Pontifícia Universidade Católica de São Paulo

SILVANA GOBBI MARTINHO

Humor e Política:
Na Dinâmica das Novas Tecnologias da Informação e Comunicação

MESTRADO

São Paulo - SP
2010

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE
SÃO PAULO

SILVANA GOBBI MARTINHO

Humor e Política:
Na Dinâmica das Novas Tecnologias da Informação e Comunicação

MESTRADO

Dissertação apresentada à Banca Examinadora da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, como exigência parcial para obtenção de título de MESTRE em Ciências Sociais, sob a orientação da Prof. (a), Dr.(a) Vera Lucia Michalany Chaia.

São Paulo – SP

2010

_____

_____

_____

Aos meus pais Romeu e Silvia
Amo vocês do tamanho do infinito.

Agradecimentos

Agradeço a bolsa de estudos concedida pelo CNPQ que tornou possível a dedicação e realização dessa pesquisa.

À Pontifícia Universidade Católica que desde a graduação, possibilita e engrandece os meus estudos.

Aos risos, conversas, conhecimentos e paciência dedicados pela Verinha na orientação desse trabalho, que sempre foi muito mais que uma professora e orientadora, uma amiga.

Aos meus pais que ensinaram ao pássaro voar e permitiram que o vôo fosse dado. Obrigada pelos conselhos, aprendizados e respeito, acreditando e incentivando minhas escolhas.

Ao Claudio que as vezes perto, as vezes longe ... sempre uma boa companhia, dividindo risadas, lágrimas e muitas conversas, participou e incentivou nas diferentes etapas de construção do trabalho. E hoje, bem perto, me acompanha no encerramento desse ciclo e caminha ao meu lado para o início de outros...

Ao Prof° Elias Tomé Saliba, que na fase da qualific ação, ao lado do Miguel, colaborou com novas questões e apontamentos, permitindo o crescimento da pesquisa e o meu enquanto pesquisadora.

Ao Miguel, meu professor de graduação, mestrado e vida. Que como ele sempre diz, foi uma grande descoberta.

À vó Julieta que com seu jeito encantador de se preocupar com a gente, participou das minhas ansiedades e alegrias em todos os processos desse trabalho e da minha vida.

À tia Eva, tio Lupércio e Bia que sempre procuraram saber como estava o rumo de tudo que me envolvia.

À Rachel, prima, amiga e irmã, que me ajudou com seus aprendizados em importantes partes desse trabalho.

À Mari, minha querida irmã, por me entender e por não me entender também. Amo você.

Aos amigos do Neamp que trocaram conhecimentos, ideias e cervejas.

Aos amigos feitos no curso de mestrado, Rodrigo, Felipe, Ricardo, Fhoutine e Luciana, que garantiram ótimas risadas, cada qual com seu humor fazendo com que o curso fosse único ao lado de suas ótimas companhias.

À tia Tânia, com sua imensa dedicação, colaborou com os processos de finalização. Serei grata para sempre.

Aos amigos da vida Ari, Nat, Pah, Ramys, Bubu, Talis e Bruna, obrigada por fazerem parte dela.

A Cleide que permitiu que eu demonstrasse que eu também podia ensinar e a Marina que talvez por sermos parecidas, deixamos as diferenças mais visíveis, mas que hoje eu sei que caminhamos com o mesmo objetivo.

RESUMO

MARTINHO, S. G. **Humor e Política na dinâmica das Novas Tecnologias da informação e Comunicação**. Dissertação (mestrado). Programa de Estudos Pós Graduados em Ciências Sociais, Pontifícia Universidade Católica da São Paulo, São Paulo, 2010.

O trabalho pretendeu estudar as novas formas de humor presentes na Internet, a partir da análise do site Charges.com, durante o ano de 2006. Para realizar o estudo foram selecionadas as animações relacionadas ao tema da política, nas quais eram caricaturados os principais candidatos a presidência da República – Luiz Inácio Lula da Silva, Geraldo Alckmin e Heloisa Helena - ou a eles faziam referências. Foi empregada uma análise quantitativa e qualitativa com o objetivo de identificar os principais temas debatidos e enquadramentos em conjunto com uma descrição dos elementos característicos das animações. Concluímos que o site seguiu a lógica da grande mídia, com uma agenda política pautada pelos Meios de Comunicação tradicionais, sustentando um espetacularização da sociedade contemporânea inclusive no âmbito o humor.

Palavras Chaves: Humor, campanha eleitoral e Internet

ABSTRACT

MARTINHO, S. G. **Humor and Politics: The New Technologies of Information and Communication dynamics.** Dissertação (mestrado). Programa de Estudos Pós Graduados em Ciências Sociais, Pontifícia Universidade Católica da São Paulo, São Paulo, 2010

The work aimed to study new forms of humor on the Internet, from the analysis of the site Charges.com during the year 2006. To develop the study, animations related to the theme of politics were selected, in which the main candidates for the presidential election were caricatured - Luiz Inacio Lula da Silva, Geraldo Alckmin and Heloisa Helena - or they were references. It was based on a quantitative and qualitative analysis aimed at identifying the main issues discussed and frameworks together with a description of the features of the animations. We conclude that the site has followed the logic of mass media, with a political agenda guided by the traditional media, holding a spectacle of contemporary society also at humor scope.

Keywords: humor, Internet and election campaign

LISTA DE FIGURAS

Figura 01 – Cotidiano..... 70

Figura 02 – PC-Farias como cacique do dólar 71

Figura 03 – Gripe Suína..... 72

Figura 04 – Tobby entrevista – Heloíra Helênica..... 77

Figura 05 – Serra que jura que não é candidato,
canta com eleitora “atoladinha”..... 78

Figura 06 – Plantão do Charges.com..... 80

Figura 07 – Home-page: Charges.com..... 87

Figura 08 – Lula canta: “I feel good”..... 96

Figura 09 – Plantão do Charges.com..... 98

Figura 10 – Reunião de Cúpula..... 99

Figura 11 - O que é isso companheiro..... 100

Figura 12 – Repórter errado.....102

Figura 13 – Na ponta da língua..... 103

Figura 14 – Não dá liga..... 105

Figura 15 – Lula e Serra que faltaram a debates cantam:
“Replay” de Sandy e Junior…… 106

Figura 16 – Depois de Silvio Land Rover ter botado a boca
No trombone, Lula canta: “Toda forma de poder”..... 106

Figura 17 – Carruagem da Rainha..... 107

Figura 18 – Pudim..... 107

Figura 19 – Saindo do coma..... 110

Figura 20 – Tobby entrevista: Heloíra Helênica..... 113

Figura 21 – Heloisa, Babá e Luciana cantam: “Eu sou rebelde”..... 114

Figura 22 – Derretendo..... 115

Figura 23 – Se ela dança eu danço……..……116

Figura 24 – Avaliando o cenário…….…… 116

Figura 25 – Dois bicudos não se beijam..... 118

Figura 26 – Escolhendo os candidatos..... 118

Figura 27 – Classe Social e voto..... 119

Figura 28 – Ontem, em um ponto de ônibus..... 121

Figura 29 – A decisão..... 121

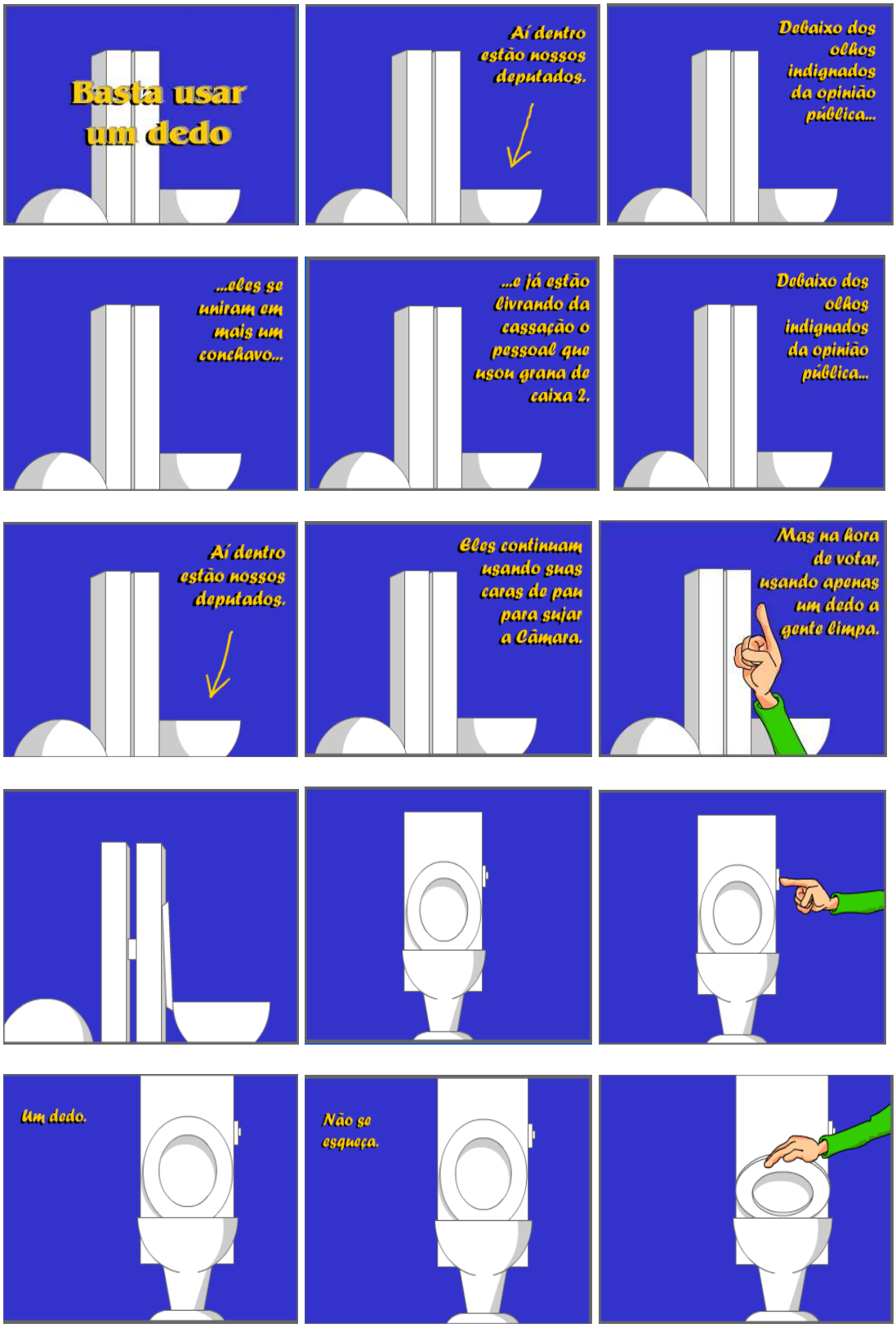
Figura 30 – Triste dilema de um cidadão brasieliro.....121
Figura 31 – Brasileiros que acham que o Brasil
não teve mesmo escolha cantam: Jingle de Lula”..... 122

LISTA DE TABELAS

Tabela 01 – Temas das paródias animadas de 2006..... 92
Tabela 02 – Período de divulgação das paródias animadas..... 93
Tabela 03 – Recursos de apresentação das paródias animadas..... 94
Tabela 04 – Principais temas..... 97
Tabela 05 – Subtemas..... 97
Tabela 06 – Frequência dos candidatos nas paródias animadas..... 100
Tabela 07 – Principais temas e o
candidato Luis Inácio Lula da Silva..... 108

SUMÁRIO

Introdução.....15
1. Internet e política..... 33
2.Humor e Poder..... 46
2.1.Poder..... 46
2.1.1. Biopoder e Mídia..... 54
2.1.2.A sociedade do espetáculo e o humor..... 56
2.2.Humor..... 60
2.2.1.Tradição humorística da Imprensa: O Pasquim..... 65
2.2.2.O humor no cenário contemporâneo..... 68
2.2.3. As representações humorísticas na imprensa..... 69
2.2.4. A representação humorística em Charges.com..... 76
2.2.5.Tipos de humor.....81
3.Charges.com.....83
3.1.O Charges.com.....83
3.1.1. A estética do site.....86
3.2. Análise das paródias animadas.....91
3.2.1.Recursos..... 94
3.2.2.Temas.....96
3.3.Candidatos.....105
3.3.1.Luiz Inácio Lula da Silva..... 106
3.3.2.Heloísa Helena..... 112
3.3.3.Geraldo Alckmin..... 115
3.3.4.O eleitor..... 118
Considerações Finais.....123
Referências Bibliográficas..... 127
Anexo A – Planilha.....134



Fonte: http://www.charges.uol.com.br/basta-usar-um-dedo (Divulgada em 14/03/06)

INTRODUÇÃO

A grande realização da democracia se dá no processo eleitoral, em que os cidadãos vão expressar, através do voto, suas preferências e indicar seus representantes. Durante esse processo, os conhecimentos no que diz respeito a líderes e fatos políticos, para a maioria da população, são provenientes dos meios de comunicação.

A mídia televisiva atua, desde o pós-guerra (1945), como epicentro cultural da sociedade. Isto é elemento fundamental na construção da visibilidade política (THOMPSON, 1998). Deve-se salientar que a mídia pode atuar de maneira ambivalente, isto é, ao exercer o papel de sistemas de representação da realidade, pode operar na perspectiva de compreender a sociedade ou acionar diferentes formas de consciência e ações. Com o avanço da Internet, o processo eleitoral ganha novas formas e novas dinâmicas são estabelecidas na corrida pela candidatura.

A sociedade contemporânea é atravessada por um novo elemento da comunicação, que é caracterizado pela capacidade de integração, em um mesmo sistema, de diferentes modalidades, tais como a potência escrita, oral e audiovisual da comunicação humana. Esse elemento corresponde à Internet: meio de comunicação mediado por computadores, que interagem entre si e estabelecem um modo de organização social a partir da conexão do mundo em redes globais. Na medida em que a Internet intensifica suas redes, ganha importante destaque nas ações políticas. *A Internet é o meio de comunicação e de relação essencial sobre o qual se baseia uma nova forma de sociedade em que nós já vivemos, aquela que eu chamo de sociedade em rede. (CASTELLS,2003:256.)*

A Internet é composta por redes flexíveis, Word Wide Web (Rede de Alcance Mundial) e estas redes permitem que a Internet e a política se relacionem, pois é através delas que organizações, instituições, políticos e movimentos, sejam da extrema direita ou da extrema esquerda, divulguem suas intenções e ações.

Foi nos anos 90 que a Internet começou a se consolidar, em um período de crise das democracias representativas, substanciada pela descrença nos partidos políticos, pelo mercado da comunicação pública e pela crescente apatia política por parte dos cidadãos. (CAPPELLA Y JAMIESON, 1997).

As pesquisas sobre as Novas Tecnologias da Informação e Comunicação (NTICs) têm-se mostrado alvo de inúmeros debates suscitados pelas transformações sociais, que vêm acarretando sobre a prática social. O rápido desenvolvimento tecnológico dos meios de comunicação tem alterado as relações sociais em diversas dimensões, entre elas a dimensão política, que passa a incorporar novas práticas e atores, assim como cria novos espaços e relações de poder. As NTICs têm-se expandido com grande velocidade dentro da sociedade contemporânea, e participa de forma direta ou indireta da realidade de parcela significativa da população, interferindo e produzindo novas práticas de ação política, em especial dentro da Internet, o que leva ao desafio de buscar entender e analisar essas novas relações construídas a partir do uso das novas tecnologias.

Parte dos autores que trabalham com a temática das NTICs vão ser denominados de *ciberotimistas*, pois eles colocam na Internet uma capacidade de renovação democrática, devido entre outros fatores, à nova estrutura de oportunidades propiciadas pela rede que garantem uma efetiva participação política.

Aguiar (2006) irá afirmar a potencialidade da Internet a partir da capacidade de organização descentralizada da rede, pois essa forma de organização possibilita um ambiente de debates e discussões que atravessam variados assuntos da vida pública e poderia fazer surgir uma nova democracia, a ciberdemocracia (LEVY, 2003). Esses debates ocorrem a partir de espaços na rede como: blogs, chats, fóruns, comunidades, twitter e outros.

Paralela a essa visão otimista com relação à renovação democrática da Internet, existe uma literatura que irá pensar questões como: a qualidade da informação política veiculada; a desigualdade ao acesso e a cultura política.

Uma das questões que se levanta corresponde aos índices de desenvolvimento econômico, pois eles influenciam a acessibilidade para a prática de ações políticas, isto é, quanto menor a renda, menor o acesso às ferramentas capazes de realizar ações políticas. (GOMES e MAIA, 2008)

Gomes e Maia (2008) vão entender a Internet como uma esfera pública, capaz de desencadear, no âmbito das campanhas eleitorais, novas possibilidades, em que novos atores políticos são inseridos para dar maior relevância ao debate político, ainda que caracterizado pela espetacularização e acréscimos de argumentos entre os candidatos que disputam o poder.

Esse novo veículo de comunicação, a Internet, devido à sua arquitetura em rede, irá aumentar as possibilidades de participação política. Entretanto, é válido ressaltar, que ela irá corresponder à sociedade na qual estiver inserida, não cabendo a ela realizar a democracia, ou seja, a participação política não se realizará a partir, tão somente, dos dispositivos das NTICs, mas sim em conjunto com a cultura política[1] da sociedade. A cultura política no Brasil na sociedade contemporânea caracteriza-se pela baixa participação política ou a uma participação que se limita ao dia de eleição materializada pelo voto. O que ocorre é o uso desse instrumento por agentes políticos que podem intervir na democracia.

A Campanha eleitoral de 2006, ano em que ocorreram campanhas para Presidente da República, renovação do Congresso Nacional e de governantes, teve o uso das Novas Tecnologias da Informação como um importante e influente diferencial se comparado às eleições anteriores (CHAIA et al, 2008). A partir de *sites* dos partidos e candidatos, *orkut,* em comunidades *on line* e também em *blogs* de jornalistas que se posicionavam politicamente em relação as candidaturas, pôde-se perceber a presença das NTICs durante todo processo político eleitoral.

Os principais candidatos que disputaram as eleições presidenciais em 2006 foram Luiz Inácio Lula da Silva, do PT, candidato à reeleição; Geraldo Alckmin, ex- governador de São Paulo do PSDB, Heloísa Helena, do PSOL, ex-senadora pelo PT (ela foi expulsa do partido pois não concordava com as posturas do presidente Lula no governo); e Cristovam Buarque do PDT, ex-ministro e ex-petista.

De acordo com Chaia et al (2008), uma importante novidade desse processo eleitoral correspondeu à polarização entre o Partido dos

[1] Cultura política será aqui compreendido no sentido geral do termo, englobando o conjunto de atitudes, normas, crenças e valores políticos partilhados pela maioria dos membros de uma determinada sociedade ou nação.

Trabalhadores e o Partido da Social Democracia Brasileira, apesar de consideráveis semelhanças em suas construções históricas (ambos se iniciaram nas lutas sociais do estado de São Paulo) e também com relação à proposta de política econômica. No que tange à administração pública, por parte dos dois partidos, isso se altera, uma vez que o PT se destaca com o forte personalismo político de Lula.

Luiz Inácio Lula da Silva, presidente eleito em 2002, disputou quatro pleitos eleitorais que totalizaram doze anos de espera pela conquista da presidência. Para vencer o temor dos eleitores com relação à sua candidatura, ao lado do Parido dos Trabalhadores, o candidato teve que alterar sua imagem e o significado da esquerda no Brasil, Para tanto, desconstruiu a radicalidade e deu lugar a um partido moderado e negociador. Já com relação à imagem do candidato, ocorreu um investimento em um Lula caracterizado como um trabalhador sério e competente. No âmbito da economia política, a campanha atingiu os empresários, o mercado financeiro e setores da classe média.

Alianças políticas com partidos no período eleitoral de 2002 como o Partido Progressista (PP), o Partido Trabalhista Brasileiro (PTB) e o Partido Liberal (PL) foram importantes para que a candidatura se concretizasse. Essas alianças foram mantidas após a vitória de Lula e cargos políticos foram distribuídos em diferentes espaços políticos, entretanto, os membros desses partidos não eram favoráveis às propostas de governo de Lula e do PT. Na tentativa de impedir desacordos, o chamado – Campo Majoritário do PT – dirigido por José Dirceu até o ano de 2002, passou a “comprar” votos dos parlamentares para que eles votassem a favor dos principais projetos de lei do governo.

Esse processo de compra de votos foi denunciado pelo presidente do PTB – partido até então aliado ao PT – Roberto Jefferson, em entrevista ao jornal Folha de S. Paulo. A prática de pagamento aos parlamentares da base aliada ficou conhecida como *mensalão*, uma vez que o pagamento aos parlamentares para aprovarem os projetos de governo ocorria mensalmente.

Na tentativa de apurar as denúncias feitas por Roberto Jefferson, foi instaurada uma Comissão Parlamentar Mista de Inquérito (CPMI). O resultado da investigação correspondeu à cassação de políticos como José Dirceu (PT) e

Roberto Jefferson (PTB) e a absolvição de alguns e a renúncia de outros parlamentares.

A impunidade prevaleceu e teve forte impacto no processo eleitoral de 2006. A mídia deu um importante destaque a esse escândalo político como analisado por Aldé, Mendes e Figueiredo (2007). Nas palavras dos autores:

> O presidente e candidato Lula experimentou os efeitos de ser, ao mesmo tempo, chefe do executivo nacional e candidato com maior intenção de votos. Essa dupla visibilidade, no entanto, apresentou-se predominantemente negativa, amplificando ataques e denúncias, e impermeável à pauta governamental." (ALDÉ, MENDES e FIGUEIREDO, in Lima, V., 2007: 66)

Aproveitando-se desse contexto, o candidato à Presidência da República pelo PSDB, Geraldo Alckmin (que teve sua candidatura caracterizada por importantes desgastes na composição das chapas em seu próprio partido) utilizou como estratégia política a desqualificação de Lula e do PT, substanciados pelos escândalos políticos.

A grande mídia (jornal impresso, rádio e tv) durante o período eleitoral teve, segundo Aldé e outros (2007), uma maior cobertura desse processo político quando comparada às eleições de 2002. Os escândalos políticos foram bastante destacados e de acordo com estudos a respeito do comportamento da mídia durante esse processo, foi pontuada a ausência de equilíbrio entre as exposições dos candidatos, com destaque ao presidente – candidato Luiz Inácio Lula da Silva e também o alto grau de percentual negativo com relação às reportagens referentes ao mesmo. (JAKOBSEN, in VENICIO, 2007: 63)

Apesar do forte apelo da mídia, a vitória de Lula em 2006 se concretizou. Isso ocorreu, devido principalmente, à estabilidade da política econômica, que alcançou resultados positivos e programas sociais como Prouni e Bolsa Família, que atingia a camada mais baixa da sociedade. A estratégia política de campanha para desvincular a imagem de Lula aos escândalos que envolveram seu partido no primeiro mandato, e a imagem do PT como um partido sem ética, foi que o presidente-candidato culpou os "maus petistas" e agiu como sendo a única alternativa do partido nessas eleições com o intuito de construir uma campanha baseada na autonomia programada.

