida. O Homem 2 analisa a nota.	Homem 1: A gente comi ai muita coisa, 50 mil Euro, muita bebida, muito champagne, muito vinho que a gente levou até aaí pra adegá nossa pessoal.
1'49 a 1'52	O Homem 2 mostra a nota para o Homem 1.	Homem 2: Oh bacana, mas “ta” em francês, o que é isso aqui?
1'53 a 1'55	O Homem 1 aponta explicando.	Homem 1: Esse? Esse aí é arroz de lula.
1'56 a 2'00	O Homem 2 grita com ar	Homem 2: Machado pode

	de satisfação, piscando feliz para um homem fora da sala (que não é mostrado).	emitir o mandato de prisão! Avisa logo o juiz que a gente pegou o Lula.
2'01 a 2'05	Vinheta de encerramento Porta dos Fundos	Trilha
2'06 a 2'38	Sentado ao lado do Homem 1, o Homem 2 tenta extrair mais informações. Com ar empolgado, o Homem 2 soletra as palavras para que o Homem 1 diga. No final, o Homem 1 grita para o homem fora da sala emitir mais mandatos.	Homem 1: Só isso. Homem 2: Ah legal, mas você não precisa de mais nada? Homem 1: Não, não preciso de mais nada. Homem 2: Do que é que você precisa? Homem 1: De nada. Homem 2: Vamos supor que você queira cozinhar, tá?! Você precisa de que? Homem 1: Eu preciso de uma panela. Homem 2: “Di” uma panela? Homem 1: É. Homem 2: Eu ouvi Dilma? Homem 1: Dilma. Homem 2: Dilma, Dilma, Dilma, Dilma? É Dilma? Olha pode emitir o outro mandato, é tá presa a outra comparsa dele também, pode ir, vai volta pro Congresso.

Vídeo: *Reunião de Emergência 3, Delação 2*

Tempo: 4'00

Publicado: 11 de abril de 2016.

Link: <https://www.youtube.com/watch?v=bE8RWk0YY3I>

Tempo	Vídeo	Áudio
0'00 a 0'17	Em um sala de reuniões. Fábio Porchat com uma taça de champagne, enquanto Gregório come caviar e João bate no peito. Todos usam camisetas do PT. Fabio está coberto com uma bandeira de Cuba. Todos mostram satisfação com o discurso e levantam as taças ao final da fala.	Fabio: Ao comunismo, a volta na excelente União Soviética e ao fim das investigações contra o PT e os aliados desse partido maravilhoso que deveria se manter no poder por muito tempo, independente de qualquer coisa que aconteça dentro dele, alguma corrupção de tucanos que estão ali infiltrados
0'18 a 0'20	João puxa o coro em voz alta.	Todos: chê! chê! chê! chê!
0'21 a 1'01	Antônio interrompe entrando na sala vestindo uma camiseta da seleção brasileira de futebol e segurando um Pixuleco (boneco inflável de Lula vestido de presidiário). Ele começa a falar enquanto todos na mesa mostram ar de incredulidade. Antônio tira a camiseta e por baixo usa um colete da CUT. Tira o celular do bolso mostrando irritação enquanto os demais mostram expressões de surpresa e incredulidade. Gritam preocupados com a perda de seguidores. João levanta-se e bate na mesa. Fábio coloca a mão na cabeça, incrédulo. Gregório está incrédulo, mas mantém-se comendo o caviar.	Antônio: Companheiros do Humor, a casa caiu. João: Cara que baixo astral é esse Antônio? Antônio: Ligaram os pontos, esses comentaristas de política do <i>Youtube</i> são muito inteligentes. João: Mas do que você tá falando de que cara? Antônio: Fomos desmascarados, João. Fomos desmascarados, entendeu? João: Que isso? Antônio: Nós já perdemos de 1 milhão de seguidores e de inscritos na ultima hora. João: Que isso? Antônio: 13 milhões. João: Não. Antônio: Já perdemos 27 milhões. Fabio: Não. Para! Antônio: Descobriram nosso esquema com o PT.

		<p>Fabio: Como?</p> <p>Antônio: Tá tudo muito bem explicado em <i>memes</i> de <i>Facebook</i>, Fabio, a arte é um pouco ruim? É! Poderia melhorar? Poderia! Mas é inegável que ele fizeram um excelente trabalho de investigação, farejaram todos os nossos rastros. Mas também pudera né? Alguém deu muita pinta né seu Gregório?</p>
1'02 a 1'12	<p>Gregório começa a chorar como estivesse apaixonado.</p>	<p>Gregório: Eu não consigo disfarçar! O Lula é um ladrão que roubou meu coração. Quando eu vejo gente não dá é mais forte do que eu, eu tenho que defender o PT, é um partido animado, honesto pra “caralho”.</p>
1'13 a 1'25	<p>Antônio aponta para Fábio que faz um sinal militar de obediência, corre e coloca uma mala sobre a mesa. Gregório mantém-se tomando champagne e fala com ar de deboche. Ri em expressão de loucura.</p>	<p>Antônio: Fabio pega logo os 7 milhões e meio que o Lula mandou pra gente pela Lei Rouanet e coloca numa mala que a gente vai ter que sumir por uns tempos.</p> <p>Gregório: Gente, se vocês quiserem, a gente pode ir pra uma de minhas inúmeras coberturas no Leblon, tipo são muitas e ninguém nunca vai suspeitar que a gente tá no Leblon.</p>
1'26 a 1'36	<p>João tenta resolver o problema, enquanto Antônio fala alto e Fabio recolhe o dinheiro. João fica desesperado. Fabio grita para não falarem em Deus e Gregório faz sinais de chifres com as mãos.</p>	<p>João: Eu vou ligar pro Lula, “foda-se” eu vou ligar pra ele.</p> <p>Antônio: Eu já liguei pro Lula, pra única linha que ele tem que não foi grampeada e que só nós temos acesso e ele não atendeu.</p> <p>João: Ai meu Deus.</p> <p>Fabio: Não fala em Deus, nós somos satanistas.</p>

<p>1'37 a 2'18</p>	<p>João gesticula abrindo os braços indignado. Fabio continua a contar o dinheiro e Gregório toma champagne. Antônio cobra Fábio que grita pausadamente cada informação, bate na mesa. João e Gregório levantam a taça de champagne concordando. Antônio faz aspas nas palavras “saúde e educação”. Todos riem de maneira maligna e alto. Fábio joga dinheiro para o alto enquanto ri.</p>	<p>João: Como é que a gente fez tudo direito, a gente fez 600 vídeos pra disfarçar, a gente fez 20 vídeos falando só mal do governo e quando a gente foi fazer o único que realmente a gente queria fazer os Roche vão lá e desmascaram agente, assim fica “foda”. Antônio: Terminou aí, Fabio Porchat? Fabio: Ainda não, Antônio Tabet, são muitos dinheiros, nós ganhamos 7 milhões e meio de reais por vídeo que ganhamos do governo através da excelente Lei Rouanet para falar bem do atual governo e inculir na cabeça dos jovens as ideias comunistas. Antônio: Bom, pelo menos a gente tirou esse dinheiro da boca dos pobres que seria investido nessas bobagens de saúde e educação e botou no nosso bolso né... hahahahaha</p>
<p>2'19 a 3'30</p>	<p>Gregório coloca uma caixa de isopor sobre a mesa, enquanto João enfatiza a palavra “dinheiros”. Todos ficam satisfeitos ao ver que na caixa estão vários sanduíches de mortadela embrulhados no papel alumínio. Fabio abre e morde um. João questiona a todos, enquanto eles balançam a cabeça sem saber o que fazer, mas continuam comendo os lanches. O telefone de Antônio toca e todos se juntam em forma de reverência. Ao final todos se questionam como ficar</p>	<p>Gregório: Gente vocês por acaso viram essa encomenda aqui que chegou ou não? Fabio: Vi não, que encomenda? Gregório: Alguém mandou isso aqui pra gente. João: Será mais dinheiros? Gregório: Não, é muito melhor que dinheiro. Oba sanduichinho de mortadela. Fabio: Não, não. Gregório: Hum esse aqui tem queijo hein! João: Só me ocorreu uma coisa aqui, o que a gente vai fazer com os ladrões e estupradores que agente tira dos postos e traz pra</p>