As eleições de 2006 tiveram o uso da Internet como um importante instrumento de discussão e mobilização durante o processo eleitoral, em

diferentes espaços e de diferentes formas (blogs, as comunidades virtuais e os sites de partidos, ativistas).

Segundo Amadeu (2007), a Internet, durante o pleito de 2006, foi uma plataforma de organização de discursos, capaz de diminuir a influência dos discursos da grande mídia por um lado e também potencializando-o e multiplicando-o por outro.

> As campanhas eleitorais estão se expandindo e ganhando maiores espaços de divulgação e de propagação de idéias de grupos políticos, que se vêem agora obrigados a assimilar e fazer uso das Novas Tecnologias. A participação política não se limita a espaços institucionais e a momentos eleitorais. A política se faz presente em todos os períodos e principalmente, dos novos espaços virtuais. Não basta acompanhar as eleições pelos meios tradicionais de comunicação, como a televisão, o rádio e a imprensa escrita, pois a rapidez das informações, a divulgação e a difusão da política e a pratica política se expande e se faz presente nas Novas Tecnologias. (CHAIA et al, 2008: 188)

O uso das Novas Tecnologias na ação política vem ganhando força durante os processos eleitorais. Um importante exemplo disso corresponde às eleições nos EUA em 2008, em que de acordo com Gomes (2009) a campanha do candidato Barack Obama utilizou os recursos das comunicações on-line nas funções fundamentais de uma campanha política, estabelecendo novos padrões de campanha on-line.

A campanha de Obama explorou as variadas formas de tecnologias digitais, como banners em páginas da web com grande número de acesso, uso de sms em celulares, criação de uma rede social própria, jogos on-line e uma eficiente conexão entre todos esses espaços de comunicação (banners, vídeos no youtube, facebook) que estavam articulados entre si, garantindo uma maior visibilidade do candidato e da campanha. Vale ressaltar que, de acordo com Gomes (2009), a campanha de Barack Obama não se destacou pelo pioneirismo em geral, apenas pelo pioneirismo político, uma vez que todas as práticas já tinham sido usadas pela publicidade digital.

Os partidos políticos, atores do processo eleitoral, possuem sites na Internet, que vão se estender ao período da campanha. Ocorre na Internet o alargar dos espaços que vão complementar a política tradicional, diferente da esfera institucional e vão aparecer, muitas vezes, de forma mais atrativa e dinâmica com o constante diálogo a partir de links com outros sites. O uso da

Internet pelos processos eleitorais pode ser uma forma de diminuir os gastos das campanhas e também, de atrair um público jovem, uma vez que são eles quem compreende o maior número de usuários da Internet e são eles também que sustentam a cultura política dos cidadãos brasileiros a partir da apatia às questões que envolvem o âmbito do político.

A política se dá mediante às relações de poder que se estendem além dos limites do Estado. De acordo com Foucault (1980), o Estado, com toda a onipotência do seu aparato, não é capaz de atuar em todo o campo das relações de poder e principalmente, pois ele só se realiza sustentado em relações de poder que já existem. "*O Estado é uma superestrutura que investe o corpo, a sexualidade, família, parentesco, conhecimento, tecnologia e etc."* (FOUCAULT, 1980:122). Outra questão apontada pelo autor corresponde ao fato do abandono da ideia de emanação do poder a partir de um ponto único, o Estado. O poder será pensado a partir da ideia de redes, que atravessam todo o corpo social que se apóiam um no outro (Estado, escola, família, prisão, hospital, fábrica e outros). Nesse sentido, o poder é, de acordo com o autor, entendido como relações de forças que se chocam e se contrapõe.

> O termo poder designa relacionamentos entre parceiros e com isto não menciono um jogo de soma zero, mas simplesmente e por ora me referindo a termos mais gerais, a um conjunto de ações que induzem a outras ações, seguindo-se umas às outras. (FOUCAULT, 1982:217).

Essas relações de poder atuam também no campo do humor. O humor ao repensar as práticas cotidianas de forma a fazer emergir o riso pode seguir dois movimentos. O primeiro estabelecendo a crítica sobre determinado tema, fazendo ver o que antes não era visto. O segundo movimento, contrário ao primeiro, se dá na banalização das relações, que iram afastar o debate e manter a apatia política.

Os avanços dos meios de comunicação também serão responsáveis por importantes dificuldades das manifestações humorísticas críticas, uma vez que, os meios de comunicação em massa cada vez mais voltados para o público e para o mercado, inseridos na sociedade do espetáculo, em que a realidade se torna uma imagem e as imagens se tornam realidade (DEBORD, 1997) vão fazer com que essas manifestações se desgastem devido, entre outros fatores, à repetição em excesso das mesmas.

O contexto político e social do Brasil, desde os tempos da colônia até os dias atuais, é atravessado por contradições, contrastes e incoerências. Essas características fazem emergir um modo de olhar, analisar e criticar as relações sociais, bastante peculiares. Trata-se da manifestação humorística na imprensa, que caracteriza um estilo crítico – político – social de percepção da realidade política brasileira.

O humor, na sociedade contemporânea, se utiliza do espaço - Internet – existem hoje sites específicos de humor como: Kibeloco; Humor Babaca; Portal do Humor; Humor Tadela; e Charges.com[2].

Esses sites são caracterizados pelo humor, mas se diferenciam na forma como fazem esse humor e como se utilizam da ferramenta Internet.

O site *kibeloco* pode ser definido como um blog – criado pelo publicitário Antonio Tabet - que faz piada com situações de pessoas públicas e também expõe as fotos e mensagens que são divulgadas em e-mails. *Humor – babaca* é um site com grande número de propagandas de produtos variados no qual existem piadas, ilusões de ótica, animações, jogos, montagens, softwares, charges e vídeos. Não é clara a autoria das mensagens. Em o *Portal do humor* a prioridade está na divulgação de piadas sobre diversas temáticas em conjunto com imagens, animações e vídeos. *Humortadela* está hospedado no provedor Uol e apresenta vídeos, quadrinhos, foto montagens e charges.

Entre os mais acessados sites de humor, está o site *Charges.com*, que tem como elemento central a animação visual, ou seja, é a partir do desenho em audiovisual, que diversos temas são abordados com o determinante da atualidade. Essa animação visual é definida pelo autor do site como *charge.* A página de humor na Internet – Charges.com – será objeto de estudo dessa pesquisa.

Os humoristas, ao se apropriarem das Novas Tecnologias da Informação mudam a forma do fazer humor. Elas transcendem a publicação na mídia impressa. Transcendem na maneira como são elaboradas, para quem o são e até mesmo por quem são realizadas. No entanto, os ganhos vão além: é na Internet que elas podem ser questionadas, debatidas, avaliadas e repensadas.

---

[2] http://kibeloco.com.br/kibeloco/; http:www.humorbabaca.com; http:www.portaldohumor.com.br; http:www.humortadela.uol.com.br; e http:www.charges.uol.com.br.

Com o intuito de perceber essas novas formas de manifestação humorística, foi selecionado o site *Charges.com*[3]*,* caracterizado pela produção e divulgação de desenhos animados, criado por Maurício Ricardo Quirino em fevereiro do ano 2000. O autor do site reside em Uberlândia, MG, advém de uma carreira jornalística, na qual trabalhou em diversos setores da mídia impressa, desde repórter até editor. Atrelado à projetos musicais, Quirino, somou música, animação e vozes e criou a página de humor na Internet.

Ao contrário da mídia tradicional em que o conteúdo das charges políticas está associado a uma pauta específica determinada pelo editorial da empresa, como ocorre, por exemplo, com aquelas divulgadas nos dois mais importantes periódicos do estado de São Paulo (O Estado de S. Paulo e Folha de S. Paulo), nas quais as charges estão expostas na página A2, lugar ocupado pelo jornalismo opinativo através das colunas, fazendo referência direta aos assuntos abordados pelos colunistas. A página da web *Charges.com* não está diretamente vinculada a nenhum editorial, pois está hospedada em um grande portal, que é o Universo On-line[4], um dos portais de informação mais acessados por internautas brasileiros, o que garante certa autonomia na composição de seus trabalhos. Entretanto, a pressão dos leitores sobre as abordagens adotadas pode interferir no formato adotado, como aconteceu nas animações com a temática do atentado terrorista de 11 de setembro de 2001 (EUA - NY), em que quatro aviões comerciais foram sequestrados e dois deles colidiram com o edifício World Trade Center causando a morte de milhares de civis. Esse atentado foi atribuído à organização fundamentalista islâmica Al Qaeda. O tom irônico do autor, ao abordar o assunto, causou inúmeros protestos dos usuários, fazendo o mesmo se retratar publicamente.

As animações presentes no site *Charges.com*, possuem em sua dinâmica uma postura própria da Internet. Agregam variados elementos em si, utilizam-se do excesso, do código visual associado ao verbal e às cores para produzir um universo característico de apreensão e conversação com a realidade, a partir de personagens públicos e atores políticos conhecidos. O que nos leva a questionar, se em *Charges.com* os desenhos presentes, corresponde ao que se entende por charges?

---

[3] Disponível em: http: www.charges.uol.com.br
[4] Disponível em: http://www.uol.com.br

De acordo com Melo (2003), as charges correspondem à *"crítica humorística de um fato ou acontecimento específico. Reprodução gráfica de uma notícia já conhecida do público, segundo a ótica do desenhista. Tanto pode se apresentar somente através da imagem quanto combinando imagem e texto"*. (MELO, 2003:167). Elas são imagens gráficas caracterizadas pelo humor e se referem aos fatos e situações reais com objetivos críticos, satíricos e denunciadores. As charges compõem um estilo de jornalismo de opinião, pois, de acordo com Souza (1986), *"expressam e transmitem idéias, sentimentos e informação a respeito de si própria, de seu tempo ou a respeito de outros lugares e outros tempos".* (SOUZA, 1986:64).

O potencial humorístico das charges advém do real, da apreensão de facetas ou de instantes que traduzem o ritmo de vida da sociedade ao flagrar as expressões hilariantes do cotidiano. De acordo com Souza (1986), as charges podem atuar como *"elemento que reafirma os mecanismos do dominante, elemento de alienação ou elemento cortante que fere pelo riso"*. (SOUZA, 1986:37)

Enquanto temática abordada, expressão de ideias e relação direta com temas atuais, tanto as charges publicadas na mídia impressa, quanto àquelas publicadas na página da web em questão, possuem dinâmicas parecidas, entretanto, a forma como isso é feito e o que define a charge como imagem gráfica capaz de condensar elementos que serão compreendidos pelo receptor em poucos segundos, não ocorre nas animações publicadas na Internet, uma vez que elas apresentam em média vinte quadros, sempre acompanhados da linguagem verbal, na qual a palavra ganha a mesma importância do desenho e das cores.

Com relação ao grande número de quadros presentes nas animações visuais, pode-se dizer que as charges divulgadas no site Charges.com se assemelham às denominadas *tirinhas* que aparecem também no jornal, e muitas vezes continuam no dia seguinte.

As charges, quando publicadas em jornal impresso são caracterizadas pela condensação dos elementos e do assunto tratado em um ou no máximo dois quadros, com, na maioria dos casos (Lopes, 2008; Souza, 1986; Nery, 1998), o predomínio do desenho, dos traços, das formas e das cores, isto é, da linguagem imagética em relação à linguagem verbal da palavra escrita, que é a

linguagem do jornal como um todo. Na mídia impressa, elas não agregam movimentos, sons e grande variedade de cores. Em poucos traços e em um quadro se pode ter uma charge em que valores são atribuídos, ações são discutidas e métodos são criticados. O tema, o humor e o riso são rapidamente compreendidos. As charges são concisas, a mensagem pode conter vários elementos e será transmitida em poucos traços. Quando postadas na página da web em estudo elas utilizam elementos como movimentos, sons e grande variedades de cores, exploram um grande número de quadros em forma de filme e ainda existe a sobreposição do texto com relação ao desenho. Existe uma linguagem que não é própria da charge, que não é abstrata e sim figurativa, ela se aproxima do desenho animado e das histórias em quadrinhos.

Há, ainda, nas animações presentes na Internet, um determinado tipo de interatividade, que permite ao leitor comentar o trabalho, classificar os desenhos a partir de graus de pontuação e participar de enquetes. Existe também a disponibilidade de arquivos, nos quais é possível visualizar os desenhos publicados desde a criação dos sites (como em *Charges.com* , criado em 2000).

Inserido no jogo e no conflito político, o humor interage e participa do espetáculo político por meio do risível, podendo aliviar o conjunto das contradições inerentes à sociedade a partir do riso que faz surgir. Mas também pode impulsionar a conscientização crítica reflexiva do receptor.

Ao interpretar a realidade na qual estão inseridos, os humoristas utilizam a figura de atores políticos e não as instituições que os sustentam, é exatamente por este motivo que em regimes políticos autoritários o ditador exclui e reprimi a crítica política.

Assim, a pesquisa tem como objetivo estudar as manifestações de cunho humorístico presente no ciberespaço durante o ano de 2006, ano em que ocorreram campanhas eleitorais para Presidente da República, renovação do Congresso Nacional e de governantes, a partir do site – Charges.com – que atua como veículo de comunicação e livre expressão. O potencial político dessa página se faz presente na afirmação de determinadas posturas e no debate de ideias.

É importante analisar a representação humorística de um processo eleitoral, pois nela se pode explorar a ambivalência do debate em todas as

suas formas, seja na construção de um discurso alternativo, ou em outros discursos.

Deste modo, a presente pesquisa pretende, a partir da imagem e das estratégias utilizadas pelo autor deste site, analisar os principais temas e debates que atravessaram a campanha eleitoral, sem cair no óbvio ou utilizá-los como simples ilustradores de determinados acontecimentos.

Este estudo é desenvolvido a partir da problematização do site delimitado como objeto da pesquisa, na perspectiva de perceber como o humor foi utilizado como crítica política, durante um processo de campanha eleitoral, inserido na dinâmica das Novas Tecnologias da Informação. Para tanto algumas perguntas se apresentam: O que acontece com o humor feito na Internet? Que humor é esse que se produz nas Novas Tecnologias da Informação? Os desenhos presentes no ciberespaço atuam como uma atitude política crítica ou como uma espetacularização da política?

Para responder às questões propostas e analisar o conteúdo do site foi utilizada uma metodologia quantitativa e qualitativa.

Com relação ao estudo pormenorizado das animações e a contemplação dos diversos elementos das mesmas, foi desenvolvida uma planilha[5] de análise e aplicada nas animações selecionadas no período correspondente de janeiro a novembro de 2006, que possuíam imagens ou referências dos candidatos a Presidência da República. São eles: Luiz Inácio Lula da Silva, do Partido dos Trabalhadores, Geraldo Alckmin, do Partido da Social Democracia Brasileira, Heloisa Helena, do Partido Socialismo com Liberdade, e também foram selecionadas para a análise, as que faziam alusão a eleitores e personagens relacionados à conjuntura política vigente, com o objetivo de compreender quais os principais temas, apelos e enquadramentos. Foi elaborada também uma descrição qualitativa das animações[6].

As manifestações humorísticas divulgadas em um veículo de informação como a Internet, carregam discursos, opiniões e valores ao enfatizarem determinados assuntos, atingindo um considerável número de leitores, podendo atuar como influente no campo de formação de opinião do cidadão.

---

[5] Planilha 01 apresenta-se em anexo.

[6] Dvd em anexo

A chamada grande mídia (jornal, revista e tv) transmite a representação da realidade que chega aos cidadãos em uma leitura secundária, isto é, uma realidade estruturada pelos jornalistas. *"A mídia constrói e apresenta ao publico um pseudoambiente que significativamente condiciona como o público vê o mundo"* (McCOMBS, 2009: 47)

A seleção de assuntos a serem transmitidos e a forma como os mesmos serão apresentados ao público é resultado de uma seleção diária realizada pelos editores e diretores de redação, que têm como consequência o fato de que são eles quem vão focar a atenção e o pensamento do público a determinados assuntos.

A hipótese de que a produção de notícias demanda uma operação de enquadramento, que se realiza na rotina produtiva da imprensa através da adoção de critérios de relevância para organizar acontecimentos, temas, aspectos e problemas é definida como agenda setting ou agendamento da notícia.

O agendamento da notícia, isto é, a capacidade de influenciar o destaque dos tópicos na agenda pública, é um termo construído por Mc Combs (2009) a partir do estudo das eleições presidenciais americanas nos anos 70 que visavam discutir sobre os efeitos da comunicação de massa nas escolhas políticas dos cidadãos eleitores. As conclusões correspondem ao fato de que a ênfase dada a determinado tópico da agenda pública fará com que consequentemente ela se torne foco da atenção e do pensamento do público, o que com o tempo faz com que os temas enfatizados nas notícias passem a ser considerados como os assuntos mais importantes pelo público.

> Agendamento é um subproduto inesperado da necessidade dos noticiários de focar a atenção em somente alguns tópicos. Os telejornais tem uma capacidade muito limitada, e mesmo os jornais com suas dezenas de paginas tem espaço para somente uma fração das notícias que está disponível a cada dia. Mesmo os sites da web com suas imensas capacidades precisam organizar seus conteúdos numa agenda útil, e cada página do site é altamente limitada. (McCombs, 2009: 42)

É valido ressaltar que o agendamento da notícia, segundo McCombs (2009), não é deliberado e premeditado, mas sim inadvertido. O que o jornalista faz não é de todo intencional, o fato da agenda da mídia pautar a agenda pública é uma consequência da estrutura jornalística, que precisa sintetizar determinados fatos e acontecimentos políticos.

Essa afirmação não retira a forte responsabilidade ética que os jornalistas devem ter para selecionar cuidadosamente os temas em suas agendas, uma vez que, como já afirmado, o agendamento aponta para onde a atenção pública irá se dirigir quando os temas são apresentados.

Fernando Azevedo (2004) esquematizou as pesquisas realizadas desde os anos 70, que visavam discutir sobre os efeitos da comunicação de massa nas escolhas políticas do cidadão – eleitor e considera que a ideia força implícita na noção de agenda setting é a de que:

> a) a mídia, ao selecionar determinados assuntos e ignorar outros, define quais são os temas, acontecimentos e atores relevantes para a notícia; b) ao enfatizar determinados temas, acontecimentos e atores sobre outros, estabelece uma escala de proeminências entre esses objetos; c) ao adotar enquadramentos positivos e negativos sobre temas , acontecimentos e atores, constrói atributos (positivos ou negativos) sobre esses objetos; d) há uma relação direta e causal entre as proeminências dos tópicos da mídia e a percepção pública de quais são os temas importantes num determinado período de tempo. (AZEVEDO, 2004: 52)

Os especialistas em comunicação política vão afirmar que analisar só a agenda da mídia não é o suficiente (HACKETT, 1993; TANKARD, 2001). Deve-se analisar também o *enquadramento,* que, segundo Porto (2004), a partir da leitura de estudiosos como Goffman (1986), Kahneman e Tversky (1986), Tuchman (1978), Gitlin (1980), e da consideração com relação à abrangência do conceito e a impossibilidade de defini-lo como uma teoria única, corresponde ao princípio de seleção, ênfase e apresentação usada pelos jornalistas, no caso também desenhistas, para organizarem a realidade e o noticiário levando à construção de uma determinada interpretação dos fatos, isto é, a forma como são apresentadas as matérias na mídia é importante, pois pode atuar como um instrumento de poder político, visto que envolve uma escolha deliberada dos jornalistas na construção da forma como a notícia irá se apresentar ao receptor da mensagem.

> O enquadramento envolve essencialmente seleção e audiência. Enquadrar significa selecionar alguns aspectos de uma realidade percebida e fazê-los mais salientes em um texto comunicativo, de forma a promover uma definição particular do problema, uma interpretação causal, uma avaliação moral e/ou uma recomendação de tratamento para o item descrito. (ENTMAN, 1994:294 in PORTO, 2004:82, tradução do autor).

Nesse sentido, a mídia pode influenciar os cidadãos com relação ao que pensar – *agenda setting* – e no como pensar – *enquadramento*.

O agendamento e o enquadramento das manifestações humorísticas divulgadas na Internet se fazem importantes na medida em que por serem considerados instrumentos de comunicação, enfatizam certos temas, tornando os risíveis e expondo interpretações. E também para perceber como este novo veículo de comunicação – Internet - relaciona-se com a grande mídia, ou seja, como ocorre o agendamento intermídia, em que a mídia de elite exerce uma influência substancial na agenda de outros veículos (McCOMBS, 2009: 174).

Análise quantitativa:

A estrutura da planilha 01, em anexo, foi elaborada a partir da adaptação de estudos em Comunicação Política com o objetivo de analisar o Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE) e as Novas Tecnologias e a Ação Política[7], considerando as devidas diferenças, uma vez que o site de humor não obedece a normas ou possui algum vínculo com instituições partidárias.

A planilha 01 é composta por elementos que possibilitam a identificação como:

a) Título: identificação da animação pelo autor do site.

b) Data: dia, mês e ano em que a animação foi postada.

c) Período: indicação do turno eleitoral da publicação -definição do candidato, 1º turno ou 2º turno.

Realizada a identificação, pretende-se perceber os principais temas que as animações englobam:

d) Temas e subtemas: as animações podem abordar em seu conjunto um ou vários temas. Os temas foram separados em 6 categorias e cada um deles foi subdividido em temas específicos.

1. Economia (animações que abordam assuntos relacionados à área econômica). Subtemas: privatização, desemprego e crescimento econômico.

---

[7] CHAIA, Vera M. (coord.) Projeto Temático: *As Novas Tecnologias e a Ação Política no Brasil e na Espanha nas eleições de 2006.* Disponível em http://www.pucsp.br/neamp. Acessado em 29/04/2008.

PENTEADO, Cláudio L. C. *O show da estrela : estudo da campanha presidencial do PT em 2002.* São Paulo,PUCSP, 2005.

REIS, Andréa. *A dança dos números: o impacto das pesquisas eleitorais nas estratégias de comunicação do HGPE na eleição de 2000 em São Paulo. São Paulo.* PUCSP, 2003.

2. Campanha Eleitoral (animações relacionadas à campanha veiculada na grande mídia). Subtemas: pesquisa eleitoral, debate político e estratégias de campanha.

3. Política (animações cujo assunto corresponde à área política). Subtemas: crítica ao governo do PT, critica ao governo de FHC, escândalos políticos, programa de governo PT, programa de governo PSDB.

4. Candidatos (animações relacionadas a assuntos que envolvem a figura dos candidatos). Subtemas: alianças, apoios, confrontos e ataques.

5. Violência e Segurança (animações que se referem às questões da área de segurança). Subtemas: violência, combate à criminalidade e política de segurança.