	<p>impunes quando um homem de terno entra na sala com pastas de papéis nas mãos. Todos ficam surpresos.</p>	<p>morar aqui <i>no Porta dos Fundos</i> porque a gente tem extrema simpatia por ladrões e criminosos e tem muita pena de bandido? Antônio: A gente vai ter que mandar eles embora. João: Não, de jeito nenhum, você tá maluco? Fabio: A minha casa já está recheada deles. Antônio: Calma, gente, é por um tempo, pelo menos até a gente recuperar, sei lá, uns 500 mil inscritos no mínimo. “Peraí”, desculpa gente rapidinho. Todos: É ela? É ele? João: É ele ou ela? Antônio: Sabatella, você tá com Vagner Moura aí? Fala pra ele mandar um <i>Whatsapp</i> pro Zé de Abreu ficar tranquilo que ainda não descobriram o Danilo Gentili e fala pro Lobão parar de mandar cartinha para Chico e Caetano senão ele também vai ser desmascarado. Gregório: Olha só, gente, agora questão de ordem, como é que a gente vai fazer pra continuar apoiando um governo corrupto, levando nossos milhões por fora e sem nunca ser punido, hein? João: Como? Antônio: Bessias?</p>
3’31 a 3’35	Vinheta encerramento <i>Porta dos Fundos</i>	Trilha
3’36 a 4’00	Um homem sentado na mesa com um sanduíche de mortadela e duas coxinhas. Ele dá uma mordida em cada, enquanto os créditos dos vídeos são mostrados.	Som de mastigação.

ANEXO 2 – RELAÇÃO DOS VENCEDORES DA LA WEBSERIES FESTIVAL 2016

2016 LAWEBFEST AWARD WINNERS

I. STUDENT AWARDS (HIGH SCHOOL, JUNIOR COLLEGE, UNIVERSITY)

OUTSTANDING SCORE: Kedar Shashidhar, composer, “Patched” [Comedy] (UNIVERSITY OF ROCHESTER, Rochester, NEW YORK, USA)

OUTSTANDING WRITING: Lily Camp, Katherine Varga, “Patched” [Comedy] (UNIVERSITY OF ROCHESTER, Rochester, NEW YORK, USA)

OUTSTANDING DIRECTING: Brynn Wilkins, “Patched” [Comedy] (UNIVERSITY OF ROCHESTER, Rochester, NEW YORK, USA)

OUTSTANDING ACTOR: Ian VonFang, “Patched” [Comedy] (UNIVERSITY OF ROCHESTER, Rochester, NEW YORK, USA)

OUTSTANDING ACTRESS: Kathryn Loveless, “Patched” [Comedy] (UNIVERSITY OF ROCHESTER, Rochester, NEW YORK, USA)

OUTSTANDING STUDENT SERIES: “Magnify Melbourne” [Reality/Documentary] (Steinar Ellingsen, La Trobe University Students - creators & producers) Melbourne, AUSTRALIA)

II. REALITY (DOCUMENTARY, TRAVEL, TALK, LIFESTYLE)

OUTSTANDING EDITING: Willie Williams, “Do You Know” (Torrance, CALIFORNIA, USA)

OUTSTANDING DIRECTING: Nick McInerney, “The Graceland Happiness Project” (Melbourne, AUSTRALIA)

OUTSTANDING HOST: Amie Chapman, “Growing Up Guide Pup” (Hayward, CALIFORNIA, USA)

OUTSTANDING REALITY SERIES: “Stories of Youth” Paragon: Martin Slottemo Lyngstad, Aleksander Andersen, Lars Andreas Ellingsgard Overli - creators & producers (Oslo, NORWAY)

III. DRAMA (SOAP, SCI-FI, FANTASY, MYSTERY, HORROR, SUSPENSE)

OUTSTANDING GUEST ACTRESS: Jessenia Vice, “Crew: Season 3” (Howard Beach, NEW YORK, USA)

OUTSTANDING SPECIAL/VISUAL EFFECTS:

1. Brent Jones, “Grande Mal” (Springfield, MISSOURI)

2. Nick Janssen, “The Pickle Pie” (Amsterdam, Holland, THE NETHERLANDS)
3. Jeremy Kelly-Baker, “Wastelander Panda: Exile” (Glenunga, AUSTRALIA)