6. Sociedade (animações que abordam assuntos referentes às questões sociais do país. Subtemas: saúde, educação, política compensatória e questões agrárias).

e) Recursos: pretende-se perceber de qual recurso o autor do site utilizou. São divididos em: entrevistas, declarações, encontro entre candidatos e paródia.

f) Orador principal: quem ocupa o lugar da fala. Personagem criado pelo desenhista, candidato, eleitor, aliado, oposição ou personalidade.

g) Enquadramento: visa compreender como são apresentadas as animações. Foram abordadas 5 categorias: 1- Informativo direto: quando o orador principal da animação faz referência a si próprio; 2- Informativo indireto: quando o orador principal da animação refere-se a outro personagem. 3- Avaliação Positiva: quando reafirma as ações de determinado candidato; 4- Avaliação Negativa: quando exacerba traços que o candidato não pretende tornar visível; 5- Propositiva: propõe uma reflexão com relação à situação política vigente.

Análise qualitativa

Devido ao conjunto de elementos agregados pela animação, considera-se insuficiente a análise quantitativa e por isso, em conjunto com ela, foi desenvolvida uma abordagem qualitativa. O site em estudo no ano de 2006 não possuía nenhuma referência textual ou link no qual se pode remeter ao assunto abordado, sendo necessário o conhecimento prévio do contexto social e político abordado pela animação.

Nesse sentido, o estudo pormenorizado de caráter qualitativo pretende situar a animação ao seu contexto e interpretá-la a partir de elementos talvez não observados pela análise quantitativa.

Análise da ferramenta Internet:

Considerando as diferenças propiciadas pelas Novas Tecnologias da Informação no que tange à publicação das animações, este estudo, com o objetivo de analisar o site humorístico, se apropria de metodologias desenvolvidas que visavam perceber se sites partidários eram cidadãos[8], à atuação de blogs como atores políticos[9], análises das interfaces de portais governamentais[10], e também a partir da pesquisa sobre as Novas Tecnologias e Ações Políticas no processo político de 2006[11]. As metodologias estudadas possuem objetivos específicos. Por isso, o que será exposto corresponde à descrição do site sob a ótica dessas pesquisas e não o emprego total das mesmas. A partir desses apontamentos, será descrita de maneira pormenorizada a estrutura do site estudado e aplicada à análise das animações com relação à agenda de temas eleitorais.

A dissertação se estrutura em três capítulos. No primeiro discutimos a relação entre Internet e política, abordando os estudos feitos sobre o tema e a apropriação desse novo espaço de comunicação pelo humor.

O segundo capítulo compreenderá na discussão entre humor e política a partir da reflexão de autores como La Boetie (2008), Foucault (2000) e Ranciere (1996) e suas compreensões sobre a política e com relação ao debate sobre humor, exponho a discussão de pensadores como Bérgson

---

[8] DADER, José Luis. La ciberdemocracia posible: Reflexión prospectiva a partir de la experiencia en España. Cuadernos de Información y Comunicación – Ciberdemocracia. Madrid, Universidad Complutense, 2000.

[9] PENTEADO, Claudio L. C.; SANTOS, Marcelo B. P.; ARAÚJO, Rafael de P. Blogs de política: caminhos para reflexão. Trabalho apresentado no I Congresso Brasileiro de Pesquisadores em Comunicação Política. Salvador, novembro de 2006. Disponível em: http://www.poscom.ufba.br/congresso/pdf/gt4/Penteado_Santos_e_Araujo2006.pdf

[10] LEMOS, A.; MAMEDE, J.; NÓBREGA, R.; PEREIRA, S.; MEIRELLES, L. Cidade, tecnologia e interfaces. Análise de interfaces de portais governamentais brasileiros. Uma proposta metodológica, in Revista Fronteiras, Estudos Midiáticos, volume VI, número 2. São Leopoldo, dezembro 2004. Disponível em:http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/lemos/interface.pdf.

[11] Pesquisa realizada pelo Núcleo de Estudos, em Arte, Mídia e Política (NEAMP), ligado ao Programa de Estudos Pós - Graduados em Ciências Sociais, da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, entre 2006 e 2008. CHAIA, Vera M. (coord.) Projeto Temático: As Novas Tecnologias e a Ação Política no Brasil e na Espanha nas eleições de 2006. Disponível em http://www.pucsp.br/neamp. Acessado em 29/04/2008.

(1983), Pirandello (1996), Freud (1996) e Saliba (2002), para a partir dessa relação, analisar as relações entre humor e política das manifestações humorísticas presentes no cyberespaço. Estabelecemos também, discussão sobre as diferentes formas de representações humorísticas: charges, paródia, caricatura, entre outros, e a partir de exemplos das animações extraídas do site como objeto de estudo, perceber a que forma de representação corresponde.

No terceiro e último capítulo, será exposta a análise da campanha eleitoral de 2006 a partir de um conjunto de animações que apresenta uma paródia política do período a partir (1) da seleção das charges, nas quais estiveram presentes os candidatos à presidência do Brasil, Luiz Inácio Lula da Silva, Heloísa Helena, Geraldo Alckmin e Cristovam Buarque[12], em 2006 no período entre o lançamento da campanha e a eleição, veiculados no site Charges.com; as exceções correspondem a figuras chaves dos partidos segundo o contexto de discussão política. Efetua-se (2) o exame qualitativo e quantitativo do conteúdo do site de *humor* divulgado durante a campanha eleitoral para a presidência do Brasil em 2006, com vistas a estabelecer dois tipos de análise (2.1) leitura do site com relação ao seu funcionamento, isto é, acessibilidade, interatividade e estética e (2.2) projeção política de seu conteúdo, ou seja, analisar os principais debates e estratégias presentes na campanha eleitoral. Pretende-se expor ainda, (3) uma leitura pormenorizada dos temas das animações no âmbito das questões públicas e privada, visto que elas, ao centrarem suas críticas nas ações dos enfocados, expõem aspectos da personalidade, objetivos, desvios e informações que misturam o público e o privado. Ao que condiz com a segunda parte da pesquisa, foram criadas categorias de análise para a leitura do objeto de estudo.

[12] O candidato Cristovam Buarque não aparece em nenhuma das charges analisadas.

1. INTERNET E POLÍTICA

A sociedade contemporânea é atravessada por um novo elemento da comunicação que é caracterizado pela capacidade de integração, em um mesmo sistema, de diferentes modalidades. Tais como a potência escrita, oral e audiovisual da comunicação humana, que se relacionam a partir de variados caminhos percorridos em redes, atrelado a convergência de diferentes mídias. Esse elemento corresponde à Internet – rede mundial interligada de computadores – que atua como um meio de comunicação mediado por computadores que interagem entre si e estabelecem um modo de organização social a partir de redes integradas.

Com o advento da Internet novas formas de sociabilidade são estabelecias, podemos citar o crescimento de redes de relacionamento como o *Orkut, Facebook, My Space, Twiter e outros,* nas quais diferentes indivíduos se comunicam e se conhecem a partir de um mundo virtual/real. Não só as redes sociais ganham novas dinâmicas, as formas de comunicação também se alteram, a Internet pode servir como fonte de informações, como arenas abertas onde cidadãos comuns podem explicitar suas idéias e opiniões e outros tipos de trabalhos em páginas da web como o *Youtube* e os *blogs.*

O rápido desenvolvimento tecnológico dos meios de comunicação tem alterado as relações sociais em diversas dimensões, no Brasil o crescimento acelerado do número de usuários das Novas Tecnologias da Informação é significativo e aumenta ano após ano. Em recente pesquisa divulgada pelo IBGE[13] a respeito do "*Acesso a Internet e posse de telefone móvel para uso pessoal em 2008"* o percentual de brasileiros com dez anos de idade ou mais

[13] Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – Disponível em: http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/acessoaInternet2008/Internet.pdf Acesso em: 16/12/2009.

foi de 56 milhões de usuários em 2008, com um crescimento de 75,3% se comparado ao ano de 2005. O maior percentual com relação ao aumento do acesso a rede ocorreu entre o grupo de 15 a 17 anos representando 62,9%. As formas de acesso, segundo a pesquisa, variaram entre: domicilio; trabalho; escola; centro público de acesso gratuito (telecentros) e centro público de acesso pago (lanhouses). Ainda de acordo com o mesmo estudo, a finalidade do acesso a Internet pela população brasileira com maior numero de declarações correspondeu a comunicação com outras pessoas com 83,2% do acesso voltados para esse serviço. O percentual de pessoas que acessam a rede para realizar a leitura de jornais e revistas representou 48,6%. Esses números nos permitem afirmar que a Internet passa a atuar cada vez mais como fonte de informação para a sociedade contemporânea.

De acordo com a empresa IBOPE/ Nielsen Online[14], o tempo mensal de uso da Internet entre os jovens brasileiros, em abril de 2009, foi de 41 horas e 14 minutos, o Brasil é o primeiro colocado entre os dez países em que a mediação foi realizada, o segundo colocado correspondeu ao Reino Unido, este país registrou um total de 18 horas e 43 minutos de navegação, uma diferença que representa o equivalente a quase metade das horas mensais dos usuários brasileiros. Esse crescimento do número de acessos e períodos em que os brasileiros passam na frente do computador torna-se importante na medida em que as fontes de informações podem se ampliar e as formas como as mesmas são divulgadas se diferenciam, influenciando o capital simbólico da população.

A Internet passa a incorporar novas práticas e atores sociais, assim como cria novos espaços e relações de poder. As NTICs têm-se expandido com grande velocidade dentro da sociedade contemporânea, estando presente na realidade direta ou indireta de parcela significativa da população podendo produzir outras praticas, inclusive, de ação política, em especial dentro da Internet.

A Internet, através de blogs, sites de partidos políticos e outros sites, permite que novas formas de comunicação sejam estabelecidas e seus efeitos sejam percebidos também no âmbito da dimensão política.

[14] Disponível em: http://www.ibope.com.br/giroibope/13edicao/jovens.html Acesso em: 16/12/2009

Como já apontado, as informações a respeito da sociedade e das questões de âmbito político são provenientes, para a maioria da população, dos meios de comunicação, é a mídia quem define e enfatiza determinados fatos que passam a ser do conhecimento do cidadão.

Com o aumento significativo no desenvolvimento tecnológico dos meios de comunicação, o debate com relação a Internet se intensificou. Os recursos oferecidos pelas redes são enormes e podem propiciar interações entre indivíduos que nenhum outro veiculo de comunicação permite, inclusive pode até ser um espaço de dialogo entre os eleitores e os cidadãos. Como exemplos podemos citar alguns recursos pontuados por Maia (2008): *(a) variedade de informação; (b) redução de custos de participação política; (d) troca de e-mails, chats e grupos eletrônicos de discussão; (e) amplas conferências.*

As características da rede levaram, em um primeiro momento, a uma discussão a respeito da potencialidade democrática da mesma, a principal questão que envolveu esse debate correspondeu a percepção da Internet como um instrumento e espaço de democratização.

Essa crença deveu-se, em certo sentido, pelas circunstâncias na qual a sociedade política estava envolvida, uma vez que, em meados dos anos 90, quando a Internet se consolidou, ocorria a crise dos partidos políticos, percebidos no contexto social como máquinas para o acesso ao poder com pouca capacidade de resposta às preocupações cotidianas da população; crise da comunicação pública, dominada por grandes grupos midiáticos, cuja estreita relação com os poderes políticos e econômicos resulta no modo de fazer informação que dificilmente contribui para a formação de uma opinião pública informada; e crise de uma cidadania que expressa sua rejeição refugiando-se na indiferença com respeito à política e aos meios de comunicação (Cappella y Jamieson, 1997).

Os estudos que dedicaram a Internet a possibilidade de grande potencializadora da participação política cidadã que desencadearia no ideal democrático são chamados de *cyberotimistas*, (Grossman, 1995; Kamarck y Nye, 2002) em que elementos como a disponibilidade e a produção de sistemas rápidos e confiáveis de comunicação, sistemas que transmitam

informações de caráter público ou quase público e fontes alternativas de informação são importantes para a realização da democracia (DAHL, 2005).

Para os autores dessa linha de discussão, a Internet iria atuar como uma arena livre para a participação política, em que o contato e a pressão com relação aos representantes políticos, a participação em coisas publicas, a interação com candidatos e a doação para fundos partidários podem se concretizar. Eles enfatizaram também o fato da esfera publica comunicar-se com a esfera civil e chamaram a atenção para a ausência de mediadores de informação, tornando acessível a população uma leitura da sociedade e da política mais direta, isto é, isenta da edição e seleção de notícias realizadas pela grande mídia a partir de uma relação hierárquica.

Gomes (2008), em seu texto “Internet e participação política”, identifica sete blocos temáticos a respeito das vantagens democráticas da rede observadas e defendidas pelos cyberotimistas e em seguida debatidas com a critica sobre o mesmo.

De acordo com Gomes (2008) as potencialidades democráticas da rede levantadas pelos cyberotimistas são: (a) superação dos limites de tempo e espaço para a participação política; (b) extensão e qualidade do estoque das informações on-lines; (c) comodidade, conforto, conveniência e custo; (d) facilidade e extensão de acesso; (e) não existência de editoração a respeito do conteúdo da Internet, sem filtros nem controles; (f) interatividade e interação, passando para uma estrutura multidirecional e um reconhecimento da palavra da esfera civil; (g) oportunidades para vozes minoritárias ou excluídas.

As páginas da web, ainda na linha dos cyberotimistas, poderiam propiciar a realização de diferentes e novas maneiras de interações e comunicações na perspectiva de impulsionar debates que poderiam, em certo sentido, funcionar com o desenvolvimento da democracia. Aumentar a visibilidade do Estado, divulgando uma maior abundância de dados, estabelecendo diálogos globais entre diferentes pontos de vista são as formas que os instrumentos da informática, a Internet, oferecem.

> A Internet seria uma ferramenta a serviço de uma sociedade civil informada e atuante, capaz de se organizar e se auto gerir, sem interferência de nenhuma forma de poder centralizado. O poder

> representado pela informação, estaria ao alcance de muitos. E, principalmente, a Internet seria um meio de comunicação 'incontrolável', fora do alcance dos estados e dos interesses econômicos: um computador, uma linha telefônica e um modem, todos com tendência de queda constante de preços, seriam o suficiente para conectar qualquer ser humano ao 'cérebro coletivo'. " (CAZELOTO, 2003: 11)

No campo das comunicações, a Internet, a partir dessa literatura, recebe destaque devido a isenção de mediadores de informações. O que se pode denominar de relações políticas horizontais se comparada às mídias tradicionais, estas por sua vez, possuem filtros hierárquicos pelos quais as informações devem passar antes de serem do conhecimento do receptor, ocorrendo sempre o acordo da notícia com a ideologia do veículo. Já na esfera da Internet pode-se existir uma maior liberdade na publicização das informações, alterando a unidirecionalidade das notícias (Gomes, 2008).

As ferramentas da Internet correspondem, de acordo com a metodologia elaborada e utilizada por José Luis Dader e Landtsheer, Krasnoboka e Neuner (2000), à: *Informação* (sobre líderes; Informações externas; Informações gerais e úteis; política contextual); *Interatividade (possibilidade* de leitura; leitura e envio de mensagens; correio eletrônico; Fóruns / grupos de discussão /comunidades virtuais; auto-apresentação para os cidadãos)*; facilidade de uso* (atualização de conteúdo diário; clareza estrutural; ajuda para buscas e navegação)*; estética* (propaganda política; imagem; fotografia).

A *Interatividade* do site corresponde a um importante diferencial desse novo instrumento da comunicação se comparado aos *medias tradicionais.* Ela é caracterizada a partir de critérios como abertura a participação dos usuários a debates e discussões que envolvem a dinâmica dos movimentos por meio de enquête, comentários de notícias, se estabelecem contatos com líderes dos grupos que se utilizam desse meio de comunicação e ainda se existe a possibilidade de cidadãos comuns dialogarem dentro do site e sobre os assuntos do mesmo sem qualquer intermediação. Essa ferramenta permite as páginas da web se diferenciarem do modelo tradicional de comunicação e possibilitam as diferentes pessoas a participação e a intervenção nos processos de comunicação (Dader et al., 2000).

Outra importante característica da rede diz respeito a ausência de mediares de informações tradicionais, o monopólio do acesso à esfera pública e a influência no processo de transmissão de mensagens. Para alguns

estudiosos, ela atua como eficaz instrumento no contorno da censura em regimes autoritários.

> O ciberespaço é muito mais inclusivo do que todos os outros meios de comunicação anteriores. Ele permite a expressão pública a todos os indivíduos, grupos, instituições e comunidades, inclusive as comunidades (comunidades virtuais) não existentes anteriormente. O Ciberespaço não apenas permite que qualquer um se exprima, como autoriza um grau de acesso à informação superior a tudo aquilo que se podia experimentar antes.(Levy, 2005: 375,376)

O aumento da disponibilidade de arquivos, dossiês e documentos dotados de uma maior complexidade e especialidade fazem com que, nas considerações dos *ciberotimistas, "as elites clássicas do poder político percam boa parte de seus privilégios"* (Levy, 2005:376).

Pierre Levy (2005), não afirma a potencialidade da ciberdemocracia a partir da possibilidade do voto pela Internet, mas sim a partir da possibilidade do exercício da deliberação, do exercício do saber e da inteligência coletiva para elaborar e discutir decisões políticas. A Internet propiciaria as condições para a realização de uma nova dinâmica da opinião pública nacional que a partir de um grande leque de informações poderia gerar uma agenda global particular e em escala global articular campanhas gerando discussões plurais.

Contatar e exercer determinada pressão nos representantes políticos eleitos, expor a opinião pública, intervir em fóruns eletrônicos, e estabelecer uma comunicação sem mediadores da esfera política com a esfera civil, a Internet, de acordo com a literatura otimista, proporcionaria todas as formas de ação política por parte da esfera civil.

E também, seria através da Internet que governantes poderiam divulgar suas ações, oferecer serviços públicos e apresentar vídeos.

A Internet, ao lado dos meios de comunicação tradicionais, vai atuar como importante agente capaz de construir e desenvolver opiniões com relação aos assuntos políticos, principalmente, pois, ela é caracterizada pela quantidade e diversidade de informações e fontes de informação que podem atuar, de acordo com alguns estudiosos do tema Comunicação e Política, como agente potencializador da democracia, uma vez que disponibiliza grande variedade de informação, também sobre o assunto da política.

De acordo com Aguiar (2006) a Internet, devido ao seu potencial de comunicação e a sua descentralização organizacional, possibilita a criação de

um espaço no qual seria possível o desenvolvimento de uma outra forma de democracia, a ciberdemocracia, pois, devido a sua estrutura de redes interligadas no universo virtual é possível a realização de debates e discussões a respeito da coisa pública, acredita-se ainda que através da Internet possa ocorrer uma aproximação entre o Estado e o cidadão comum.

A Internet apareceu, para alguns estudiosos como um elemento capaz de realizar certa renovação democrática, por outro lado, concomitante ao ideal democrático propiciado pela rede, pesquisadores sobre comunicação e política, consideraram que apesar de todas as potencialidades da arquitetura da rede, sua capacidade de estabelecer relações horizontais de comunicação, ela ainda pode repetir os padrões unidirecionais característicos da comunicação de massa e apresentaram a critica a retórica sobre a mesma, levantando questões como: (a) a qualidade da informação política veiculada; (b) a desigualdade ao acesso; (c) a cultura política (interesse do cidadão com relação aos assuntos da política); (d) predomínio dos meios de comunicação tradicionais; (e) sistemas políticos fechados; e (f) a falsa liberdade presente na Internet.

Com relação a desigualdade de acesso, os *cyberpessimistas,* segundo Gomes (2008) afirmam que nas sociedades contemporâneas não existe um equilíbrio na distribuição de acesso das oportunidades digitais e sabe-se que quanto menores são os níveis de desenvolvimento econômico menores são as igualdades de acesso a meios e recursos para a ação política (DAHL, 2005). Essa diferença vem sofrendo significativa queda, entretanto será restrita aos limites das classes sociais.

Grande parte do conteúdo disponibilizado na rede advém de indústrias da informação que também utilizam esse espaço como mercado de notícia, em alguns casos repetindo a lógica dos meios de comunicação tradicionais.

Ainda com relação à informação política na Internet, Gomes (2008) apresenta a suposição dos cyberpessimistas com relação a qualidade das informações divulgadas e afirma que a informação política deve corresponder à existência de um real e significativo interesse político por parte da esfera civil e coloca a seguinte questão: "*Há informação política disponível, mas há um interesse significativo do usuário da Internet em informação política?"* (Gomes, 2001: 24). O autor conclui a partir da afirmação da existência de poucos

indícios empíricos sobre haver vontades e interesses no jogo político e no estado das coisas públicas capazes de superar a apatia política da sociedade contemporânea.

Os cyberotimistas acreditam na potencialidade da Internet em resolver e transformar as questões da democracia contemporânea, já os cyberpessimistas discutem sobre a crença dos primeiros com relação a expectativas criadas.

Gomes (2008) ao analisar as duas linhas de pensamento a respeito da Internet – cyberotimistas e cyberpessimistas – considera que os recursos tecnológicos são ferramentas a serviço de agentes sociais que podem ou não utiliza-los de forma favorável a realização da democracia. O autor salienta ainda a comparação inequívoca com relação aos meios de comunicação tradicionais, uma vez que a Internet não irá substituir a grande mídia, mas provavelmente incluir as estruturas da indústria cultural, do entretenimento e da informação.

Maia (2001) chama a atenção das características da Internet e do seu diferencial se comparado aos outros meios de comunicação no âmbito do diálogo e trocas de informações possíveis entre o poder público e o cidadão comum que pode desencadear em um ideal de comunicação democrático. Mas adverte para a insuficiência de ferramentas da comunicação que levariam a um fortalecimento da democracia, uma vez que considera que as tecnologias da informação *"não determinam o procedimento da interação comunicativa e nem garantem a reflexão crítico-racional",* e ainda que deva haver *"a motivação correta, o interesse e a disponibilidade dos próprios cidadãos para se engajar em debates".*(MAIA, 2001:9).

Pode-se afirmar, portanto, que diferentes pessoas produzindo informações não levam consequentemente a democratização da informação ou a um maior leque de leituras por parte da população sobre determinado debate político, uma vez que, de acordo com Ranciere (1996), não ocorre um dissenso, pois a maior parte das informações postadas por pessoas não publicas acabam restritas a um universo de pessoas que provavelmente compartilham do mesmo posicionamento político.

Assim como todos os demais meios de comunicação, a Internet irá corresponder à sociedade que a compõe, isto é, sua potencialidade

democrática tenderá a equivaler à potencialidade democrática da sociedade em que estiver inserida. Isso corresponde dizer que não cabe a Internet realizar a democracia, ela é um instrumento de comunicação que será utilizada por agentes políticos que podem intervir e influenciar o debate e até transformar e potencializar a democracia.