OUTSTANDING SOUND DESIGN

1. Tane Upjohn-Beatson, “End of Term” (Wellington, NEW ZEALAND)
2. Cristiano Ciccone, “Innumerevoli Ombre” (Rome, ITALY)
3. C.J Drummeller, “The Cav Kid” (Los Angeles, CALIFORNIA, USA)

OUTSTANDING SCORE

1. Tane Upjohn-Beatson – composer, “End of Term” (Wellington, NEW ZEALAND)
2. Eros Cartechini – composer, “Rondezvous With Victory” (Santa Clar ita, CALIFORNIA, USA)
3. Mike Derenzo, Ally McDonald – composers, “The Cav Kid” (Los Angeles, CALIFORNIA, USA)

OUTSTANDING THEME SONG

1. Elias Bertini, “Ar thur ” (Mendr isio, SWITZERLAND)
2. Mike Derenzo, Ally McDonalad, Alex G. Smith, “The Cav Kid” (Los Angeles, CALIFORNIA, USA)
3. Robert McDaniel, Kendra Clay, Malcolm Burts, “The Lyons Den” (Augusta, GEORGIA, USA)

OUTSTANDING CINEMATOGRAPHY

1. Incheon Yoon, “A First Tr ip” (Daejeon, KOREA)
2. Xavier Abad, Franc Sellers, “Genesis 88” (Barcelona, SPAIN)
3. Errol Sack, Riley Padelford, “Rondezvous With Victory” (Santa Clar ita, CALIFORNIA, USA)

OUTSTANDING EDITING

1. Endo Tedeschi, Antonio Mestres, “Airlock” (Ryde, AUSTRALIA)
2. Sofie Steenberger, Rebecca Jorgensen, “Greenfield” (Nor th Per th, AUSTRALIA)
3. Luca Creta, “Restless” (Cologno Monzese, ITALY)

OUTSTANDING SUPPORTING ACTOR

1. Chris Ferretti, “Crew: Season 3” (Howard Beach, NEW YORK, USA)
2. Ezie Cotler, “Crew: Season 3” (Howard Beach, NEW YORK, USA)
3. Tyrice Lollis, “Karma: Seasons 2 & 3” (Los Angeles, CALIFORNIA, USA)

OUTSTANDING SUPPORTING ACTRESS

Kimberley Miller, “Lungs: Season 4” (Barrington, RHODE ISLAND, USA)

OUTSTANDING WRITING

1. Tony Napolitano, “Crew: Season 3” (Howard Beach, NEW YORK, USA)
2. Julie Kalceff, “Starting From Now: Season 3” (Marrickville, AUSTRALIA)
3. Chelsea Bo, Sean Drummond, “The Cav Kid” (Los Angeles, CALIFORNIA, USA)

OUTSTANDING DIRECTING

1. Csongor Dobrotka, “Number of Silence” (Giessen-Hesse/GERMANY)
2. Louis Chiche, “Osmosis” (Paris, FRANCE)
3. Errol Sack, “Rendezvous With Victory” (Santa Clarita, CALIFORNIA, USA)

OUTSTANDING LEAD ACTOR

1. Mark Coles Smith, “Airlock” (Ryde, AUSTRALIA)
2. Skip Johnson, “Crew: Season 3” (Howard Beach, NEW YORK, USA)
3. Tony Avard, “Follies of Youth” (Seaford, AUSTRALIA)

OUTSTANDING LEAD ACTRESS

1. Hyeon Nam Jeong, “AREX Airport Railroad” (Seoul, SOUTH KOREA)
2. Magdalena Kaim, “Number of Silence” (Giessen-Hesse/GERMANY)
3. Chelsea Bo, “The Cav Kid” (Los Angeles, CALIFORNIA, USA)

OUTSTANDING ENSEMBLE CAST

1. Natasha Hatalsky, Wendy Hartman, John Samela, Tony Ramos Wright, Karen Ann Martino, Kathryn Shasha, Susan Waletkus, Mary C. Ferrara, Luisa Badaracco, Charlie Alejandro, Rob Floyd, Zele Avradopoulos, “Family Problems: Season 4” (Barrington, RHODE ISLAND, USA)

2. Kevin J. Stone, Shatareia Stokes, Nelson J. Davis, Felicia Renee, Ashley V. Bagley, Eric Martinez, Javetta Williams, Ernest Jam, Nicole Crump, Gianna Lorenn Singleton, TJ Swann, “Lovers Lane” (Augusta, GEORGIA, USA)