Exemplos de agentes políticos que utilizam as Novas Tecnologias da Informação já se configuram desde fins do século XX, como o caso de sites de mídia independentes em conjunto com organizações não governamentais em protesto para apontar os "efeitos perversos" da globalização que organizaram manifestações em Seattle e Genova; Franceses que utilizaram a Internet no fim de 2005 para articular manifestações que abalaram o país; deve-se lembrar também, na Espanha, quando a partir do uso de SMS, via celular, foram desmentidos os supostos autores do atentado à estação de metro Atocha em 2004 (Blanco, 2005). Essa ação midiática possibilitou à população o conhecimento sobre a verdade dos fatos e reverteu o resultado das eleições realizadas naquele período. Nessa mesma perspectiva os franceses no fim de 2005 utilizaram a Internet para articular manifestações que abalaram o país Trata-se da maior visibilidade e disseminação desses agentes na e por meio das NTICs.

O uso de ferramentas digitais na ação política se tornou uma das características centrais dos movimentos sociais contemporâneos. Desde o EZLN (Exército Zapatista de Libertação Nacional) que no início dos anos 90 começou a utilizar a Internet para ampliar a base de apoio às reivindicações dos grupos indígenas existentes, verifica-se a chamada guerrilha midiática atuando no sentido de garantir a visibilidade de suas lutas contra o imperialismo estrangeiro (materializado no NAFTA); as exclusões sociais impostas pela modernização econômica; e ao capitalismo.

A estratégia de comunicação dos zapatistas foi fundamental para ampliar o apoio às reivindicações do movimento que é considerado o primeiro movimento de guerrilha informacional, *"eles criaram um evento de mídia para difundir sua mensagem ao mesmo tempo tentando, desesperadamente, não serem arrastados a uma guerra sangrenta."* (CASTELLS, 2001: 103)

O sociólogo espanhol Manuel Castells chamou a atenção para a impossibilidade do governo mexicano de exercer a repressão em larga escala,

quando os zapatistas utilizaram a rede como um instrumento para a ação política, uma vez que mobilizações entre diferentes países e apoios de outras organizações do próprio México ganharam uma dimensão global, se uniram e expandiram as informações a respeito do movimento e sua luta.

Tâmara V. Ford e Genève Gil (2002) abordaram a inovação introduzida pela Internet na organização dos movimentos sociais e destacam o caráter conectivo da rede e, principalmente a importância da convergência de tecnologias. Para as autoras,

> A Internet representa uma nova era para a mídia alternativa. Sendo uma infra-estrutura interconectada para múltiplas formas de comunicação, ela promove um período de convergência das tecnologias de mídia. Ao proporcionar a transmissão fácil de textos simples bem como os meios de combinar e recombinar uma série de formatos de mídia e atores sociais, permite a distribuição de conhecimentos e recursos a quase todos os lugares do globo, de maneira até então inédita" (DOWNING, 2002:270)

O documentário *Burma VJ - Notícias de um país fechado,* do cineasta dinamarquês Anders Østergaard. mostra a atividade de um grupo de repórteres-ativistas da Birmânia que captam imagens das manifestações de protesto à ditadura militar e as enviam pela Internet para redes de televisão do exterior com o objetivo de informar a realidade vivida pela população.

A captação das imagens das manifestações de protesto é realizada de forma clandestina, considerando o aparato militar orientado para destruir câmaras ou celulares que estivessem registrando os confrontos entre os manifestantes e o exército. Trata-se da configuração de um sistema multimidiático utilizado para potencializar a ação política dos manifestantes birmaneses na busca do cerco fechado pelos militares no poder.

As transmissões dessas imagens em redes de TV internacional provocaram grande repercussão em diversos setores políticos que começaram a desenvolver iniciativas para pressionar os militares birmaneses a terminarem com as violações aos direitos humanos e o cerceamento das liberdades individuais e coletivas. Entre as medidas, destaca-se a resolução aprovada por unanimidade no Parlamento Europeu sobre as eleições que serão realizadas em 2010.

No Brasil, as eleições de 2006 foram substanciadas pela Internet, partidos e candidatos fizeram crescente uso da rede para divulgação de notícias, ataques e/ou defesas aos candidatos de oposição, e exposição de

agendas, programas e estratégias de sedução para os eleitores. (Chaia et al, 2008). Nessas eleições ocorreram consideráveis aumentos de buscas em Blogs de política por informações ligadas a crise que envolveu os dois últimos anos do primeiro mandato do presidente candidato Luiz Inácio Lula da Silva e também a respeito do processo eleitoral (Penteado et al, 2006). Os Blogs são apontados por Penteado et al (2006) como importantes espaços de discussão política e consequentemente como atores políticos no processo de discussão a respeito da coisa pública, uma vez que, as análises sobre os temas de política, realizadas pelos blogueiros tornam-se referências de informação podendo influenciar a opinião pública.

> Sem duvida, em 2006, a Internet não atingiu diretamente as massas nem foi uma mídia de referencia para todas as camadas da população. Mas os elementos aqui reunidos indicam que a rede foi um meio intensamente usado pelas camadas médias, particularmente pelos formadores de opinião, para construir discursos e contradiscursos sobre os fatos e os candidatos, bem como para disseminar ataques e defesas das versões dos embates eleitorais publicadas na grande imprensa. (AMADEU, S. in Lima, V., 2007:177)

Atualmente, percebe-se um aumento significativo no desenvolvimento tecnológico dos meios de comunicação que desencadeia alterações no âmbito das relações políticas, em que novas praticas são agregadas. Outro importante exemplo correspondeu as eleições americanas em 2010, este país sempre se caracterizou pela inovação das campanhas eleitorais no âmbito das estratégias de comunicação, influenciando outros países, essa influência criou certa homogeneização no cenário internacional.

O uso da Internet como dispositivo da comunicação pelos partidos e candidatos desse país esteve presente desde os anos 90, em um primeiro momento servindo como simples informativos e com o passar dos anos foi ganhando força e tomando outras formas, utilizando recursos como a interatividade, que é um importante diferencial que a Internet propicia, a partir de fóruns de discussão e a participação dos cidadãos na campanha. (IASULAITIS, 2009)

A campanha presidencial americana de 2010 que elegeu o atual presidente, Barack Obama do Partido Democrata, teve o uso da Internet como um mecanismo que transcendeu a divulgação de informações ou os fóruns de discussão, ela foi utilizada como um elemento chave de captação de recursos. De acordo com Iasulaitis (2009), as doações financeiras realizadas por

pessoas físicas nessas eleições podem significar um maior engajamento na política, fiscalização e cobrança do político eleito, e ainda, resultar em uma maior influência na agenda política. Esse processo político eleitoral corresponde a um importante exemplo da Internet como um espaço utilizado para novas práticas de ação política.

> A campanha de Obama estabelece um novo padrão quando dedica considerável quantidade de energia, perícia e recursos à Internet, ao par com sua crescente importância social. Com isso, consegue gerar uma sofisticada alternativa de comunicação e relacionamento às outras duas rotas tradicionais, alcançar e comprometer um considerável universo de eleitores engajados na cultura da conexão digital e, por fim, transformar duas dúzias de ferramentas e recursos das redes digitais e os seus muitos milhares de usuários em participantes da sua campanha. (GOMES et al, 2008: 40)

A partir desses exemplos afirmamos que a Internet irá propiciar a criação de um novo espaço para a ação política. Ação política entendida aqui como toda atividade que envolve relações de poder presentes em diversas dimensões das relações sociais. De acordo com Penteado et al (2009) a Internet propicia a criação de um novo espaço para a ação política.

Penteado et al estabelece cinco tipos de ação política na rede. São elas: a) informações políticas; b) governo eletrônico; c) esfera pública; d) (ciber)ativismo e; e) comunicação política. O primeiro deve-se a fluidez e polissemia da rede que inverte o sistema unidirecional da comunicação tradicional e possibilita que usuários produzam sua informação. *"No campo da ação política, as informações políticas são importantes meios para a intervenção dos agentes sociais na vida política, pois é através delas que os cidadãos obtêm conhecimento sobre os acontecimentos políticos e formam sua opinião que vão orientar sua conduta política"* (PENTEADO et al, 2009: 08). Como exemplos desse primeiro tipo de ação política, temos: sites de mídia tradicionais; portais de Internet; páginas de partido político e blogs de política. O segundo tipo de ação política denominada *governo eletrônico* corresponde a promoção de atividades institucionais de órgãos públicos, garantindo maior transparência nos processos, disponibilizando informações dos órgãos públicos e facilitando o acesso dos cidadãos ao serviço público. Como exemplos o grupo apresenta: portais do governo federal, estadual e municipal e; sites de órgãos públicos. O terceiro tipo é chamado de *esfera pública* e diz respeito a pratica de debates na rede, como exemplo podemos citar: grupos de lista de

discussão; chats; comunidades virtuais e; blogs. O *(ciber)ativismo*, indicado como o quarto tipo de ação política é entendido como a ação de grupos cívicos que atuam sobre a sociedade civil e promovam habilidades políticas a partir dos mecanismos propiciados pela web como a articulação em rede, a divulgação e a mobilização de civis em diversas partes do planeta. Sites de associações cívicas; sites de movimentos sociais; blogs de ativismo; sites de mídia independente; lista de e-mail e; hackers são exemplos da forma de ação política denominada (ciber)ativismo. O último tipo de ação política citado é a *comunicação política* que é intensificada pelos dispositivos comunicacionais da rede (praticidade e agilidade), claro que, como já apontado a falta de interesse por assuntos políticos por parte da população faz com que esse tipo de ação política muitas vezes seja utilizado apenas por um pequeno grupo. Os exemplos são: sites de candidatos a cargos eleitorais; sites e blogs de políticos e; sites e blogs de partidos políticos.

O estudo apresentou importantes canais de capazes de promover a ação política, ponderando que ela corresponderá a sociedade na qual estiver inserida, entretanto, não considerou a grande disseminação de páginas de conteúdo humorístico presente na rede enquanto possibilidade de ação política no campo da informação política, uma vez que assuntos de política são temas bastante abordados.

O uso da Internet na exposição de leituras a respeito da sociedade e da coisa pública a partir do humor é bastante presente, entretanto, pouco explorada entre os estudos de comunicação e política. As representações humorísticas ao tratarem temas políticos podem levantar questões a respeito de líderes políticos, partidos e instituições e também podem abordar questões políticas da sociedade como um todo, criando novos discursos ou afirmando os discursos existentes.

Ao pensarmos na sociedade contemporânea que é atravessada por um novo elemento de comunicação e informação, a Internet, que com potencialidades e limites é apropriada pelos humoristas que criam novas formas de representações humorísticas e novos diálogos com seus leitores que ao tratarem de temas da política podem servir como informações podendo influenciar a opinião pública. De acordo com Castells (1999) questões do âmbito da política não exercem grandes interesses na opinião pública e grande

parte da população não possui conhecimento sobre o assunto, nesse sentido, as animações divulgadas no site podem servir como facilitador na compreensão dos assuntos políticos aproximando a política para o campo cognitivo dos leitores de páginas da web que utilizam o humor como forma de expressão de suas idéias, mas deve-se pontuar que as animações não retratam a realidade tal qual se realizou, mas sim interpretam a mesma, carregando em valores pré-estabelecidos e um posicionamento político do autor.

2. HUMOR E PODER

... o poder tomou de assalto a vida. Isto é, ele penetrou todas as esferas da existência, e as mobilizou inteiramente, pondo-as para trabalhar. Desde os gens, o corpo, a afetividade, o psiquismo, até a inteligência, a imaginação, a criatividade, tudo isso foi violado, invadido, colonizado, quando não diretamente expropriado pelos poderes. Mas o que são os poderes?
Peter Pál Pelbart (2007)

Para entender o humor e suas formas de atuação na Internet no contexto do processo político eleitoral, consideramos importante estabelecer algumas considerações sobre as relações de poder na sociedade contemporânea a partir de estudiosos como La Boetie (2008), Foucault (1993) e Ranciere (1996).

2.1. Poder

Etinee La Boetie (2008), ao discutir sobre a servidão presente em sociedades compostas por soberanos, percebe a extensão do poder para diversas formas que transcendem a figura centralizadora do soberano.

O poder legitimado na figura de um senhor é colocado em cheque por La Boetie (2008), pois este considera ilegítimo o poder do mesmo, o poder que um só homem exerce sobre os outros. O autor para estabelecer essa discussão

colocou a monarquia em causa e incitou os povos a desobedecerem aos príncipes, tornando visível a força da opinião pública.

Em seu único texto intitulado *"O discurso da servidão voluntária"* o autor irá questionar a legitimidade do poder exercido pelo tirano e o faz a partir da desconcertante pergunta: "*Como é possível que a maioria obedeça a um só homem, que não somente obedeça, mas o sirva, não apenas o sirva, mas queira servir?"* Ocorre a incompreensão por parte de La Boetie (2008), ao pensar na possibilidade de *"o homem perder, por falta de querer, um bem a ser resgatado a preço de sangue, a liberdade".* (2008: 57) Pois considera que não há nada que deveria ser mais desejado que a liberdade.

O poder do tirano existe somente, pois ele é concedido pelos homens, para que ele perca sua força e garanta a liberdade aos seus súditos não é preciso que o povo o enfrente, o combata ou que seja necessário se defender dele. Basta que ao tirano nada seja dado. Sua destruição irá advir da recusa de um país, um povo ou uma nação de servi-lo. Nas palavras do autor *"são os próprios povos que se deixam oprimir, pois deixariam de ser oprimidos assim que deixassem de servir".* (2008: 59)

Assim, de acordo com o La Boetie (2008), servir a um tirano é um ato voluntário, existe um desejo de servir, uma escolha de servidão por parte dos homens e, portanto, para obstaculizar a tirania, deve-se deixar de servir. Para querer a liberdade é preciso apenas desejá-la.

Os homens, segundo o autor, são naturalmente livres e naturalmente iguais. As diferenças estão presentes para que haja uma composição e não uma dominação. As relações devem ser estabelecidas sem dominação. A liberdade é a liberdade com e não contra, ou seja, liberdade em relação a outro, enquanto relação social na qual cada um possa mirar-se e quase reconhecer um no outro, enquanto diferente na igualdade. O autor não afirma em nenhum momento o desejo pela união de todos, apenas que todos sejam uns.

Com a mesma intensidade e natureza, na liberdade do homem existem certos hábitos colocados pela educação. O hábito é para o autor uma das

razões da servidão; nascer e ser criado na servidão retira do homem as forças para a percepção e o desejo da não servidão.

Outra importante razão para a existência da servidão corresponde à covardia, uma vez que, sob a tirania, os homens se tornam covardes. Os tiranos, para garantirem a servidão dos povos, utilizam técnicas de *pão e circo.* Jogos, teatros, farsas e espetáculos são instrumentos de manipulação por parte dos tiranos. *"Esses lazeres são os preços das liberdades perdidas"* (2008: 60). De acordo com La Boetie (2008), os povos recebiam dos reis a possibilidade de diversão e faziam desses lazeres, hábitos. E com igual simplicidade, recebiam as ordens dos mesmos e serviam.

Isto é, para garantir seu poder, os tiranos se utilizam desses com o intuito de manipular o povo, que vai perdendo a capacidade de contestar o domínio tirânico. O tirano se utiliza de uma simbologia do poder para desenvolver, no imaginário de seus súditos, figuras que justifiquem seus poderes e com isso retiram a liberdade dos povos.

Os tiranos, para legitimarem seus poderes não precisavam, segundo o autor, de armas para defendê-los, uma vez que a elite, aliada ao tirano é quem sujeita o povo à servidão, quem cuida de seus interesses e quem faz a intermediação entre o povo e o soberano, para que assim a figura do tirano não seja exposta. A elite, formada por poucos homens, é cúmplice das maldades dos reis e companheiras dos prazeres do mesmo. Essa elite, composta por poucos homens, tem ao seu lado outros tantos homens que agem para com a elite da mesma forma que a elite age para com o rei. E assim, ao lado desses tantos homens têm outros tantos que atuam da mesma forma que os primeiros, compondo, portanto, um ciclo no qual a tirania parece proveitosa. Assim, a servidão se estende por toda a sociedade e representa uma estrutura do Estado de controle social. As pessoas se contentam em servir para poder mandar naqueles que estão mais abaixo na condição social.

Nesse sentido, La Boetie (2008) irá romper com a ideia de poder, pensada a partir de um soberano centralizado. O que ocorre é a servidão de meia dúzia que servem para obter bens e benefícios para serem senhores frente a um monte de outros que o irão servir. A rede se estende pela sociedade de diversas formas.

A partir das inquietações de Etiene La Boetie (2008), pode-se relacioná-lo à discussão travada por Foucault (1993) sobre os mecanismos de poder, pois o Estado deixa de ser pensado como principal ou exclusiva instituição detentora do poder. Segundo Michel Foucault (1993) o poder não é um objeto palpável que se pode possuir, ele é, pelo contrário, uma relação que se exerce, muitas vezes sem a intervenção do Estado.

Antes de uma forma de manutenção das relações econômicas, como propõe o marxismo, é uma relação de forças que se constitui na medida em que todos os indivíduos a praticam incessantemente, de maneiras fluidas, articuladas em rede, em que as diversas formas de manifestação do poder transitam e atravessam constantemente os indivíduos. Isso não quer dizer que o autor irá negar a atuação do Estado nas relações de poder existentes, ele apenas desloca seu papel como o centralizador e único capaz de fazer emanar o poder.

No campo das relações de força, o poder tem sua manifestação clara e plena na guerra, em que, no limite, o enfrentamento de forças se concretiza em confrontos físicos violentos e sangrentos e que, por fim, tem como mecanismo essencial de sua manutenção a repressão.

O poder passa a se exercer no cotidiano, as relações de forças são externas e internas, elas estão relacionadas. Não há mais um centro do qual se emana o poder, o que existe é uma espécie de *Biopoder*, um poder que se exerce sobre a vida, o biopoder corresponde à forma como o poder atua e homogeneíza a vida e o homem no corpo humano.

É nesse sentido que há algo de Maquiavel (2004) em Foucault (1993), quando Maquiavel afirma que o Estado gera a si mesmo, que o Estado é autônomo. Para Foucault (1993) o poder tem específicos elementos de si mesmo. O poder funciona em uma rede de dispositivos. Não é o poder que preenche o ser humano, mas sim que o ser humano é constituído no conjunto das relações de poder, ou seja, o sujeito, ao se fazer nas práticas do poder, está propenso a uma prática de poder.

Foucault (2000) faz múltiplas análises genealógicas das tecnologias e dispositivos de poder, na medida em que resgata o processo de luta entre

diferentes manifestações de saberes, tentando libertá-los da coerção dos saberes inseridos e adequados à lógica e hierarquia de um discurso unitário e centralizador.

As genealogias de poder que ele busca, se dão em dois campos: no do saber, em que está inserida tanto a produção de verdades que os saberes científicos se propõem, quanto a oposição que os saberes sujeitados fazem a essa lógica; e no campo das relações de força, expressas principalmente pela guerra, mas que transitam em todas as esferas e níveis sociais, em todas as relações humanas.

O poder não se restringe à instância política, ele atravessa todas as dimensões da vida (escola, trabalho, hospital, prisão). Ele não tem dono, não é uma propriedade, o poder existe como fluxo e se exerce como estratégia.

No esforço de se desvencilhar dos modelos jurista e científico de análises do poder e empreender analíticas genealógicas, Foucault (2000) faz um resgate histórico dos diversos dispositivos de poder que atravessaram e ainda atravessam as sociedades ocidentais.

De acordo com o autor foi a partir dos séculos XVI e principalmente XVII, que a teoria do poder soberano criou mecanismos capazes de fortalecer o poder monárquico através do direito de vida e morte do soberano com relação aos seus súditos. Nessas sociedades, era permitido que o soberano causasse a morte de um civil em nome da defesa de seu mandato, caso ele o desobedecesse, ou em caso de guerra era permitido a convocação de seus súditos para defendê-lo. Nesse caso, ocorria o exercício indireto do poder de vida e de morte, uma vez que eles estavam expostos à morte com o fim de garantir a continuidade da soberania. O principal mecanismo de poder do soberano nessa sociedade corresponde ao confisco de bens e também da vida daqueles que lhe deviam obediência. De acordo com o autor, esse mecanismo de poder garantia a organização social.

A partir do final do século XVII e inicio do século XVIII, que as transformações e complexificações das relações sociais tornavam necessária a criação de uma nova tecnologia de poder, diferente da de soberania. Uma tecnologia que atuaria diretamente sobre corpos dos indivíduos em seus

detalhes, muito mais do que sobre seus bens e riquezas materiais. Isso não corresponde dizer que não existe mais a prática do confisco, apenas que o que ocorre é que ela deixa de ser a protagonista e uma nova prática de poder emerge em paralelo a ela. Um poder exercido sobre os corpos, na forma de vigilância e treinamento em espaços de confinamento com o controle do tempo e das ações de cada indivíduo. Foucault (2003) irá definir o período correspondente a essas mudanças como o início da *"sociedade disciplinar"* que perdurará e terá seu ápice no século XX, e como a sociedade de soberania entrará em crise.

Na sociedade disciplinar, as formas de poder se dão através da coerção e da vigilância contínuas e não mais a partir da coerção da figura física do soberano. O capitalismo industrial se utilizou muito dessa nova mecânica de poder, que não era mais exercido de maneira descontínua sobre os produtos e riquezas da terra, mas sim, em todas as relações, através da vigilância e do condicionamento sobre o trabalho.

Essa nova configuração de sociedade não extingue a teoria jurídica da soberania, essa teoria continua atravessando as ações do Estado, e ocultando as novas técnicas de dominação. As disciplinas inserem no âmbito jurídico seus discursos e saberes. O que ocorre é um deslocamento da submissão à lei inserida no campo do direito, para a normalização da sociedade relacionada às ciências humanas.

Foucault (2005) inverte a teoria jurídica clássica do século XVIII, em que o poder é um bem que se possui que se adquire via um contrato e que pode ser cedido ou transferido a outro. Além disso, quebra também com a teoria marxista, em que o poder tem por objetivo e função única garantir a produção e o lucro capitalista, na medida em que é exercido pela classe burguesa para garantir a sua dominação sobre a classe operária.

Ao contrário de uma relação de cessão e acordos acerca de sua posse, o poder é o que reprime a manifestação de desejos, de ações, de lutas e de espontaneidades. A repressão se configura como o principal efeito da guerra, se manifestando sorrateiramente no âmbito político. Ela é a presença silenciosa da guerra e, nesse sentido, o autor afirma, invertendo a proposição de Clausewitz, que a política é a guerra continuada por outros meios. A política,

nesse sentido, tem o papel de perpetuar os embates e enfrentamentos das forças e inseri-los nas instituições e esquemas sociais de maneira a apaziguar os conflitos físicos por meio da produção de sujeitados.

Ranciere (1996) irá chamar essa política de polícia. Polícia não como poder prisional, é mais que isso, ou seja, é o conjunto de processos pelos quais se agregam as coletividades e se consentem. A forma como se organizam os poderes e a tarefa das quais se ocupa todo o conjunto (professores, deputados, juízes) de aparelhos.