3. Rosie Lourde, Sarah de Possesse, Heather Mitchell, Frankie Savige, Lauren Orrell, Bianca Bradey, Kylie Watson, Clementine Mills, Peter McAllum, “Starting From Now: Season 3” (Marrickville, AUSTRALIA)

OUTSTANDING DRAMA SERIES

1. “Family Problems: Season 4” Seth Chitwood - creator & producer (Barrington, RHODE ISLAND, USA)

2. “Number of Silence” Csongor Dobrotka, Jens Bambauer, Beate Bambauer, - creators & producers/Peter Gerst. Kyrill Froese – producers, (Giessen-esse/GERMANY)

3. “Rondezvous With Victory” Errol Sack, Andrew Wayman - creators & producers/David Wang – producer, (Santa Clarita, CALIFORNIA, USA)

IV. COMEDY (DRAMEDY, MOCKUMENTARY, SKETCH COMEDY)

OUTSTANDING GUEST ACTOR

1. Nick Dale/ Ep.1, “A Shared House” (Sydney, AUSTRALIA)

2. Marco Beaini/Ep. “Shark Attack”, “Roomiez: Season Two” (Manhattan Beach, CALIFORNIA, USA)

3. Brett Heath / EP.7, “VTV” (Rose Bay, AUSTRALIA)

OUTSTANDING GUEST ACTRESS

1. Salina Soto/Ep. 2, “Laid Out (Los Angeles, CALIFORNIA, USA)

2. Susana Victoria Perez/Ep. “Cinco Cero”, “Q’s One Night Stand” (New York, NEW YORK, USA)

3. Lindsey Hutchison/Ep. “Too Personal”, “Roomiez: Season Two” (Manhattan Beach, CALIFORNIA, USA)

OUTSTANDING SPECIAL/VISUAL EFFECTS

1. August Huvelin, “Bigshot” (Orleans, FRANCE)

2. Wout Kampers, Nick Janssen, “The Ted Series” (Amsterdam, Holland, THE NETHERLANDS)

3. Lyle Carroll, “VTV” (Rose Bay, AUSTRALIA)

OUTSTANDING SOUND DESIGN

1. Michael Binette, “Heard in Bars” (Laval, Quebec, CANADA)
2. Gabriel D. Chacon, “My Sister Is So Gay” (Santa Monica, CALIFORNIA, USA)
3. Nir Shelter, “VTV” (Rose Bay, AUSTRALIA)

OUTSTANDING SCORE

Meghan Cavallari, “Monster Hunters USA [And Day Care Center]” (North, Hollywood, CALIFORNIA, USA)

OUTSTANDING THEME SONG

1. Matthew Elam, “Liars” (Los Angeles, CALIFORNIA, USA)
2. Baraka Kilimba, “Morning Wood: Season 2” (North Hollywood, CALIFORNIA, USA)

OUTSTANDING CINEMATOGRAPHY

1. Pietro Giampietro, “Il Camerlengo (The Chamberlain)” (Rieti, ITALY)
2. PJ Gaynard, “Monster Hunters USA [And Day Care Center]” (North, Hollywood, CALIFORNIA, USA)
3. Cesar Ishikawa, Thais Castrale, Max Fuhlendorf “The Life of Lucas Batista” (Sal Paolo, BRAZIL)

OUTSTANDING EDITING

1. Anil Griffin, “BedHead” (Sydney, AUSTRALIA)
2. Reid Caulfield, “Monster Hunters USA [And Day Care Center]” (North, Hollywood, CALIFORNIA, USA)
3. Ryan Stevens Harris, “The Side Chick” (Los Angeles, CALIFORNIA, USA)

OUTSTANDING SERIES PREMISE

1. “Help Yourself” Michael Ryan – creator/Justin Ryan, John Launchi – creators & producers, (Los Angeles, CALIFORNIA, USA)
2. “Liars” Brett Elam, Joshua Logan - creators & producers / Dan Finnen, Derek Cox – producers, (Los Angeles, CALIFORNIA, USA)
3. “The Film Lab” Phil MacDonald – creator/Nicholas Hansen, Stuart Subotic – creators & producers) (Darlinghurst, AUSTRALIA)

OUTSTANDING SUPPORTING ACTRESS

1. Jody Kennedy, “BedHead” (Sydney, AUSTRALIA)

2. Yamanieka Saunders, “Help Yourself” (Los Angeles, CALIFORNIA, USA)
3. Loni Anderson, “My Sister Is So Gay” (Santa Monica, CALIFORNIA, USA)

OUTSTANDING SUPPORTING ACTOR

1. Ross Bennett, “Addicted To Show Business” (Bronx, NEW YORK, USA)
2. Barry Wiggins, “Dogs & Me: Season 2” (West Hollywood, CALIFORNIA, USA)
3. Craig Serghi, “Love Hurts: Season 2” (St Annes On Sea, ENGLAND)

OUTSTANDING WRITING

1. Joshua Lundberg, “A Shared House” (Sydney, AUSTRALIA)
2. Joshua Logan, Brett Elam, “Liars” (Los Angeles, CALIFORNIA, USA)
3. Dorothy Wallace, “Meet The Ladybugs” (North Bergen, NEW JERSEY, USA)

OUTSTANDING DIRECTING

1. Benjamin Matthew, “ BedHead” (Sydney, AUSTRALIA)
2. Michael McDonough, David Nathan Schwartz, “Monster Hunters USA [And Day Care Center]” (North Hollywood, CALIFORNIA, USA)
3. Nicholas Hansen, “ The Film Lab” (Darlinghurst, AUSTRALIA)

OUTSTANDING LEAD ACTOR

1. Paul Ayre, “BedHead” (Sydney, AUSTRALIA)
2. Chris Hembury, “Love Hurts: Season 2” (St Annes On Sea, ENGLAND)
3. Noel Braham, “The Side Chick” (Los Angeles, CALIFORNIA, USA)

OUTSTANDING LEAD ACTRESS

1. Linsay Deming, “Church Night TV” (WASHINGTON D.C., USA)
2. Kimberly Holloway, “The Side Chick” (Los Angeles, CALIFORNIA, USA)
3. MaryLynn Suchan, “Tr i-State” (Astoria, NEW YORK, USA)

OUTSTANDING ENSEMBLE CAST

1. “Liars” Brett Elam, Joshua Logan, Greg Hess, Mark Raterman, Conner Tillman, Bem Kass, (Los Angeles, CALIFORNIA, USA)
2. “The Happiness Curve” Mindy Fyfe, Laura Vine, Tass Labra, Ajay Banks, Eileen Chase, Mitch Ralston, Dom Weintraub, Seon Williams, Simon Gilberg, Evan Raif,

(Sandringham, AUSTRALIA)

3. “Unsingle” (Minnie Goode, DeDe Drake, Hanie Lynch, Don Mott, Kasey Mahaffy, Tim Chiou, Hart Turner, Alexander Carroll, Dedrick Bonner, Randy Bad, (North Hollywood, CALIFORNIA, USA)

OUTSTANDING COMEDY SERIES

1. “Brooding” Sarah Fletcher, Brad Fletcher – creators & producers, (Van Nuys, CALIFORNIA, USA)

2. “Church Night TV” Landon Letzkus, Jeremy Frank - creators/Theodore Lee Jones – producer/Linsay Deming – creator & producer) (WASHINGTON D.C., USA)

3. “VTV” (Nir Shelter, Tai Scrivener - creators & producers, (Rose Bay, AUSTRALIA)

V. INTERNATIONAL & DOMESTIC

PARTNER GRAND PRIZE AWARDS

The following shows have been selected by LAWEBFEST 2016 to represent us at the following partner festivals. The Grand Prize guarantees automatic entry into the partner festival and the winner will not be charged an entry fee. The Grand Prize also comes with a VIP Pass to attend the entire event should the winner decide to make the trip, which we strongly encourage. All Grand Prize Winners are also eligible for awards at each festival. The International & Domestic Grand Prize Award does not include airfare, hotel or ground transportation expenses. Those expenses are the responsibility of the winners should they decide to attend the event.