> A polícia é, na sua essência, a lei, geralmente implícita, que define a parcela ou ausência de parcela das partes. (...) é uma ordem dos corpos que define as divisões entre o modo do fazer, os modos de ser e os modos do dizer, que faz com que tais corpos sejam designados por seu nome para tal lugar e tal tarefa; é uma ordem do visível e do dizível que faz com que essa atividade seja visível e outra não o seja, que essa palavra seja entendida como discurso e outra como ruído. (RANCIERE, 1996:42)

A política será definida pelo autor como uma atividade bem determinada e antagônica à primeira. Ranciere (1996) rompe com a definição de conflito de classes ou de dissensão interna a ser resolvida. A política é a discussão de um dano, ela faz ver e ouvir o que anteriormente não era visto ou ouvido. É a ruptura provocada pelo sujeito no interior da lógica policial. A política é para o autor, pensada enquanto experimento.

Política e polícia são de acordo com Raciere (1996) duas lógicas de convivência, e uma vive em função de outra. *A política age sobre a polícia, ela age em lugares e com palavras que lhe são comuns, se for preciso, reconfigurando esses lugares e mudando o estatuto das palavras.* (RANCIERE, 1996:45) Nesse sentido, podemos afirmar que a política entendida como discussão de um dano e reconfiguração de lugares e palavras, pode se realizar com o humor, quando este, ao criticar, denunciar, desabafar e disseminar ideias retoma situações, fatos ou ideologias alterando e desmascarando ações, instituições e políticos nas quais impulsiona a percepção de ideias que antes não eram vistas ou ouvidas.

De acordo com a leitura desses autores, podemos afirmar que o poder se realiza a partir de diferentes pontos, espaços, autores e estratégias, afastando a centralidade do poder do Estado. Em La Boetie, a sujeição de corpos ocorre com vistas ao exercício do poder sob outros homens, Foucault

afirma que o exercício de poder se realiza em todas as esferas da sociedade, em forma de coerção e vigilância, controlando e reprimindo os indivíduos. O constante controle sobre os corpos será compreendido por Ranciere como uma forma de fazer polícia e não política, sendo a política a produção e reconfiguração de saberes. Nesse sentido, a Internet, que apesar de sua arquitetura em rede como espaços abertos para a produção e livre circulação de discursos e saberes é um espaço de práticas de poder e o humor político, em todas as suas formas e meios em que se realiza, pode ser caracterizado por relações de poder, que se afirmam na produção de discursos, interpretações e saberes.

De acordo com Raskin (1985), o humor político é aquele que denuncia, critica ou desmascara ações e situações que envolvem o regime ou um representante político. Afirma ainda que o humor político irá atuar na oposição real/ideal, isto é, as ações esperadas de um líder político em oposição às ações que ele realiza de fato ou também, os contrastes entre as posições ideológicas de determinado político em oposição às suas ações.

Na Internet, o humor ganha novos formatos e novas relações com os leitores, as representações humorísticas (cartuns, tirinhas, caricaturas, charges e paródias animadas) podem ser vistas e comentadas inúmeras vezes, ocorre a possibilidade de um leitor dos desenhos de humor enviá-las para outros leitores, fazer download, estabelecer graus de qualidade, postar diversos tipos de representações humorísticas, indicar temas e outras formas de interação entre autores e leitores.

Segundo Confortin (1999), as representações humorísticas impõem-se política e estruturalmente, no campo das especulações gráficas, não como uma nova arte, nem como uma nova linguagem, mas como uma nova opção formal na luta por uma nova cultura e nova visão de mundo.

Historicamente no Brasil, as representações humorísticas já atuaram como influentes no processo político, podendo destruir a imagem de determinado político e seu governo ou dando substrato na construção de uma identidade. Em determinados períodos da história, foram alvos de grande repressão e, atualmente, nas democracias modernas o contrapoder do riso tornou-se aceitável. (MINOIS, 2003)

Exemplos de intervenções humorísticas que influenciaram o sistema político brasileiro podem ser citados. De acordo com Lago (1999: 8 – 15) no ano de 1910, um desenho de humor publicado no periódico *O Malho* referenciando o presidente da Câmara dos Deputados, Sabino Barroso e a instituição que ele representava desencadearam sua renúncia. Outro importante episódio que teve seu desdobramento influenciado por manifestações humorísticas divulgadas na imprensa refere-se ao último dia de governo do presidente Arthur Bernardes no ano de 1926. Nesse dia, desconsiderando as leis de censura, o jornal *a Tribuna* mudou sua primeira página por uma caricatura de Álvarus, na qual um grande corvo com características de Arthur Bernardes sobrevoava o Palácio do Catete, fazendo referência a um possível golpe de Estado. Em consequência dessa caricatura, a polícia saiu às ruas para apreender os jornais. Entretanto os jornaleiros se negaram a entregar os exemplares e foram espancados. A população, em resposta, jogou rolhas na rua com o intuito de derrubar a cavalaria policial. (MIGUEZ, 2003: 50).

O Pasquim, durante os anos 70, foi um importante contestador da ditadura militar no Brasil existente nesse período, em que a partir do humor e suas variadas formas, criticava as situações vigentes no Brasil.

Nas democracias modernas, a força destruidora das representações humorísticas não se atualiza, o contrapoder do riso convive com o poder do Estado, pois podem até ter determinada utilidade.

Os caminhos para o processo de impeachment do presidente Fernando Collor foram traçados também no campo do humor. A charge publicada no jornal *O Globo* em 1992 de Chico Caruso, caricaturava o então presidente olhando para si e percebendo listras que metamorfoseavam seu terno em um uniforme de presidiário. A charge descrita não contribuiu para a destruição de Collor, mas traduziu a indignação da sociedade e a busca por mudanças frente aos marcantes traços de corrupção, que em conjunto com outros tantos fatores desencadearam no impeachment do então presidente. (LOPES, 2008).

Contudo, é necessário salientar a ambiguidade do humor, uma vez que acabamos de fazer uma arriscada, mas não menos importante, relação entre o humor e a política de Ranciere (1996). No humor, há uma dupla natureza, ele

tanto pode revelar a agressão a instituições vigentes, quanto os aspectos encobertos por discursos oficiais, mas também pode confirmar, transmitir ou instaurar preconceitos, atuando como forma de dominação (BRAIT, 1996).

2.1.1. Biopoder e a mídia

Com o rápido desenvolvimento dos meios de comunicação, a característica da sociedade disciplinar apontada por Foucault (2005), na qual a constante vigilância a partir do modelo de prisão *panopticon* se estendeu para todas as relações sociais, em que todos estão sob os olhos de poucos, a vigilância passa a atuar como um meio de exercício de poder nas sociedades modernas.

Em *"A mídia e a modernidade, uma teoria social da mídia"*, Thompson (1998) afirma que o poder corresponde à capacidade de empregar os recursos disponíveis para alcançar seus objetivos e, portanto, maior poder terá aquele que mais recursos acumular.

Thompson (1998) faz uma distinção entre quatro tipos de poderes. São eles: econômico, político, coercitivo e simbólico. O poder econômico corresponde à produção dos meios de subsistência através da extração de matéria prima e sua transformação em produtos que serão trocados e em recursos financeiros que serão acumulados.

O poder político diz respeito à regulamentação e coordenação dentro de um território a partir da autoridade. A terceira forma de poder caracteriza-se pelo poder coercitivo, este implica o uso da força para conquistar o inimigo, ele se atualiza na presença das forças militares, sejam elas internas ou externas. E por último, Thompson (1998), assinala o poder simbólico que obedece à produção, transmissão e recepção das formas simbólicas, através de recursos como os meios de informação e comunicação. Nas palavras do autor, o termo poder simbólico refere-se à "*capacidade de intervir no curso dos acontecimentos, de influenciar as ações dos outros*" (THOMPSON, 1998:24).

As formas de poder coercitivas e simbólicas apontadas por Thompson são anteriormente assinaladas por Max Weber (2004), este, por sua vez,

considera o poder, a probabilidade de impor a vontade, que é exercida pela dominação, isto é, o encontro da obediência em uma ordem. O uso do poder coercitivo é a condição necessária para a definição do poder político, todavia Weber (2004) afirma que ela é necessária, mas não suficiente, uma vez que ela é legítima, pois, caso as outras falhem, o Estado possuí o monopólio do uso da força.

É o poder simbólico que chama a atenção de Thompson (1998) e é nesse sentido que ele irá dialogar com Foucault (2005), uma vez que a discussão de Michael Foucault (2005) é, aos olhos de Thompson (1998) importante ao analisar as prisões e os métodos de disciplina e controle que se diferenciam das formas tradicionais de castigo. Entretanto, observa o Thompson (1998), com relação a sociedade contemporânea, que é substanciada pelos meios de comunicação, a relação que se estabelece entre poder e visibilidade é diferente do modelo panopticon.

> Enquanto o modelo panopticon torna muitas pessoas visíveis a poucos e reforça o exercício do poder sobre elas, submetendo-as a um estado de permanente visibilidade, o desenvolvimento da comunicação mediada forneceu os meios pelos quais muitas pessoas podem reunir informações sobre poucos e, ao mesmo tempo, uns poucos podem aparecer mediante de muitos; graças a mídia, aqueles que exercem o poder é que são submetidos agora a um certo tipo de visibilidade, mais do que aqueles sob quem o poder é exercido. (Thompson, 1998: 121)

O Estado compõe a primeira grande representação de poder, mas não é único e em um contexto de rápido desenvolvimento das tecnologias da informação, quem ganha cada vez mais força é o poder simbólico. Os meios de comunicação possuem importante dimensão simbólica, uma vez que são eles capazes de se relacionar com a produção, o armazenamento e a circulação de materiais úteis para quem produz e recebe determinada informação. São eles capazes de fazer com que diferentes indivíduos interajam entre si em diferentes espaços e recebam o mesmo conteúdo simbólico.

Em diálogo com Foucault (2000), podemos afirmar que a manifestação espetacular do poder, característico das sociedades monárquicas (pão e circo) deu lugar às novas formas de disciplina e controle que foram se infiltrando nas diferentes esferas da sociedade. As instituições empregaram mecanismos sutis de poder baseados no treinamento disciplinar, na observação e no registro.

Existe na sociedade contemporânea um novo mecanismo de poder, o poder do olhar, esse novo mecanismo tem na visibilidade seu meio de controle.

Cabe aos políticos a partir do rápido desenvolvimento dos meios de comunicação administrar sua visibilidade, e isso irá ocorrer também no campo humorístico.

A democracia como sistema político também aumenta a importância da administração da visibilidade, a disputa pelos poderes passa pela escolha da população que tem acesso aos candidatos por meio da mídia. É valido ressaltar que a administração da visibilidade não está restrita à campanha eleitoral, ela faz parte da *"arte de governar"* e deverá ser administrada também no campo do humor.

2.1.2. A sociedade do espetáculo e o humor

Em uma sociedade em que a crescente proliferação e influência das variadas mídias tendem ao espetacular, estabeleceremos o que se entende por sociedade do espetáculo, para então analisarmos como o espetáculo aparece ou não no âmbito das paródias animadas e como o riso, que atravessa todos os segmentos da sociedade contemporânea *"da publicidade a medicina, da política-espetáculo às grandes emissões de variedades, dos boletins meteorológicos à imprensa cotidiana"* (MINOIS, 2003:593), apropriam-se das Novas Tecnologias da Informação no contexto do processo político de 2006.

Guy Debord (1997), considerado por muitos intelectuais como o inaugurador da discussão sobre o tema que se faz presente na contemporaneidade, uma vez que ela é marcada pela crescente e significativa presença da mídia no âmbito social, cultural e político.

Em *A sociedade do espetáculo*, Debord (1997), introduz a discussão sobre o espetáculo, que se atualiza e ganha novos rumos de discussão no desenvolvimento e no contexto das Novas Tecnologias da Informação. Para o autor, sociedade e espetáculo se interpõem e esboçam os caminhos para um possível conceito de espetáculo a partir de dois importantes elementos. São eles: economia e representação.

Atrelado a uma visão economicista da história, Guy Debord (1997), analisa a sociedade capitalista a partir da discussão sobre a sociedade do

espetáculo. Entende espetáculo enquanto principal produção da sociedade atual na qual a economia se desenvolve por si mesma.

O espetáculo, quando pensado sobre a ótica dos fatores econômicos, corresponde para o autor como resultado do sistema capitalista e ao mesmo tempo como relação que atualiza o próprio sistema.

No contexto da sociedade capitalista, sociedade e espetáculo se fundem, isto é, o espetáculo compõe a sociedade e a contêm. Nas palavras do autor: *"Como parte da sociedade ele é expressamente o setor que concentra todo o olhar e toda consciência. Pelo fato desse setor estar separado, ele é o lugar do olhar iludido e da falsa consciência"* (DEBORD, 1997: 14).

Para o autor, o espetáculo pode aparecer de diversas formas e nelas, enquanto relação social entre pessoas, irá expressar uma situação na qual a *"mercadoria ocupou totalmente a vida social"*. (DEBORD, 1997:30).

Pensar o espetáculo a partir da economia e da representação não corresponde dizer que um elemento nega ou se distancia da explicação do outro. As características econômicas da sociedade capitalista fazem surgir à distinção entre o real e a representação do mesmo, e é essa separação que corresponde à *sociedade do espetáculo*. De acordo com Debord (1997), *"a realidade vivida é materialmente invadida pela contemplação do espetáculo e retoma em si a ordem espetacular a qual adere de forma positiva"* (DEBORD, 1997:15).

Ocorre a alienação da sociedade, fundada nas relações sociais substantivadas pela imagem, "*tudo o que era vivido diretamente tornou-se uma representação".* (DEBORD, 1997: 32)

Hoje, vivemos em uma época de importantes transformações sociais, culturais e políticas, em que as vertiginosas acelerações das mudanças políticas, sociais e culturais exprimem as relações de poder da sociedade contemporânea, substrato do desenvolvimento tecnológico e de comunicação. As constantes mutações que ocorreram nos processos de sociabilidade entre os homens refletem a influência das Novas Tecnologias da Informação enquanto reestruturação das relações de poder.

A comercialização da mídia faz com que ela não atue como propulsora de uma discussão crítica a respeito da sociedade, como um fórum de debate racional, ela se transforma em um comércio de consumo.

As Novas Tecnologias da Informação edificam a concepção da realidade política e social, na medida em que é a mídia quem seleciona as informações, que vão fazer parte do conjunto de significações, os códigos historicamente produzidos e as representações incorporadas pelos indivíduos.

Aprender, compreender e pensar sobre a realidade na qual estamos inseridos pode seguir duas vias, até intersectantes. A primeira corresponde à vivência de diferentes situações e experiências. Já a segunda, refere-se ao conhecimento dos fatos por intermédio de interlocutores que selecionam dados e informam os indivíduos. Existem determinadas esferas da sociedade nas quais as realizações dos eventos estão distantes do cotidiano da maioria dos cidadãos e por isso não é possível presenciar o debate de ideias, os conflitos de opiniões e a realização de projetos sobre essas esferas.

O conhecimento sobre a realidade ocorre a partir dos meios de comunicação que vão estabelecer a intermediação entre emissor e receptor da mensagem. A percepção, por parte dos cidadãos sobre os conhecimentos, advém dos meios de comunicação de massa. A política apresenta-se de acordo com as representações produzidas pela mídia. Com a comercialização da mídia, ela torna-se uma política do espetáculo, em que se administra a massa despolitizada e a excluí do processo de decisão, ocorre o uso das técnicas da mídia para legitimar praticas políticas.

Roger-Gérard Schwartzemberg (1978) inspira-se em Debord e amplia a discussão a respeito do espetáculo, uma vez que considera que este não se limita à sociedade e suas relações. O espetáculo a transcende e se faz presente na instituição do poder. O que passa a ocorrer é a produção de espetáculos pelo próprio aparelho do Estado. Nesse sentido, o Brasil, a partir de 1989, período correspondente à consolidação da redemocratização vai ter nas campanhas eleitorais expostas pelos meios de comunicação o principal espetáculo da política.

Albino Rubim (2000), ao tentar compreender como espetáculo, poder político e política se relacionam no contexto atual de uma sociedade estruturada pelas Novas Tecnologias da Informação, aponta a importância e relevância das reflexões de Debord (1967) e Schwartzemberg (1978), mas considera insuficiente limitar-se a elas, uma vez que, crítico a Debord, o

espetáculo não deve ser reduzido a um determinismo econômico, pois quando isso ocorre, ele aprisiona o capital e nega a possibilidade de contradições presentes no processo de produção ou de realização do espetáculo nas zonas fronteiriças do sistema capitalista, impossibilitando um caráter libertador do mesmo. Do ponto de vista do real e da representação, Debord (1967), segundo Rubim (2000), dá uma valorização positiva ao real, devido à sua relação direta com o vivido e uma valorização negativa ao espetáculo devido à sua relação indireta com o vivido.

As limitações da análise de Debord (1967), de acordo com Rubim (2000) correspondem a:

> (1) pensar a representação como se ela não fosse uma parte indissociável e construtora da realidade; (2) conceber representação como um estatuto inferior ao restante do real (...); (3) supor a possibilidade de um acesso ao real sem o recurso obrigatório e mediações. (Rubim, 2000:3)

Essas limitações não diminuem o grau de importância do autor. A questão de Debord (1967) corresponde à cisão entre representação e realidade que vai resultar na presença de um espetáculo autônomo, dotado da realidade real, em que o espetáculo apresenta-se como finalidade.

Com relação a Schwartzemberg (1978) que considera o espetáculo político como produto da mídia e concebe política como afastada da encenação, Rubim (2000) afirma que política, espetáculo e comunicação são relações anteriores ao surgimento da mídia. São relações anteriores ao surgimento da política na Grécia antiga. O que ocorre é a alteração da posição do espetáculo, antes como afirmação do poder, hoje como potência que sensibiliza, constrói e legitima a política.

> O recurso à emoção, à sensibilidade, à encenação, aos ritos e rituais, aos sentimentos, aos formatos sociais, aos espetáculos. Em suma, a tudo aquilo que, em conjunto com o debate e a argumentação racional, conformam a política. Por conseguinte, eles não podem ser considerados como atributos advindos tão somente da contemporânea espetacularização da política (Rubim, 2000: 5).

Albino Rubim (2000), afirma que o espetáculo não é intrínseco à sociedade contemporânea, sua realização não resulta da visibilidade na mídia, mas se atualiza a partir da *"intervenção dos atores políticos e midiáticos, dos*

campos de força, das conjunturas e das surpresas do espetáculo e da sociedade". (RUBIM, 2000: 07)

A política é composta por autores, práticas e instituições que vão em conjunto representá-la e torná-la visível na sociedade, isso faz com que a política necessite de uma dimensão estética que em um contexto de rápido desenvolvimento dos meios de comunicação tem seu ambiente ampliado. O espetáculo é inerente à política e ao humor, o que ocorre nesse contexto é um excesso de espetacularização que irá desqualificar as práticas e discussões políticas.

2.2.Humor

O poder não tem humor, senão não seria poder.
(Maurice Lever, apud MINOIS, 2003: 594)

Propulsores de diversas indagações nas diferentes áreas do conhecimento (História, Filosofia, Psicologia, Ciências Sociais e outras), o riso e o humor, pensados sempre atrelados um ao outro, foram ao longo da história da humanidade associados às liberdades mitológicas, às repressões religiosas, ao renascimento e suas questões e utilizados como arma política de acusação ou apoio ao poder vigente. (MINOIS, 2003). Enquanto o poder não tem humor, o humor, pelo contrário, tem poder e pode ser utilizado como um importante instrumento na luta contra o poder.

É possível que as contradições e contrastes da sociedade vigente sejam apropriadas pelos humorístas que a partir de suas representações interfiram nas ações políticas em questão e fazem quebrar os códigos na criação de diversos em uma sociedade na qual predomina a racionalidade e a tudo faz conter e fixar.

No tempo, contra o tempo e em um tempo por vir, o humor seleciona parte de uma situação e a faz retornar à percepção da sociedade, isto é, cria o novo a partir de situações já conhecidas e ainda pode aparecer como um perturbador da tranquilidade de situações vindouras.

O humor pode atuar como expansão em diferentes configurações e de diferentes modos, ao atravessar os fluxos da vida. Social e cultural, o humor

inserido em sociedades, histórias políticas e culturais vai inventar espaços, seja no epicentro, seja nas bordas da sociedade que o compõe para representar e talvez transvalorar as verdades vigentes, fazendo emergir o Riso. *"Rimos de uma figura excêntrica, do inesperado, de imitações de figuras conhecidas, de críticas aos conhecimentos do momento"* (CASTRO, 2005: 21)

Próprio ao homem e à sociedade que o contém, o riso sofre e implica mutações de acordo com épocas, práticas, atitudes e alvos, o que para uns em determinados contextos e em determinados países pode ser risível, para outros, pode ser áspero ou ofensivo. De acordo com Driessen (2000), *"O humor quase sempre reflete as percepções culturais mais profundas e nos oferece um instrumento poderoso para a compreensão dos modos de pensar e sentir moldados pela cultura"* (DRIESSEN, 2000:251).

Elias Thomé Saliba (2002) afirma que o humorista sabe que a vida é um fluxo contínuo e todas as formas de lógicas são tentativas inúteis de contenção desse fluxo. O humorista irá revelar a partir da apreensão de todos os lados de uma mesma realidade que as lógicas são máscaras que não se sustentam.

A partir de elementos já conhecidos, o humor movimenta-se em um novo impensado, retoma a uma determinada situação, conduta ou pessoa pública e produz uma imagem outra no pensamento.

Novas questões podem ser apresentadas a partir de encontros inesperados entre diferentes, heterogêneos que se cruzam e entre eles o humor atravessa. Ele não está intrínseco a nenhuma situação, mas ao mesmo tempo ocorre nelas, se passa no meio de situações e, ao passar, muda e cria um novo. O movimento do humor desdobra-se em intensidades, mas a um só tempo. Cria novos caminhos, atravessa fronteiras, subverte limites e o próprio tempo e ainda pode atingir o intratável, fazendo emergir o riso como uma multiplicidade que se espalha em diversos sentidos e acelera a intensidade do movimento do humor.

Sempre presente, no tempo de agora ou em passados longínquos, no desdobrar do pensamento e da vida, imperceptível ou barulhento, o riso e o fazer rir, expresso através da escrita, da fala, da encenação, de traços, caretas ou desenhos, atravessa a história da humanidade e deixa suas experimentações.

O desenho e o humor foram apropriados pela mídia como uma estratégia utilizada para conseguir mais leitores. A utilização da linguagem figurativa poderia ser mais simples e a camada menos instruída da sociedade teria acesso à informação. A linguagem popular ajuda a traduzir os eventos, os conflitos e os personagens políticos, tornando os assuntos políticos menos misteriosos e mais próximos do universo de compreensão da população. Dentre as diferentes formas desse tipo de estratégia e de linguagens, temos as histórias em quadrinhos, a tirinha, a caricatura, a charge, a paródia e outros. São formas de linguagem capazes de fazer emergir a comicidade e o humor, devido à aproximação do discurso e da brincadeira com o real.

Os desenhos se tornaram relevantes devido ao discurso político que apresentam e aos argumentos ou ideias que carregam podendo atuar como peças de intervenção no debate público.