LAWEBFEST-KWEBFEST (KOREA) GRAND PRIZE WINNER: V.T.V. (Comedy/Nir Shelter, Tai Scrivener, creators & producers/Rose Bay, AUSTRALIA)

LAWEBFEST-MELBOURNE WEBFEST (AUSTRALIA) GRAND PRIZE WINNER: Number of Silence (Drama [SciFi-Fantasy]/Csongor Dobrotka, Beate Bambauer, Jens Bambauer, creators & producers; Peter Gerst, Kyrill Froese, producers/Giessen-Hesse, GERMANY)

LAWEBFEST-MIDWEST WEBFEST (MISSOURI, USA) GRAND PRIZE WINNER: Love Hurts (Comedy/Chris Hembury, creator & producer/St. Annes On Sea, ENGLAND)

LAWEBFEST-RIO WEBFEST (BRAZIL) GRAND PRIZE WINNER: BedHead (Comedy/Reece Jones, creator; Benjamin Mathews, Claire Phillips, Tom Keele, Reece Jones, & Jon Dalgaard, creators & producers/Sydney, AUSTRALIA)

LAWEBFEST-ROME WEBFEST (ITALY) GRAND PRIZE WINNER: The Side Chick (Comedy/Noel Braham, creator & producer; Nadia Tolbert, Nate Nelson,

Pokey Spears, Arthur Donaldson, Candyce Makins, producer/Los Angeles, CALIFORNIA, USA)

LAWEBFEST-SICILY WEBFEST (ITALY) GRAND PRIZE WINNER: Rondezvous with Victory (Drama/Errol Sack, Andrew Wayman, creators; David Wang, producer/Santa Clarita, CALIFORNIA, USA)

LAWEBFEST-SOFLOWEBFEST (FLORIDA, USA) GRAND PRIZE WINNER: Liars (Comedy/Joshua Logan, Brett Elam, creators & producers; Dan Finnen, Derek Cox, producers/Los Angeles, CALIFORNIA, USA)

LAWEBFEST-VALENCIA WEBFEST (SPAIN) GRAND PRIZE WINNER: A First Trip (Drama/Kiwon Bae, creator; Younghee Hwang, producer / Seoul, KOREA)

LAWEBFEST-WEBFEST BERLIN (GERMANY) GRAND PRIZE WINNER: Church Night TV (Comedy/Landon Letzkus, Jeremy Frank, creators; Theodore Lee Jones, producer; Linsay Deming, creator & producer/WASHINGTON D.C., USA)

LAWEBFEST-WEBFEST MONTREAL (CANADA) GRAND PRIZE WINNER: Les Bouffons [The Idiots] (Comedy/Jason Schulz, creator & producer; Chris Owens, Melissa Ricci, Matt Berlowe, producers/Chatsworth, CALIFORNIA, USA)

ANEXO 3 – CARTA DO VICE PRESIDENTE MICHEL TEMER À DILMA ROUSSEFF

São Paulo, 07 de Dezembro de 2.015.

Senhora Presidente,

"Verba volant, scripta manent" (As palavras voam, os escritos permanecem)

Por isso lhe escrevo. Muito a propósito do intenso noticiário destes últimos dias e de tudo que me chega aos ouvidos das conversas no Palácio.

Esta é uma carta pessoal. É um desabafo que já deveria ter feito há muito tempo.

Desde logo lhe digo que não é preciso alardear publicamente a necessidade da minha lealdade. Tenho-a revelado ao longo destes cinco anos.

Lealdade institucional pautada pelo art. 79 da Constituição Federal. Sei quais são as funções do Vice. À minha natural descrição conectei aquela derivada daquele dispositivo constitucional.

Entretanto, sempre tive ciência da absoluta desconfiança da senhora e do seu entorno em relação a mim e ao PMDB. Desconfiança incompatível com o que fizemos para manter o apoio pessoal e partidário ao seu governo.

Basta ressaltar que na última convenção apenas 59,9% votaram pela aliança. E só o fizeram, ousou registrar, por que era eu o candidato à reeleição à Vice.

Tenho mantido a unidade do PMDB apoiando seu governo usando o prestígio político que tenho advindo da credibilidade e do respeito que granjeei no partido. Isso tudo não gerou confiança em mim. Gera desconfiança e menosprezo do governo.

Vamos aos fatos. Exemplifico alguns deles.

1. Passei os quatro primeiros anos de governo como vice decorativo. A Senhora sabe disso. Perdi todo protagonismo político que tivera no passado e que poderia ter sido usado pelo governo. Só era chamado para resolver as votações do PMDB e as crises políticas.

2. Jamais eu ou o PMDB fomos chamados para discutir formulações econômicas ou políticas do país; éramos meros acessórios, secundários, subsidiários.

3. A senhora, no segundo mandato, à última hora, não renovou o Ministério da Aviação Civil onde o Moreira Franco fez belíssimo trabalho elogiado durante a Copa do Mundo. Sabia que ele era uma indicação minha. Quis, portanto, desvalorizar-me. Cheguei a registrar este fato no dia seguinte, ao telefone.

4. No episódio Eliseu Padilha, mais recente, ele deixou o Ministério em razão de muitas "desfeitas", culminando com o que o governo fez a ele, Ministro, retirando sem nenhum

aviso prévio, nome com perfil técnico que ele, Ministro da área, indicara para a ANAC. Alardeou-se a) que fora retaliação a mim; b) que ele saiu porque faz parte de uma suposta "conspiração".

5. Quando a senhora fez um apelo para que eu assumisse a coordenação política, no momento em que o governo estava muito desprestigiado, atendi e fizemos, eu e o Padilha, aprovar o ajuste fiscal. Tema difícil porque dizia respeito aos trabalhadores e aos empresários. Não titubeamos. Estava em jogo o país. Quando se aprovou o ajuste, nada mais do que fazíamos tinha sequência no governo. Os acordos assumidos no Parlamento não foram cumpridos. Realizamos mais de 60 reuniões de líderes e bancadas ao longo do tempo solicitando apoio com a nossa credibilidade. Fomos obrigados a deixar aquela coordenação.

6. De qualquer forma, sou Presidente do PMDB e a senhora resolveu ignorar-me chamando o líder Picciani e seu pai para fazer um acordo sem nenhuma comunicação ao seu Vice e Presidente do Partido. Os dois ministros, sabe a senhora, foram nomeados por ele. E a senhora não teve a menor preocupação em eliminar do governo o Deputado Edinho Araújo, deputado de São Paulo e a mim ligado.

7. Democrata que sou, converso, sim, senhora Presidente, com a oposição. Sempre o fiz, pelos 24 anos que passei no Parlamento. Aliás, a primeira medida provisória do ajuste foi aprovada graças aos 8 (oito) votos do DEM, 6 (seis) do PSB e 3 do PV, recordando que foi aprovado por apenas 22 votos. Sou criticado por isso, numa visão equivocada do nosso sistema. E não foi sem razão que em duas oportunidades ressaltei que deveríamos reunificar o país. O Palácio resolveu difundir e criticar.

8. Recordo, ainda, que a senhora, na posse, manteve reunião de duas horas com o Vice Presidente Joe Biden - com quem construí boa amizade - sem convidar-me o que gerou em seus assessores a pergunta: o que é que houve que numa reunião com o Vice Presidente dos Estados Unidos, o do Brasil não se faz presente? Antes, no episódio da "espionagem" americana, quando as conversas começaram a ser retomadas, a senhora mandava o Ministro da Justiça para conversar com o Vice Presidente dos Estados Unidos. Tudo isso tem significado absoluta falta de confiança;

9. Mais recentemente, conversa nossa (das duas maiores autoridades do país) foi divulgada e de maneira inverídica sem nenhuma conexão com o teor da conversa.

10. Até o programa "Uma Ponte para o Futuro", aplaudido pela sociedade, cujas propostas poderiam ser utilizadas para recuperar a economia e resgatar a confiança foi tido como manobra desleal.

11. PMDB tem ciência de que o governo busca promover a sua divisão, o que já tentou no passado, sem sucesso. A senhora sabe que, como Presidente do PMDB, devo manter cauteloso silêncio com o objetivo de procurar o que sempre fiz: a unidade partidária.

Passados estes momentos críticos, tenho certeza de que o País terá tranquilidade para crescer e consolidar as conquistas sociais.

Finalmente, sei que a senhora não tem confiança em mim e no PMDB, hoje, e não terá amanhã. Lamento, mas esta é a minha convicção.

Respeitosamente,

\ L TEMER

A Sua Excelência a Senhora

Doutora DILMA ROUSSEFF

DO. Presidente da República do Brasil

Palácio do Planalto