Existe uma rápida capacidade de disseminação da linguagem humorística e um importante potencial destrutivo de seu estilo zombeteiro. Além disso, o recurso visual impulsiona ao lado da linguagem uma capacidade de disseminação superior ao recurso da escrita. De acordo com Motta (2006), *"as imagens podem transmitir mensagens com concisão e clareza inigualáveis, gerando uma impressão marcante e imediata"* (MOTTA, 2006:18).

O humor dentro do jornalismo seria como um impulsor capaz de realizar um esforço da imaginação na tentativa de descobrir o que está certo através de algo que parece errado e como esta coisa deveria ser, ou também, perceber o erro no aparentemente certo e procurar as razões desse erro.

É a partir do desenho humorístico que se podem utilizar recursos para além dos discursos políticos convencionais, criticar e fazer rir de maneira única, desconcertante e sutil sem que a agressão pareça intolerável.

Desenhos de humor incomodam quando carregam um conteúdo crítico em seus discursos, constituem de ataques zombeteiros em representações grosseiras e cômicas de personagens conhecidos do público. Os artistas, a partir do exagero nos traços, vão apontar defeitos, más ações ou realçar qualidades negativas das figuras retratadas e mostrar os líderes políticos como seres ridículos e derrisórios, ou seja, como pessoas de quem se deve rir. Essa atitude de tornar um personagem público objeto de riso não é, segundo Motta (2006) ato fortuito, mas sim uma ação carregada de implicações políticas.

“Apresentar um líder em traços ridículos é uma forma de desacreditá-lo, desmoralizá-lo, e consequentemente esvaziar propostas” (MOTTA, 2006: 20).

O humor expressado pelos desenhos é levado a sério pelos detentores de poder que, muitas vezes proíbem e reprimem essa arte, pois alguns desenhos de humor podem atuar como representações ásperas e constituir efeitos de ataques poderosos e difíceis de neutralizar, o líder político representado a partir de expressões zombeteiras pode ter sua imagem eternamente associada a esta representação.

Alguns estudiosos (Eco, 1985; Caserta, 1983; Attardo,1994) consideram o humor como algo que não compõe definição, pois ele muda conforme o tempo e a cultura na qual está inserido, o que faz com que seu conceito seja ambivalente. Levando em consideração essa afirmação, pretendo expor uma síntese a respeito das principais ideias sobre o tema presentes na sociedade contemporânea.

Saliba (2002), ao estudar o humor e o riso na Bella Époque, o faz a partir das reflexões de três importantes autores que escreveram sobre a natureza do humor. São eles: Pirandello (1908), Bérgson (1899) e Freud (1905), e afirma que eles compreendem o riso como algo que não possui essência e sim história. Dessa forma todas as tentativas de defini-los são insuficientes.

> Ao contrário das concepções “clássicas” e de todos os inúmeros filósofos que se dedicaram a explicar a “essência’ do riso ou o ‘enigma” do risível, as três reflexões aqui representadas buscaram, cada uma a sua maneira, relativizar e historicizar as formas de representação humorística. Elas mostraram que toda produção humorística, assim como as atitudes em relação ao cômico, a maneira como é praticado, seus alvos e suas formas não são constantes, mas mutáveis, historicamente nômades e culturalmente inventadas. (SALIBA, 2002: 28).

Bérgson (2001) vai pensar sobre o riso em seu meio natural, na sociedade. Social e cultural, o humor, para se efetuar, precisa ressoar em grupo, precisa ser visto em sociedade. Nas palavras de Aristóteles *“nenhum animal ri, exceto o homem”*, e *“Não há comicidade fora daquilo que não é propriamente humano. (...) Se algum outro animal ou objeto inanimado consegue fazer rir é devido a uma semelhança com o homem, à marca que o homem lhe imprimi ou ao uso que o homem lhe dá.”* (BERGSON, 2001: 3).

O riso, segundo Bérgson (2001), possui uma função social que corresponde ao restabelecimento dos elementos vivos que compõem a própria sociedade.

Inseridos em uma sociedade de controle (Deleuze, 1992), na qual ocorre uma disciplinarização dos corpos e a vigilância sobre o tempo, espaço e movimento, e um investimento no sentido de frear ou de organizar o que é aleatório nas coletividades, o riso, de acordo com Bérgson, *"pelo medo que inspira reprime as excentricidades, mantém constantemente vigilantes e em contato recíproco certas atividades de ordem acessória que correriam o risco de isolar-se e adormecer."* (BERGSON, 2001: 13)

Freud (1905), na leitura de Saliba (2002), compreende o humor como um ato de regressão, uma ruptura de determinismos acompanhada de uma ruptura de previsão e o riso como um libertador das emoções reprimidas, assim como o sonho.

> O riso provém de imediata compreensão da ruptura e de seu sentido. Esta ruptura pode constituir-se num acontecimento, numa ação real ou num simples trocadilho, numa alusão involuntária, enfim, naquela ambigüidade irresolúvel que, como afirmava Freud, estaria no âmago daquilo que ele mesmo chamou de piadas sérias. (SALIBA, 2002: 24)

Pirandello (1908) diferencia o cômico do humorístico, e entende cômico como o riso que irá nascer do sentimento de superioridade daquele que ri com relação ao que se ri e humor como a reflexão que irá aparecer antes ou depois do ato cômico isenta da noção de superioridade.

Para Pirandello, nas palavras de Saliba (2002), *"o humorismo consistiria no sentimento de contrário, provocado pela reflexão, que não se oculta nem se converte em forma de sentimento, mas em seu contrário, em sua negação, acompanhando o sentimento como uma sombra."* (SALIBA, 2002: 25).

Fazer humor nesse sentido seria colocar tudo o que está posto, tudo o que se conhece no caos e esperar pelo inesperado, o distanciamento seria a base da definição de Pirandello.

O humorista permanece no instante, para desempenhar alguma coisa que não para de se adiantar, ele, diferente do ator não cria um personagem, o humorista desempenha um tema carregado de singularidades selecionadas e liberadas dos limites dos indivíduos para dizer o indizível ou até o impensado. *"O humor é inseparável de uma força seletiva: no que acontece (acidente) ele seleciona o acontecimento puro. No comer ele seleciona o falar"* (Deleuze, 2003: 153).

A partir dessas considerações, podemos afirmar que Bérgson (2001) compreende o riso como um corretivo social, em que ocorre a superioridade daquele que ri com relação ao que se ri, o objeto do risível passa a representar um antimodelo. E Pirandello irá denominar essa relação de superioridade como comicidade e não como humor. Freud, a partir da psicanálise, compreende o humor como libertação, desobediência ou desrespeito às normas impostas pela sociedade. A linha de Saliba (2002) define a representação humorística como a percepção do sentimento de ruptura e contrariedade, e também, como uma forma privilegiada de representar a história. Afirmamos que as representações humorísticas da sociedade, da política e dos costumes são importantes elementos na construção do imaginário simbólico da população e pode ser uma atitude política na medida em que critica, reafirma ou cria discursos e interfere no campo da política.

2.2.1.Tradição humorística da imprensa: *O Pasquim*

A potencialidade humorística a partir das idiossincrasias de uma sociedade, sua política e seus valores estiveram presentes e atravessaram a história política e cultural do Brasil desde o Império até os dias atuais.

O contexto político e social do Brasil é e sempre foi atravessado por contradições, contrastes e incoerências. Essas características fazem emergir um modo de olhar, analisar e criticar as relações sociais, bastante peculiares ao Brasil. Trata-se da manifestação humorística na imprensa que caracteriza um estilo crítico – político – social de percepção da realidade política brasileira.

Os textos de cunho humorístico começaram a circular a partir de 1821, com o fim da censura, em que se iniciou a representação humorística na história da imprensa brasileira. Essa representação e linguagem foram exploradas em diversos temas, mas foi nos assuntos políticos que eles se sobressaíram. É válido ressaltar, de acordo com Izabel Lustosa (2000), que os jornais desse período não surgiram com a intenção de fazer humor, uma vez que o artifício humorístico aparecia como simples resultado da polêmica e da ausência de argumentos nas discussões sobre a realidade social da época.

As características sociais e políticas do Brasil pós-censura da imprensa fizeram emergir diversos periódicos, cujos temas variavam entre política,

saúde, literatura, artes e humor. Com o avanço das técnicas de impressão e a democratização da imprensa aumentou o número de exemplares distribuídos e concomitantemente o número de leitores. Com isso fez-se necessária à criação de uma linguagem que deveria condizer com a realidade dos leitores, pois os periódicos iriam atingir um público com menor grau de instrução.

De acordo com Elias Thomé Saliba (2002), a tradição da representação humorística no Brasil presente no jornalismo satírico da Regência e nos folhetins cômicos do Segundo Reinado, que atuavam sempre à margem dos jornais, obras e produção da escrita, se potencializaram e se aprofundaram no momento de transição entre a Monarquia e a República devido aos constantes conflitos e às lutas políticas. Esse período foi marcado por intensos contrastes, ambiguidades e tensões na medida em que os tempos se atravessavam. Passado e futuro estavam sobrepostos e a representação do Brasil e da sociedade brasileira ocorria a partir do não sentido ou da criação de um sentido. A ausência de sentido e a recriação do mesmo são características intrínsecas do fazer humor.

A crítica, a partir de elementos humorísticos dos acontecimentos políticos é mais visível, se inserida em um contexto político democrático que em um regime autoritário, pois o primeiro supõe a liberdade na arte de criar e na disponibilidade de veiculação da produção. Já em um sistema de governo autoritário, eles são obstaculizados e interditados, visto que esse tipo de sistema não admite críticas.

A história do Brasil foi marcada por regimes autoritários, o que significa dizer que no período da ditadura foi praticamente impossível a publicação desse elemento jornalístico de caráter opinativo e de crítica política nos meios de comunicação convencionais ou, até mesmo, em fontes alternativas de informação, salvo o periódico *O Pasquim*[15]*.* A partir dos anos 80 a publicação das charges é viabilizada como crítica política da conjuntura nacional.

O período correspondente à Ditadura Militar no Brasil (1964 -1985) foi marcado por um intenso processo de censura política, autoritarismo e repressão, exercido em todos os âmbitos da sociedade. Todavia, partes da

[15] Em 1969, surgiu no Rio de Janeiro o jornal de oposição à ditadura militar "O Pasquim" que enfrentou com o riso a repressão e a censura. Ver documentário "O pasquim, a subversão do humor" em http://www.camara.gov.br/Internet/tvcamara/default.asp?selecao=MAT&Materia=17536

imprensa, a pequena imprensa, com o objetivo de resistir ao arbítrio do governo se rebelaram às imposições de censura e tentavam dizer, sugerir e insinuar a partir de figuras de linguagem, metáforas, elipses, eufemismos e antíteses os acontecimentos, as incoerências e as contradições do regime militar e as criticas ao mesmo.

Inseridos nesse contexto de contenção de idéias e dificuldades de expressão, o fazer rir a partir da utilização do instrumento *chargístico* como crítica política fez-se por meio do periódico *O Pasquim* (1969 – 1982). Uma vez que os possíveis canais de expressão sofriam a interdição, ocorreu um fortalecimento do humor político, visto que, através de códigos, metáforas e linhas tortas as charges noticiavam e criticavam fatos que não podiam se fazer públicos.

O Pasquim, tinha como objetivo estabelecer a critica aos costumes e fazer humor a partir e com as peculiaridades do bairro de Ipanema que tinha em suas ruas e na vida cotidiana a presença de artistas, músicos, atores, desenhistas autores e escritores, e também, com os contrastes de uma classe média atrasada.

A singularidade do Pasquim se apresenta não só pelo contexto político no qual esteve inserido, caracterizado pela repressão à imprensa, mas também devido às diferenças de sua composição. O Pasquim difere dos outros jornais em questões como a ausência de pautas, a descontinuidade de matérias, a contribuição pessoal e independente, o não critério de diagramação, os debates entre os autores que compõem o jornal sobre o mesmo tema e a agregação a cada página de elementos visuais que vão aparecer no mesmo grau de importância dos textos, seja em quantidade, seja em qualidade de veiculador de mensagens. As charges e o humor no Pasquim se apresentam não de maneira isolada e marginal, mas sim como elemento central do jornal que tratavam sobre todos os assuntos com o determinante da atualidade.

Segundo José Luis Braga (1991), O Pasquim não tinha a política como seu tema principal. Ele era atravessado por diversos assuntos, dentre eles: futebol, cinema, música, teatro, direito da mulher, psicanálise, drogas, cinema e outros objetos da vida cotidiana. A política esteve presente, mas o foco central eram os temas dos costumes da sociedade carioca da época. É nesse ponto que o site *Charges.com* se aproxima ao *Pasquim.*

O Pasquim foi um jornal semanal atrelado à atualidade e caracterizado por comentários, análises e opiniões a partir da releitura de grandes assuntos dos jornais diários. Os textos de cada autor possuíam características diversas e eram marcados pela pessoalidade dos jornalistas que o compunham, as linguagens, a sonoridade próxima da oralidade, a criação de expressões, a individualidade e a subjetividade de cada autor produzia a irreverência e a característica humorística do jornal.

Ele incomodava o regime militar, mas não era de forma explícita, enquanto acusação. Eram pequenas e freqüentes provocações. Entretanto a sutileza da crítica não impediu a prisão da equipe do Pasquim. O possível objetivo da prisão era a extinção do jornal, uma vez que os principais colaboradores estavam presos, porém se este era o objetivo, ele não se concretizou.

A utilização do humor como arma de ataque político é um fenômeno antigo no Brasil e no mundo, mas de acordo com Minois (2003) o que ocorre a partir do século XX é o *uso do humor pela política*, podendo ser utilizado até mesmo para atrair eleitores, o riso passa a ser um produto de consumo.

2.2.2.O humor no cenário contemporâneo

A representação humorística dentro de um contexto de rápido aperfeiçoamento dos meios de comunicação aparece enquanto prática aprisionada nos limites do não sério. Ele é utilizado, no contexto contemporâneo, como receita eleitoral, argumento publicitário e garantia de audiência para os meios de comunicação (LIPOVETSKI, 1983).

Segundo Minois (2003), atualmente o humor não tem efeitos esperados, críticos, ele passa a ser tolerante enquadrado e até mesmo utilizado pelo poder. O contrapoder do riso é aceito nas democracias modernas uma vez que passou a ser útil para sua manutenção.

> "O caricaturista, o intelectual zombador, o comediante parodístico apenas retomam o papel do bufão do rei. Ora, o bobo do rei nunca pôs em risco a monarquia, ao contrário. O humorista político contemporâneo também não ameaça os políticos do momento, e estes evitam puni-lo." (MINOIS, 2003: 597)

Não existe mais uma oposição entre o campo da política e sua inversão satirizada. De acordo com o autor, o humor político no contexto atual perdeu sua função subversiva, não atua mais como contrapoder. O que ocorre é uma conservação do poder, seus mecanismos e saberes isentos de críticas transgressoras, em que os valores, modelos e costumes levantados pelo viés humorístico abandonam o debate de ideias.

Esse movimento desencadeará em uma espécie de estandartização do humor submetido à produção em série direcionado à homogenização de um público, deixando entrever as suas potencialidades críticas, muitas vezes realizam um humor de apaziguamento e conformação política.

Como resultado, ocorre a banalização do humor. Este se torna um produto, acompanhando a dinâmica da espetacularização da política, como já abordada no primeiro capítulo desse trabalho. Ocorre a produção e destruição simultânea do humor.

2.2.3. As representações humorísticas na Imprensa

Muitas são as formas existentes de representações humorísticas. São elas: histórias em quadrinhos, caricaturas, charges, cartoons e paródias. As variadas formas de produzir humor fizeram e fazem parte da história político – social do Brasil. Durante o período de Ditadura Militar, o humor foi utilizado a partir principalmente do periódico O Pasquim. Esse periódico teve nas charges e no humor o elemento central que, como arma de ataque e contestação às imposições de censura, demonstrava, a partir de figuras de linguagens, as contradições do regime militar e as críticas ao mesmo.

As animações presentes no site *Charges.com* são definidas por Mauricio Ricardo, autor das mesmas, como charges, mas, elas possuem características que transcendem o que se entende como charges e outras que se diferem. Nesse sentido, explicitaremos as principais características das diferentes formas de representação humorística, para então definirmos a qual linguagem corresponde as animações visuais presentes no site, que são objeto de estudo dessa pesquisa.

a) Histórias em quadrinhos

As histórias em quadrinhos correspondem a narrativas sequenciais por quadros, em ordem de tempo com personagens fixos, nas quais a situação irá se desenvolver através de legendas e balões com textos pertinentes a cada quadro. Diferente das charges que estão intimamente ligadas aos acontecimentos temporais e perecíveis, as histórias em quadrinhos podem ou não ser temporais, políticas, sociais ou de humor com personagens e elencos fixos. Podem se desenvolver em uma tira, uma página ou várias páginas. O elemento básico das histórias em quadrinhos é um desenho simples encenado em uma moldura quadrilátera que, apesar de isolada relaciona-se às sequências.

As histórias em quadrinhos ganharam força enquanto debate político no período da Segunda Guerra Mundial, em que elas perdem o caráter ingênuo e aventureiro para se tornarem panfletárias e cheias de ideologia.

As tiras apresentam-se como um subtipo das histórias em quadrinhos, pois são mais curtas, podem satirizar temas como política e economia, com a também diferença em relação às charges no que condiz à temporalidade.

Figura 01

Laerte
Cotidiano, s/data

b) Caricatura

Figura 02

Chico Caruso
PC Farias como cacique do dólar, s/ data

A caricatura, outro importante elemento utilizado como representação humorística é, de acordo com Herman Lima (1963) uma arte autêntica no que diz respeito à análise de costumes políticos e sociais, como também na fixação de elementos subsidiários da história e da sociedade.

Ela atua na caracterização de um indivíduo ou de uma sociedade fundamentada em um realismo para sublinhar algum gesto. Sua produção se dá tendo em vista o conhecimento prévio por parte do leitor do modelo original, pessoa ou acontecimento caricaturado.

De acordo com Bérgson (2007), a arte do caricaturista corresponde ao ato de captar as irregularidades e o desequilíbrio dos traços de determinada figura humana. É captar esse movimento imperceptível e ampliá-lo para que fique visível a todos. Por outro lado, enfatiza o autor, não devemos definir caricatura pela arte de exagerar, pois existem caricaturas muito próximas aos retratos, nas quais o exagero é imperceptível e existem ainda aquelas dotadas de extremo exagero em que não se alcançam os efeitos das caricaturas. Assim, o exagero não deve aparecer como objetivo e sim apenas como meio capaz de fazer-nos ver os erros próprios da natureza.

> O caricaturista que altera a dimensão de um nariz, mas que respeita seu formato, que o prolonga, por exemplo, no mesmo sentido em que já o prolongava a natureza, de fato está fazendo esse nariz caretear; a partir de então nos parecerá que o original também quis prolongar-se e fazer a careta. Nesse sentido, pode-se dizer que a própria natureza tem muitas vezes o sucesso de um caricaturista. (BERGSON, 2007: 20)

Herman Lima (1963) compartilha dessa mesma ideia e afirma que não é o caricaturista e sua obra que tornam e ridicularizam o outro, pois o outro é por

si só ridículo, e quando o é, não há força que o livre disso. A arte do caricaturista está na apreensão do movimento imperceptível em que se esboça uma deformação e torná-o risível a todos por aumentá-lo, e é esse ponto em que se rompe o equilíbrio de uma face ou de uma atitude. *"O caricaturista advinha, sob as harmonias superficiais da forma, as revoltas profundas da matéria"* (Lima, 1963: 16)

A caricatura se manifesta através das charges, do cartoon, da tira cômica, da história em quadrinhos e da caricatura propriamente dita.

c) Charges

Figura 03

Chico Caruso, Gripe suína, s/ data

Outra forma de manifestação do potencial humorístico com relação à política e aos costumes de determinada sociedade, é à *charge.* Ela corresponde a prolongamentos das caricaturas, pois a caricatura irá centralizar seus traços e exageros nas características de um indivíduo, mantendo as peculiaridades de cada um para que haja uma rápida identificação com relação ao caricaturado. O foco da caricatura está no indivíduo, mas ela pode também referenciar determinada situação social, entretanto quando essa situação é expressa inteiramente em traços, ela corresponde às charges. Charges e caricaturas se diferenciam, pois as primeiras geralmente fazem um comentário crítico de fatos ou acontecimentos específicos a partir da arte dos traços, já a

caricatura tem como foco as figuras humanas conhecidas. É o retrato pessoal com a exacerbação dos traços.

As charges atuam como crítica político social na medida em que transformam em traços as idiossincrasias do cenário político, isto é, exageram as características dos acontecimentos políticos, com a perspectiva de torná-los burlescos. O impacto das charges é imediato, seja pela evidência, seja pelo seu eventual caráter humorístico.

As charges compõem um estilo de jornalismo de opinião, pois, de acordo com Souza (1986), *"expressam e transmitem idéias, sentimentos e informação a respeito de si própria, de seu tempo ou a respeito de outros lugares e outros tempos".* (SOUZA, 1986:64).

É a representação do real através da crítica do mesmo. Nesse sentido, as intervenções de caráter humorístico permitem perceber e compreender épocas, manifestações e tradições com a possibilidade de fazer rir.

As charges, quando estudadas sob a ótica da relação entre comunicação e política podem ser denominadas como instrumentos políticos na medida em que são um meio de intervenção do autor na arena pública e uma expressão de suas idéias, que podem até ser partidárias. O que ocorre é o estabelecimento de uma outra forma de jornalismo, visto que elas transcendem a função de ressaltar as informações contidas em determinado editorial, emitem opiniões e podem atuar como afirmações das políticas vigentes ou como propulsoras de discussões e reflexões a respeito de determinados contextos.

As charges, ao lado dos artigos e editoriais, compõem o jornalismo de caráter opinativo, o que pressupõe o envio de informações vinculadas à emissão de juízos de valor. As charges se constituíram na interpretação das notícias incluídas na agenda da mídia (WOLF,1994) agregadas de ironia e crítica, destacando qualquer excesso social e político.

Elas correspondem à expressão artística, vinculadas à crítica social e política, a partir do registro dos fatos políticos de uma sociedade através do humor, do excesso, do código visual associado ao verbal e às cores. Produzem um universo característico de apreensão e conversação da e com a realidade a partir de personagens públicos e atores políticos conhecidos, em que valores são atribuídos, ações são discutidas e métodos são criticados.

No jogo e no conflito político, as charges interagem e participam do espetáculo político por meio do risível, podendo aliviar o conjunto das contradições inerentes à sociedade a partir do riso que fazem surgir. Mas também podem impulsionar a conscientização crítica reflexiva do receptor desse elemento político que são as charges.

Ao interpretar a realidade na qual estão inseridos, os humoristas utilizam a figura de atores políticos e não as instituições que os sustentam, é exatamente por este motivo que em regimes políticos autoritários o ditador exclui e reprimi a crítica política.

As charges deformam e formam o ator político, ou seja, é através da exacerbação de traços, da brincadeira com alguns elementos e da mistura de questões do âmbito privado com questões de caráter público, que elas contribuem para a configuração dos atores políticos na medida em que eles ganham legitimidade pública na esfera política.

Por outro lado, como as charges centram suas críticas nas ações dos indivíduos, elas expõem alguns aspectos da personalidade, objetivos e informações que a pessoa pública não gostaria de deixar transparecer. Nesse sentido, cabe aos políticos administrar sua visibilidade e invisibilidade (THOMPSON, 1998), também no campo de atuação das charges.

Vale ainda ressaltar que as charges nem sempre vão gerar o riso, uma vez que seu objetivo é a crítica.

No Brasil, diferente de outros países, as charges possuem determinada autonomia de produção diante dos editoriais, elas podem ou não estar vinculadas à reprodução da opinião dos jornais. Atuam como expressão gráfica de notícias ou se afastam da opinião dominante, sobre determinado acontecimento, veiculado pelas instituições.

d) Cartoons

Os cartoons correspondem a anedotas gráficas caracterizadas pela crítica mordaz, em que, mesmo com narrações substanciadas por fantasias, podem vincular ou incorporar fatos e personagens reais.

Essa forma de representação humorística utiliza elementos da história em quadrinhos – balões de falas, subtítulos, onomatopeias, narrativas em

cenas sequenciais ou não - entretanto, a diferença se dá, pois não existem personagens fixos. Os temas dos cartoons são universais, os mais explorados são: amor; esporte; família e guerras.

A singularidade do cartoon está na universalidade e atemporalidade, o que o torna não perecível, qualquer leitor compreende, por exemplo, “o amante no armário” ou um “conflito entre um anjo do bem e um anjo do mal”.

e) Paródia

A paródia corresponde à recriação de um texto no qual se colocam novos movimentos nas formas definidas. Ela não é a imitação de algo, uma vez que ocorre uma repetição alargada de consciência crítica, uma abordagem criativa com intencionalidade.

De acordo com Hutcheon (1985), a paródia corresponde a um método de inscrever a continuidade, permitindo a distância crítica, pode, com efeito, funcionar como força conservadora ao repetir e escarnecer, simultaneamente, de outras formas estéticas. Mas também é dotada de poder transformador, ao criar novas sínteses.

Ainda segundo a autora, a paródia não corresponde à relação entre apenas dois textos, mas sim uma intenção de encontrar e interpretar o texto de fundo.

Nesse sentido, considero a paródia repetição de um texto já conhecido com diferença, no qual retira o centro do lugar, em que, ao sugerir uma interpretação mecânica, é de acordo com Bérgson, capaz de fazer nascer o cômico, uma vez que o mesmo autor considera que o efeito da comicidade advém de um processo psicológico de inversão e sobreposição, isto é, quando continuamos pensando em referência de um tempo que não mais se atualiza. “*O cômico só pode ser entendido graças à semelhança com outra, que só nos faz rir por ter parentesco com uma terceira*” (Bérgson, 2007:48)

De acordo com Saliba (2006), a paródia se constituiu em um dos gêneros mais amplamente utilizados no patrimônio cômico do Brasil em que ela vai além do seu sentido usual de “*prática textual de outra prática textual*”, para uma representação da própria realidade política brasileira.

2.2.4. A representação humorística em Charges.com

A partir dessas considerações sobre as diferentes formas de manifestação humorísticas, devem-se pensar a quais tipos de manifestações correspondem às animações presentes no site em estudo *Charges.com*. O nome do site nos levaria a definir seu conteúdo como charges, entretanto essas animações apesar de terem como temática em sua maioria a crítica das relações cotidianas, a forma como são feitas e o hibridismo dos elementos que podem levar à representação humorística nos faz repensar na definição do objeto de estudo.

As representações humorísticas presentes na Internet, em destaque no site *Charges.com*, acompanham o movimento da Internet, uma vez que ela é a fusão de diferentes linguagens. Ela é capaz de aglutinar as diferentes mídias (rádio, jornal e tv); se caracteriza por uma convergência de elementos, assim como as animações presentes no site, ocorre um hibridismo entre charges, paródia, história em quadrinhos, caricatura, cartoons e cinema. O autor constroí uma cena.

Nesse sentido, o conceito de *charge* se faz insuficiente para corresponder às animações presentes no site em estudo. Pode-se alargar o conceito de charge para ajustá-lo às necessidades do nosso século, uma arte que implica em um outro conceito, algo diferente, de apropriação visual, textual e sonora.

Entretanto, o conceito básico de charge corresponde à representação das idiossincrasias de uma determinada sociedade a partir de uma linguagem abstrata e da concisão de ideias em um ou dois quadros, a charge é estática e por isso seu impacto é maior. Isso não ocorre nas animações presentes no site, elas podem acentuar em charges, podem usar características abstratas, mas a linguagem delas é figurativa.

Com relação ao grande número de quadros presentes na animação do site *Charges.com,* poderíamos defini-los como história em quadrinhos, mas essa definição não é suficiente, pois essa aproximação ocorre quando como estratégia de análise, a narrativa se expressa sem o movimento original. Mas por outro lado, elementos da história em quadrinhos se fazem presentes quando na animação ocorre a participação de um personagem fixo, que se faz

presente e intervém no debate proposto pelo autor. Esse personagem se chama Tobby e é um garoto jornalista que aparece nos variados temas tratados pelo autor.

Na animação divulgada em 01/03/2006, Heloísa Helena ou Heloíra Helênica é entrevistada pelo garoto jornalista criado por Quirino e discute sobre a questão do escândalo do "mensalão" que atravessou a gestão Lula, o PT e o processo eleitoral.

Figura 04 – Tobby entrevista – Heloíra Helênica

Fonte: http://charges.uol.com.br/2006/03/01/tobby-entrevista-heloira-helenica/ (Divulgada em 01/03/2006)

Para melhor compreensão do objeto de estudo, será exposto como exemplo a animação divulgada em 05/01/2006 cujo título é "*José Serra que jura que não é candidato, canta com eleitora: Atoladinha*". Como as animações aqui apresentadas agregam movimentos e sons em uma dinâmica próxima ao cinema, devido à necessidade de análise elas foram colocadas de maneira estática, com o corte dos quadros e a legenda correspondente.[16]

[16] As animações objeto de análise são expostas em DVD em anexo.

Figura 05 - “José Serra que jura que não é candidato, canta com eleitora: Atoladinha”

Fonte: http://charges.uol.com.br/2006/01/05/jose-ferra-e-eleitora-atoladinha/ (publicada em 05/01/2006)

O grande número de quadros, o excesso das cores, som e movimento fazem do universo da animação um hibridismo de categorias. O pensar sobre a realidade não é captado em um rápido olhar como ocorre na charge impressa, que, estática, expressa sua intencionalidade em poucos traços. Além da sobreposição do texto sobre a imagem, característica essa que não corresponde à charge impressa. Nesse desenho temos uma narrativa que se desenvolve no decorrer dos quadros, há uma cena, como um filme.

No diálogo entre os personagens, José Serra (prefeito de São Paulo em 2006 que deixa seu cargo para concorrer à eleição de governador do mesmo Estado) e uma cidadã comum, Maurício Ricardo chama a atenção ao descaso do prefeito com a cidade, uma vez que a eleitora está vivendo um problema cotidiano nas ruas de São Paulo, uma enchente, e acusa o prefeito de estar preocupado apenas com a candidatura para governador e não com a cidade. O diálogo entre candidato e eleitora se dá a partir da paródia de uma música de caráter popular.

O texto parodiado é sempre outro discurso codificado que será tratado em termos de repetição com certo distanciamento crítico.

Nesse mesmo desenho, temos a caricatura do então prefeito José Serra com seus poucos cabelos e corpo corcunda.

A paródia é um elemento presente em 45 das 52 animações que fazem parte do corpus de análise. O recurso a paródia, bastante utilizado no site *Charges.com* não se limita à recriação de músicas da cultura popular, ocorre também a releitura de textos polêmicos como a animação publicada em 15/08/2006 intitulada *Plantão do Charges.com* (figura 06) que teve como referência o tema da violência e segurança que envolveu a cidade de São Paulo. Nesse mesmo período devido aos ataques da facção denominada Primeiro Comando da Capital (PCC) e ao sequestro do auxiliar técnico da emissora de TV Globo que, quando libertado perto da emissora, tinha como condição de sua liberdade a divulgação na íntegra das imagens contidas em um vídeo que estava com o sequestrado, e tinha como tema uma crítica ao sistema penitenciário. No terceiro capítulo, estabelecemos uma análise pormenorizada da mesma.

Nela, ocorrem a paródia da situação e do texto, Primeiro Comando da Capital é parodiado em Parlamentares Corruptos e Cafajestes, acusando as práticas dos parlamentares.

Figura 06 – Plantão do Charges.com

Fonte: http://charges.uol.com.br/2006/08/15/cotidiano-plantao-do-chargescom/ (Divulgado em 15/08/2006)

> Nós, do PCC, Parlamentares Corruptos e Cafajestes, não estamos em guerra contra a sociedade. Nossa luta é contra o ministério público, a polícia federal e a minoria honesta no congresso que está tentando nos impedir de roubar, um hábito exercido por deputados e senadores desde a fundação do parlamento brasileiro. Todos sabem que pela CLT é proibido retirar do trabalhador um ganho financeiro já incorporado ao salário.
>
> Nossa categoria rouba a centenas de anos. É um direito adquirido. Nós gastamos muito mais nas campanhas políticas do que ganhamos com os salários pagos pelo congresso.
>
> Queremos continuar fazendo tráfico de influência, receber recursos não contabilizados sem comissionários pela venda de ambulâncias e demais produtos e serviços comprados com dinheiro púbico, mas que isso: queremos nosso sigilo resguardado para que esses procedimentos não sejam do conhecimento do eleitor comum que não é esclarecido o suficiente para entender nossa atividade.
>
> Grandes fortunas pessoais foram construídas no congresso com o dinheiro público. Nossa luta é para que essas regalias sejam estendidas a todo o parlamento, não apenas a uma elite privilegiada.

A partir das definições expostas acima e do exemplo citado, pode-se dizer que os desenhos presentes no site em estudo se acentuam em charges, mas não são charges. Possuem caricaturas e características da história em quadrinho, mas não se limitam a elas. O que ocorre é uma convergência entre os variados elementos capazes de pensar sobre a realidade na qual estão inseridos e produzir um efeito cômico. São eles: charges, paródias, história em quadrinhos e caricaturas. Nesse sentido denominaremos os desenhos analisados como paródias animadas.

2.2.5. Tipos de humor

O humor como apontado pode ter várias formas, estratégias e estilos. Por ser histórico e social ele não possui uma definição capaz de englobar todas as suas singularidades. Ele é aqui compreendido como um elemento político, discussão de um dano representado pela possibilidade de reflexão a respeito da sociedade e dos atores sociais que a compõem.

A partir da leitura de alguns estudos (PROPP,1992; ALBERT,2002) escolhemos quatro características do humor e separamos por categorias. (a) humor político; (b) humor satírico; (c) humor banalizador e (d) humor grotesco e relacionamos cada um deles com às questões políticas.

(a) Humor crítico:

Será compreendido como aquele que produz uma reflexão e impulsiona um questionamento ao tema abordado, investe sobre a opinião pública e valores da sociedade que o compõem. No campo da política, esse tipo de humor impulsiona a percepção de idéias que antes não eram vistas ou ouvidas, Denuncia ou desqualifica determinadas atitudes e autores políticos, atuando como arma de ataque e não de defesa com relação ao tema da política e seus candidatos.

(b) Humor satírico:

Subverte uma visão dominante por meio da ironia. Ele faz a representação de uma ideia, atitude ou opinião, para em seguida, desmontá-lo pelo absurdo ou pelo ridículo.

(c) Humor banalizador

Zomba de tudo, inclusive de si mesmo, visa o riso pelo riso. Não se pretende questionador apenas risível; a narrativa construída esvazia-se em si mesma, reforçando valores ou costumes impostos pela sociedade, isentos de questionamentos. Esse tipo de humor não possibilita um novo formato de debate político, mas sim a reprodução, no campo do humor, do mercado de informações baseado no enaltecimento de questões morais e preconceituosas com relação à personalidade dos candidatos e não ao debate de idéias, em que as práticas de uma sociedade que visa ao espetáculo se sustentam.

(d) Humor grotesco

Esse tipo de humor corresponde ao exagero extremo, no qual ocorre o aumento do alvo relatado em uma proporção monstruosa. Explora construções artificiais e fantásticas, ocultando os princípios estruturais para produzir o distanciamento da realidade imediata, com a proposta de engrandecimento dos temas abordados. O humor grotesco atualiza a cultura política do público leitor que vai buscar no humor apenas fontes de lazer e não possibilidades reflexivas.

Esse quatro tipos de humor serviram como guias para a leitura das paródias animadas presentes na página da web Charges.com, que são objetos de estudo dessa pesquisa.

3. CHARGES.COM

O terceiro e último capítulo propõe-se compreender a página da web *Charges.com* e seu conteúdo, representados nas paródias animadas, a partir das reflexões discutidas nos capítulos anteriores no campo do humor, da política e da mídia, cujo objetivo corresponde à percepção de possibilidades ou ausências de releituras e resignificações, na criação ou não de espaços que permitem a crítica e protestos aos acontecimentos da realidade social da sociedade, obedecendo ao recorte temporal das eleições presidenciais de 2006.

Para tanto, iremos expor em um primeiro momento a descrição da organização e da estética do site, e depois partiremos para a análise do conteúdo do mesmo, isto é, estudar de maneira pormenorizada as paródias animadas.

O estudo do conteúdo da página de humor na Internet ocorrerá em três movimentos: (1) caracterização dos recursos utilizados pelo autor da página da web ao abordar os temas; (2) descrição dos principais temas das animações nos três períodos analisados – definição de candidato, campanha eleitoral e segundo turno; (3) leitura dos enquadramentos na apresentação dos candidatos a presidência da república e os temas explorados e (4) o processo de disputa político – eleitoral a partir das animações e sua aproximação com os temas da grande mídia, uma vez que as paródias animadas não pautam a agenda da grande mídia, mas sim são pautadas por ela.

3.1. O Charges.com

A Internet, como já apontada no primeiro capítulo desse estudo, altera e reestrutura as relações sociais e as relações de poder da sociedade

contemporânea. Essa rede de computadores que estabelece conexões entre si e integra o mundo em redes globais, na esfera da política, pode atuar como um importante espaço de emergência de novos atores políticos a partir da potencialidade da circulação de notícias e debates de ideias.

Nesse contexto, as manifestações humorísticas se fizeram presentes, interferindo, influenciando e criticando a política do Brasil, de diversas formas e se apropriaram das Novas Tecnologias de Comunicação e Informação - NTCIs.

Diferentes olhares, diferentes interpretações e diferentes formas de fazer emergir o riso, podendo-se até ser publicada em tempo real, as representações humorísticas, ao se utilizarem da Internet, possibilitam aos leitores a automática manifestação da opinião com relação às mesmas. Pode-se afirmar que o site *Charge.com* traz uma nova forma de jornalismo opinativo, uma vez que é caracterizado pela agilidade, pessoalidade e interatividade. Cabe ressaltar que as representações humorísticas, diferentes das publicadas em jornais, quando postadas na Internet realizam a fusão de diferentes linguagens, agregam movimentos e sons, possuem um grande número de quadros e uma narrativa, e vão ser aqui definidas como paródias animadas.

Charges.com é um site criado por Mauricio Ricardo Quirino com o objetivo de explicitar suas ideias a partir de animações construídas com um viés humorístico, de acordo com o autor da página da web. Ele não entrou na Internet como um grande investimento, vislumbrando a possibilidade de lucro, mas sim como uma realização artística, um hobby e não um trabalho.

Para a concretização da página de humor na Internet, Mauricio Ricardo somou a agilidade das charges impressas, recursos multimídia e a interatividade da web, o que desencadeou em um resultado único na realização dessa forma de humor na Internet no Brasil.

O site teve seu lançamento em fevereiro do ano 2000, e foi em junho do ano seguinte que passou a ser um canal de humor hospedado no extinto portal Zip.net. Em dezembro do mesmo ano passou a fazer parte do Globo.com, nesse provedor, Charges.com liderou o ranking de sites de humor, do Brasil em

2002[17], o que influenciou os grandes provedores da rede a convidar e fazer do site um de seus produtos. No campo dos lucros provenientes da Internet, é a partir de anúncios publicitários que as páginas da web se mantêm economicamente, com elevado número de acessos, premiações e hospedagem em grandes portais da Internet, Charges.com passou a ter um aumento significativo do número de anúncios publicitários e é através desses banners que o site e Maurício Ricardo se mantêm economicamente. A atualização dos temas e das paródias animadas e a administração do site são hoje mais que um hobby, passaram a ser sua principal ocupação e fonte de renda.

> *Charges.com.br* despertou a atenção dos grandes portais por sua ousadia descompromissada e criatividade, e a partir de junho de 2000 tornou-se o site de humor oficial do portal zip.net, e atualmente[18] da globo.com. Suas charges são exibidas em várias mídias, como em programas televisivos, ao contrário do que costuma ocorrer.(ANDRAUSS, 2003: 7)

A partir de setembro do ano de 2003 a página passou a ser hospedada no provedor da Internet Universo On Line (UOL) que corresponde a um grande portal da rede.

Segundo o próprio autor[19], o *Charges.com* se encontra entre os sites com ampla quantidade de acesso, o que gera o interesse de grandes portais como o UOL a remunerá-lo e mantê-lo como um de seus produtos. Em conjunto com a parceria do UOL, o site recebe investimentos a partir da exposição de banners publicitários. Ao lado direito da tela há um link denominado *shopping das charges.*

Para a realização das animações, Mauricio Ricardo utiliza de recursos como software Flash e da Macromedia. A sonoridade é desenvolvida a partir de software de áudio, com mesa digitalizadora Wacon. A criação das animações são todas realizadas pelo autor da página de humor na Internet, Mauricio Ricardo, mas o site conta hoje com uma equipe de cartunistas, como Fernando Duarte e Léo, responsáveis pelas seções de cartões animados – Chargescard e Gifts de futebol. Em algumas paródias animadas pode ocorrer uma

[17] Ganhou o prêmio Ibest 2006, na categoria entretenimento. O Ibest é o maior prêmio da Internet brasileira onde anualmente ocorre uma votação dos melhores sites do Brasil segundo as categorias correspondentes.
[18] A partir de 2003 o site passa a ser hospedado no UOL
[19] Entrevista concedida ao estudo via skype em 25/07/2007

intervenção artística dos colaboradores. Quando isso ocorre, os nomes dos mesmos são expostos ao fim das paródias animadas, em letras menores, abaixo da assinatura de Mauricio Ricardo.

Devido ao conjunto de relações propiciadas pela Internet, que se realizam em redes globais, o site possui uma projeção em âmbito internacional, e pode ter seu conteúdo visto por todos os países de língua portuguesa.

O humor, de acordo com Propp (1992), vai ser compreendido por pessoas de uma mesma cultura, que possuem um mesmo universo de compreensão para, que ao articular com temas da realidade, possa ser entendido e faça emergir o riso. Entretanto, o humor realizado na Internet é ampliado para um âmbito internacional, devido à própria característica dos novos meios de comunicação que no contexto da sociedade globalizada vai expandir os canais de informação e abordar temas que fazem parte da agenda da mídia global e por isso poderá ser compreendido por diferentes culturas.

O autor do site – Charges.com - Mauricio Ricardo Quirino[20] afirmou que questões de caráter internacional como o atentado ao Word Trade Center (11 de setembro de 2001) e o caso Osama Bin Laden, quando evidenciados pelo seu potencial humorístico, eram acessados e comentados por pessoas de países de língua portuguesa. Isto é, o impacto de suas criações, quando divulgadas pela Internet, podem atingir o âmbito internacional. Além disso, as paródias animadas vão atingir outros veículos de comunicação, uma vez que aparecem constantemente em jornais da televisão e semanalmente ocorre a divulgação de uma animação no programa de esportes da emissora de Globo de televisão: o Esporte Espetacular.

A página da web e as animações repercutem em âmbito internacional, mesmo assim, Mauricio Ricardo continua morando em Uberlândia, MG, região que não corresponde ao eixo Rio – São Paulo, cidades que caracterizam a economia do país. A escolha em continuar morando fora dos considerados pólos de produção econômica e cultura é permitida pela Internet e são facilidades da mesma. A rede propicia a interligação do mundo em redes globais sem a necessidade de deslocamentos territoriais.

[20] Entrevista ao “Programa do Jô Soares”, no dia 25 de novembro de 2002

Quando a sociedade, a política e os costumes são abordados pelo viés do humor, o impacto de suas intenções é imediato, a visibilidade da página da web transcende as fronteiras de uma região e seus costumes, ao abordar temas e questões que podem estar inseridos na agenda global.

3.1.1. Estética do site.

A organização visual do site, no ano de 2006, é disposta sob um fundo azul em que no topo da página existe uma barra de ferramentas do provedor que hospeda a página de humor na Internet – Universo On-line, UOL, com número de telefone do provedor, e-mail e bate papo. Ainda no topo da página, está a identidade visual do site Charges.com com um banner publicitário, que se movimenta e divulga até três marcas diferentes, abaixo desse banner existe um link para busca de documentos e conteúdos do próprio site.

FIGURA 07: Home-page Charges.com

Fonte: http//www.charges.uol.com.br (Visualizado em 23/07/06)

É valido ressaltar que a visualização da página da web Charges.com descrita, corresponde ao ano de análise, pois devido à dinâmica do espaço *Internet* as alterações são constantes.

Na parte central, é exposta a paródia animada do dia e abaixo dela existe a opção de pontuar a animação em graus de 1 a 5, indicar a mesma para um outro leitor, e ainda visualizar charges relacionadas ao assunto do dia. Existe também, um link no qual é possível ver o ranking das charges a partir das votações. À esquerda, são expostos os *menus* e *links* fixos que estão dispostos da seguinte forma (na ordem em que aparecem):

a) Página Principal: cuja função é retornar a primeira página no decorrer da navegação pelo site.
b) Arquivos de Charges: é possível acessar as paródias animadas publicadas desde o ano de 2002. Existem períodos selecionados pelo autor do site no qual o acesso é livre e períodos, nos quais é necessário ser cadastrado no site, efetuar o login e senha para acessar ao arquivo.
c) Bate Papo: *chat* vinculado ao UOL, no qual é possível dialogar em tempo real com diferentes usuários e ainda existem seções de conversas nas quais Mauricio Ricardo está presente.
d) Bobagens: imagens retiradas da própria Internet, definidas no site como "infames" e postadas pelos usuários da página da web.
e) Cartões Virtuais: cartões que agregam movimentos e sons; possuem os mesmos traços do desenho das animações e variam entre os seguintes temas: *Amizade, amor, aniversário, convites, datas comemorativas, festas, incentivos, ocasiões, pensamentos inúteis e signos.* Todos com a intenção de fazer emergir o riso.
f) Charges-Okê: corresponde ao conjunto de animações que utilizam a paródia musical como instrumento para fazer emergir o riso.
g) Cine- charges: filmes apropriados pelo autor do site que utiliza dublagens para fazer referencias a temas atuais.
h) Downloads: ferramenta que possibilita a copia de *wallpapers* (desenhos com os personagens das paródias animadas) no computador para servir como papel de parede ou plano de fundo.
i) E-mails comentados: são e-mails postados por diferentes usuários, sobre variados assuntos, fotos ou vídeo que podem ser comentados por outros usuários.
j) Especial: seleção de paródias animadas feita pelo autor do site a partir da votação dos usuários.

k) Games: jogos on-line com caricaturas de personagens públicos.
l) Gifts de Futebol: desenhos temáticos sobre o futebol e os variados campeonatos que acontecem no Brasil.
m) Músicas: vídeos musicais divulgados pelo site de vídeo Youtube podem ser vistos nesse link.
n) Mini-sites: direciona para uma página com na qual existe um arquivo com: os melhores momentos da copa de 2002 e do programa de televisão da emissora Globo, Big Brother Brasil edição 5.
o) Os Seminovos: refere-se à banda o autor do site e permite o download completo do Cd.
p) Piada do Dia: são piadas postadas por usuários do site.
q) Shopping de Charges: direciona a página da web para os produtos vendidos pelo provedor UOL. Existe uma barra fixa denominada shopping de charges ao lado direito o site.
r) Top Charges: é possível visualizar as 20 paródias animadas mais votadas entre todas as publicadas.
s) Top do mês: é possível visualizar as 10 paródias animadas mais votadas dos últimos 30 dias.
t) Promoção Cultural: promoções variadas com premiações são realizadas pelo site e, nesse link, é possível visualizar as regras de participação.
u) Editorial: são expostos comentários, justificativas e opiniões do autor com relação às animações polêmicas e aos assuntos sobre os quais o autor pretende se manifestar por meio da escrita.
v) Aviso importante: refere-se a cuidados que o usuário deve ter com relação a vírus presentes na Internet.
w) Cadastre-se: formulário que depois de ser preenchido o usuário pode ter acesso ao arquivo e às notícias atualizadas do site.

Abaixo dos links, ainda do lado esquerdo é publicada uma enquete por dia, é possível visualizar todas as enquetes divulgadas e o resultado da votação. Não existe no site a biografia ou o perfil de Mauricio Ricardo.

Como descrito, ao lado esquerdo, estão os links fixos. No centro, a paródia animada do dia e ao lado direito da página existem duas colunas em que alguns links que são fixos se repetem. Na primeira coluna, são expostas as

animações do dia. O arquivo com paródias animadas já publicadas tem um tema que se relaciona com a animação inédita. Abaixo da sessão de arquivos é possível visualizar as animações que estão entre as mais votadas a partir de um link que expõe em tamanho reduzido a líder do ranking. Na segunda coluna do lado esquerdo, é exposto o shopping das charges com o anúncio de alguns produtos eletrônicos.

No final da página, em letras menores, são expostos seis links que são: (A) perguntas frequentes (FAQ); (B) release; (C) editorial; (D) aviso importante; (E) cadastre-se e (F) fale conosco. Abaixo desses links estão os direitos reservados a Mauricio Ricardo – *"www.charges.com.br – 2001-2009 © Maurício Ricardo Quirino – Direitos Reservado".*

O tom não sério do site se apresenta também nesses links, no item perguntas frequentes as respostas possuem toques de ironia.

> **"Perguntas frequentes (FAQ)**
>
> 1 - O que é o "Charges.com.br"?
> **Resposta:** É um site que tem como proposta publicar um cartum animado inédito por dia na Internet. Para tanto, o megaempresário e cartunista Maurício Ricardo Quirino cercou-se dos melhores profissionais de criação e animação, recrutados nos estúdios Disney e Pixar. No quartel general do Charges, no Vale do Silício, 350 pessoas trabalham arduamente para oferecer-lhe esta dose diária de abobrinha. Ao abrir seu capital na Bolsa de Nova York, o Charges levantou US$ 28 milhões, que estão estrategicamente depositados nas Ilhas Canárias. "Logo o preço das ações de empresas '.com' vai despencar e pelo menos eu já garanti meu pé de meia", explica Maurício.
> 2 - Como o Charges é mantido?
> **Resposta:** A nossa operação é milionária e por enquanto o site é sustentado por propagandas subliminares incluídas nos cartuns. Você não enxerga, mas frames piscam em alta velocidade dentro dos desenhos imprimindo no seu cérebro mensagens como: "Windows é melhor que Mac"; "Não vou mais beber água, só Coca-Cola"; "Minha vida melhorou no governo Lula", entre outras... Brincadeira! O Charges.com.br sobrevive graças à parceria com o UOL e através da veiculação de banners publicitários, sim. Escreva para maiores detalhes.
> 3 - Posso colaborar com o Charges?
> **Resposta:** Sim. Mande suas idéias de roteiros por e-mail e teremos o maior prazer em avaliá-las. É claro que você não será remunerado por isso, mas daremos crédito à sua criação e você será famoso por um dia. Agora, se você quiser mesmo colaborar com o Charges, indique nossos cartuns para os amigos!
> 4 - Como as charges são feitas?
> **Resposta:** Elas utilizam a tecnologia do software Flash, da Macromedia. A sonorização é feita através de vários softwares de áudio. Nos desenhos, utilizamos uma mesa digitalizadora Wacom e tudo o que aprendemos no curso de correspondência: "Como aprender a Desenhar, Ficar Milionário no Ramo das Charges e Conquistar Belas Mulheres".
> 5 - Não estou vendo ou ouvindo as charges. O que houve?
> **Resposta:** Se você não está vendo, o mais provável é que já tenha ido embora do site antes de chegar até aqui. De qualquer forma, o mais provável é que seu computador não tenha o plug-in necessário para rodar as animações em Flash. Confira na home page um link para instalá-lo. Não funcionou? Deve ser alguma

coisa nas configurações do seu micro e o melhor é pedir ajuda a um especialista.
6 - Não vi graça nenhuma. Qual o problema?
Resposta: Bem, pode acontecer de sermos vítimas de uma ressaca, indisposição física ou má influência astrológica, e simplesmente não termos uma boa idéia. Mas considere a possibilidade de que você não entendeu a piada. Se for o caso, escreva que a gente explica." (http://charges.uol.com.br/faq.php)

As perguntas são respondidas, mas a elas são acrescentadas, de maneira explícita de inverdades com o objetivo apenas de tornar-se risível.

Como já apontado, um dos importantes diferenciais da Internet corresponde à interatividade, ela se faz presente na página de web em estudo a partir de enquetes, possibilidade de qualificar as animações a partir de graus de pontuação que vão de um a cinco. O download das animações e o reenvio das mesmas são ferramentas possíveis pelo site. Fóruns entre leitores e com o próprio autor das animações estão presentes e são recursos utilizados por ambos. Observamos a partir do link – e-mails comentados – durante o período entre fevereiro e outubro de 2006 que as críticas, ideias e colaborações dos leitores são respondidas e comentadas por Mauricio Ricardo. Nesse sentido, podemos afirmar a presença de um alto grau de interatividade entre autor e leitores do site Charges.com.

3.2.Análise das Charges

Iniciou-se o estudo das charges em um período anterior à estréia da campanha eleitoral, uma vez que se considera necessário perceber os debates travados para a construção da disputa eleitoral seis meses antes do início da mesma. (LIMA, V.1996)

O site foi atravessado por diversos assuntos. Dentre eles podemos citar: futebol, cinema, música, televisão e outros objetos da vida cotidiana. A política esteve presente, mas a temática central não se limitava a ela. O site divulgou, no decorrer do ano de 2006, um total de 357 paródias animadas, que abordaram os seguintes temas:

a) Televisão: As paródias animadas enquadradas nessa temática eram referentes à novela da emissora de TV - Globo – Belíssima, que se

metamorfoseou em Bestíssima; reality shows da mesma emissora como o Big Brother, que passou a ser denominado Big Bundas e enfatizado pela exacerbação dos corpos; séries como capítulos de JK e escândalos de personalidades midiáticas foram abordados pela ótica do autor do site.

b) Esportes: O futebol foi o esporte mais explorado nessa temática, principalmente durante o período de julho, mês de Copa do Mundo. Ele se expandiu para assuntos do campo político, para as histórias de Espinha e Fimose e também nas entrevistas de Tobby (personagens criados pelo autor do site). O Grande Prêmio de Formula 1 e seus pilotos foram alvos das paródias animadas presentes na página de humor.

c) Política: Entende-se pela temática política as animações que faziam referências ao Poder do Estado, aos membros da Câmara e do Senado, à campanha eleitoral, às reivindicações dos cidadãos, às relações políticas internacionais e a escândalos políticos.

d) Espinha, Fimose e Tobby: Personagens criados pelo autor que atravessam os variados assuntos e possuem histórias próprias.

e) Outros: animações com características singulares.

f) Especial: correspondem às séries criadas pelo autor da página de humor na Internet, Mauricio Ricardo, que abordam temáticas do cotidiano dos cidadãos e se apresentam em média com oito capítulos.

Após um detalhado levantamento junto ao site *Charges.com*, foram tabuladas as seguintes informações, referentes aos temas gerais abordados pela página da web durante o ano de 2006.

Tabela 01: Temas das animações de 2006

Temas	Televisão	Esporte	Política	Espinha e Fimose/ Tobby	Outros	Especial	Freq
Meses	8	5	10	7	0	0	30
Janeiro	6	5	9	6	0	0	26
Fevereiro	7	4	12	7	0	0	30
Março	2	5	10	9	2	0	28
Abril	2	5	10	9	2	0	28
Maio	2	7	11	6	3	0	29
Junho	1	14	7	7	1	0	30
Julho	4	7	7	6	0	7	30
Agosto	4	6	11	7	0	3	31

Setembro	9	6	10	6	0	0	31
Outubro	4	4	15	8	0	0	31
Novembro	6	5	10	8	1	0	30
Dezembro	6	4	8	8	0	3	30
Freq	59	72	120	85	7	13	357
%	16,52	20,16	33,61	23,8	1,9	3,64	

Dentre as paródias animadas publicadas ao longo do ano, ocorreu o predomínio daquelas que abordaram questões políticas, com um total de 120 animações. O único mês no qual o tema política não foi predominante correspondeu ao mês de junho, devido à Copa do Mundo de 2006, cuja temática do futebol foi prioritária e mesmo os assuntos políticos eram abordados ligados ao contexto da Copa do Mundo.

Este estudo pretendeu analisar as paródias animadas veiculadas no site Charges.com[21], de autoria de Maurício Ricardo Quirino, publicadas no período correspondente aos meses de janeiro a novembro de 2006, que possuíam imagens ou referências aos principais candidatos à Presidência da República. São eles: Luiz Inácio Lula da Silva do Partido dos Trabalhadores (PT), Geraldo Alckmin do Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB), Heloísa Helena do Partido Socialismo com Liberdade (PSOL), e também foram selecionadas para a análise, aquelas que faziam alusão a eleitores e personagens relacionados à conjuntura política vigente. Dentre as 120 animações que abordaram questões políticas, 54 apresentaram as características mencionadas como objeto de estudo.

As cinquenta e quatro paródias animadas foram divulgadas durante os quatro períodos do processo eleitoral: (1) definição dos candidatos, (2) primeiro turno, (3) segundo turno e (4) candidato eleito. A frequência com que ocorreram é descrita na tabela abaixo.

Tabela 02: Período de divulgação das Paródias animadas.

Contexto	Definição de candidatos	Primeiro Turno	Segundo Turno	Candidato Eleito
Período	Janeiro a julho	Agosto a Setembro	Outubro	Novembro
Freq	32	9	8	5

[21] Disponível em: http//: www.charges.uol.com.br

%	61,53	17,3	15,3	9,6

Ao todo foram trinta e duas paródias animadas no período pré-campanha eleitoral (janeiro a agosto de 2006), nove durante o Primeiro turno (agosto e setembro de 2006), oito no período correspondente ao segundo turno do pleito (outubro de 2006) e cinco divulgadas no mês de novembro, período em que a reeleição do Presidente Luiz Inácio Lula da Silva já estava concretizada. Pode-se perceber que o período referente à definição dos candidatos possuiu um maior número de paródias animadas relacionadas ao tema do processo político. Isso ocorre, pois, além de corresponder a uma maior extensão temporal, foi marcado pelos desdobramentos dos escândalos políticos, bastante tratado pela grande mídia e consequentemente abordado pelas paródias animadas. (LIMA, V. 2008)

3.2.1. Recursos

Maurício Quirino é o autor responsável pela estrutura e efeitos radiofônico presentes nas animações. Elas são publicadas com características repetidas na apresentação dos personagens candidatos enquanto figuras caricaturadas. Os mecanismos e as formas de apresentação, seja transformando os políticos candidatos em cantores, seja apresentando-os em situações cotidianas, são caracterizados por desenhos e estratégias de ações que se mantém. O desenhista opta por modelos.

As formas de apresentação das paródias animadas, criadas por Mauricio Ricardo, que abordaram a temática da política variaram em quatro diferentes recursos. São eles: (a) entrevistas; (b) declarações; (c) encontros entre candidatos e (d) paródias musicais. Os resultados estão expostos na tabela abaixo.

Tabela 03: Recursos de apresentação das paródias animadas.

Recursos	Entrevista	Declarações	Encontro entre candidatos	Paródias Musicais
Freq	5	19	13	17
%	9,2	35,18	24,07	31,48

Quando o recurso empregado foi a entrevista, ela era realizada a partir de um personagem criado pelo autor das animações, Tobby – um garoto jornalista que usa um chapéu com orelhas do Mickey Mouse. A construção da imagem de uma criança que em encontros com atores políticos faz perguntas a respeito da coisa pública, do posicionamento político e da atuação do candidato nesse cenário, pode ser interpretada como uma desconstrução da seriedade do jornalismo e polemização com os programas de entrevistas, uma vez que vivemos em uma sociedade que valoriza as ações e o conhecimento do jornalista e a importância dada ao jornalismo e aos programas de entrevistas.

As declarações dos candidatos e dos eleitores estiveram bastante presentes como estratégia de apresentação de interpretações políticas do autor do site. Ao utilizar esse recurso, Mauricio Ricardo, contrapõe o discurso oficial das autoridades versus à realidade constatada e cria determinadas situações que a partir dos discursos dos candidatos invertem a lógica e estratégia política dos mesmos, fazendo transparecer o que os políticos não gostariam que se tornasse visível, favorecendo ou desfavorecendo a imagem política. Foram exploradas também as declarações dos eleitores, em menor quantidade, mas não menos importante, eles eram abordados ora fazendo a critica ao sistema político e seus autores, ora sustentando uma cultura política caracterizada por certas visões despolitizadas.

O encontro entre candidatos foi um recurso bastante explorado, que correspondeu à apresentação das oposições em um mesmo e novo espaço caracterizado por ataques diretos das oposições ou a aproximação das características dos candidatos concorrentes e de seus partidos. Durante o período eleitoral o encontro entre candidatos ocorre no âmbito institucional, ou seja, em debates políticos com as regras previamente estabelecidas, já nas realidades criadas pelas animações. Esses encontros ocorriam com frequência, principalmente abordando situações em que as oposições eram colocadas frente aos mesmos problemas e apresentavam as mesmas soluções.

Outro recurso de apresentação dos candidatos bastante utilizado, correspondeu às paródias musicais, isto é, à releitura de músicas de caráter popular, fazendo referência às situações, nas quais os candidatos estavam envolvidos.

Esses recursos, atrelados aos traços, cores e formas que acompanham a fala do personagem principal da paródia animada estão carregados de significados e valores e são extremamente importantes para a construção da crítica a determinado fato. Por outro lado, a ênfase dada, prioriza características da banalização da política, explicitada na busca “do riso pelo riso” que por vezes sustenta a cultura política dos cidadãos brasileiros, assinalados pela apatia e distanciamento a respeito da discussão sobre a coisa pública, deixando subjacente a potencialidade do humor político.

3.2.3.Temas:

Os temas presentes nas paródias animadas divulgadas no ano de 2006 que faziam referências aos candidatos à eleição presidencial ou tiveram os mesmos como personagens principais, variaram em política, violência, economia, campanha eleitoral, candidatos e sociedade.

Para efeito de análise e tabulação, iremos expor em um primeiro momento os principais temas abordados nas animações, e posteriormente serão desmembrados os subtemas. É valido destacar que em uma única paródia animada vários assuntos podem ser explorados. Em resposta a isso, o número total dos temas tratados não corresponde ao número total de paródias animadas, como exemplo tem-se a paródia animada cujo título é “I feel good”, (figura 08). Nela vários temas se fazem presentes.

Figura 08 - Lula canta: I feel good.

Fonte:http://www.charges.uol.com.br/lula-canta-i-feel-good (Divulgada em: 25/04/2006)

> “Uau! Eu tô legal! esbanjando alegria, não me fez mal, toda essa baixaria!, legal! Pessoal, eu não sabia. De circo e pão, é do que o povo precisa! Se tem ladrão o PT nem me avisa! Pois sem saber, eu tô bem na pesquisa, é isso aí nós temos, astronauta, autonomia em petróleo, vamos ter até copa do mundo! As denúncias liga não, eu juro é tudo besteira, na minha mão eu garanto não tem nenhuma sujeira. Pessoal é petróleo!”

A paródia animada representada na figura (08) é um exemplo de animação que aborda os diversos temas como escândalos políticos, campanha eleitoral, alienação dos eleitores, crescimento econômico e coloca nas palavras do presidente as realizações do seu mandato e a defesa com relação aos escândalos que atravessaram a corrida eleitoral, mas ainda na mesma animação o candidato ao dizer “na minha mão não tem nenhuma sujeira” aparece com as mãos sujas de petróleo, subentendendo o envolvimento e o conhecimento de tudo o que ocorreu com seu partido e em seu governo.

Os temas abordados acompanharam a agenda da imprensa tradicional e oscilaram conforme os períodos correspondentes.

Tabela 04 – Principais temas

	Temas					
Período	Violência	Economia	Campanha Eleitoral	Candidatos	Política	Sociedade
Definição dos Candidatos	3	5	10	8	16	5
Primeiro Turno	3	2	11	6	13	2
Segundo Turno	1	1	6	4	6	0
Candidato Eleito	1	0	0	3	5	1
Total	8	8	27	21	40	8
%	14,8	14,8	50	38,8	74	14,8

Os temas predominantes nas animações durante todo o período eleitoral, corresponderam àqueles que faziam referência a questões políticas, englobando críticas aos partidos, candidatos e programas de governo e também abordando questões a respeito dos escândalos políticos, aparecendo em 74% das paródias animadas, que fizeram parte da análise. Ao lado da temática a respeito da questão política e de certa maneira atrelado a ela, a campanha eleitoral foi bastante tematizada, com presença em 50% das

animações veiculadas nesse período, com destaque para as estratégias de campanha utilizadas pelo candidato-presidente Luiz Inácio Lula da Silva, na tentativa de apagar a crise que envolveu seu partido e o fim do primeiro mandato. A característica frase de Lula “Eu não sabia”, que sustentou toda a sua campanha eleitoral com o intuito de afastar sua imagem aos escândalos políticos e ao campo majoritário do PT, apareceu nas paródias animadas, que abordaram o tema da campanha eleitoral, e tinham como principal personagem o candidato-presidente ou a ele faziam referência, criando novos sentidos, subentendendo o conhecimento prévio do candidato e sua estratégia de campanha e enfatizando o desconhecimento da população com relação aos assuntos políticos.

O tema violência e segurança foram explorados em 14,8% das paródias animadas, em decorrência ao ataque à cidade de São Paulo realizado em agosto de 2006 pela facção criminosa PCC – Primeiro Comando da Capital - e também ao sequestro do jornalista da emissora TV Globo para que o depoimento da facção fosse divulgado em rede nacional e em horário nobre. A questão da violência também foi abordada sob a ótica dos escândalos políticos e da campanha eleitoral. Após meses de investigação e fortes indícios de culpabilidade de alguns parlamentares a impunidade permaneceu.

Figura (09) – Plantão Charges.com

Fonte: http//www.charges.uol.com.br/plantao-do-charges-ponto-com (Divulgado em: 15/08/2006)

Em resposta à impunidade e atrelado ao episódio de violência que a organização criminosa, Primeiro Comando da Capital expôs após sequestrar um jornalista, um vídeo divulgado pela emissora de televisão com o

depoimento de um líder do PCC, foi parodiado (figura 09)[22] no depoimento dos "Parlamentares Corruptos e Cafajestes - PCC" que afirmavam ser o roubo um direito garantido.

Também envolvidos pela temática da violência, os candidatos Geraldo Alckmin (PSDB) e Luiz Inácio Lula da Silva (PT) aparecem ao lado do líder do PCC (figura 10), em período pré-campanha eleitoral para escolher o candidato à vice-presidência de cada um dos candidatos, subentendendo o interesse comum dos candidatos em atrelar-se ao líder de uma facção considerada judicialmente como criminosa. O diálogo travado pelos candidatos se caracteriza pela troca de ataques e eles são apresentados com um pensamento voltado apenas para a corrida eleitoral e não para a governabilidade do povo. Nessa animação, o líder do PCC culpa os políticos que não investiram em educação e não realizaram uma política da não violência, ao lado do contínuo aumento da pobreza no Brasil.

Figura (10) – Reunião de Cúpula

Fonte: http//www.charges.com.br/reuniaodecupula Divulgado em 15/05/06)

Reunião de cúpula
Lula: Companheiro líder do PCC, vocês não podem sair por aí atirando em policiais indefesos, isso vai se virar contra vocês.
PCC: Virar como mano, nos provamos que ninguém controla nós, ta ligado.
Lula: Exatamente, o povo já esta com medo, agora não vai sair nas ruas e como é que vocês vão assaltar?
Alckmin: A culpa é sua, Lula.
Lula: Espera aí, eu não sou governador de São Paulo.
Alckmin: Eu também não
Lula: Escapou em nego.

[22] A paródia animada já foi apresentada para exemplificar o que entendemos como paródia (figura 06)

PCC: A culpa é de todos os políticos, que não investiu na educação, deixou a pobreza ir só aumentando e desviou milhares de recursos financeiros.
Lula e Alckmin: IHH, ele também está em campanha.
Lula: Companheiro eu também já fui líder classista, será q você não consegue pensar em nenhuma forma de violência menos violenta.
PCC: Não, você tem alguma idéia.
Alckmin: Se o Garotinho não tivesse desmoralizado a greve de fome.
PCC: Vocês tem que admitir que o PCC é forte e tem poder de barbarizar ou botar ordem no país.
Lula e Alckmin: É mesmo, quer ser meu vice.
PCC: Estão me ofendendo. Agora é que eu vou...
Lula: não, não..
PCC: Com *nois* não tem inhenhenhe não, pisou no nosso calo *nois* parte pra cima.
Lula: Interessante isso, companheiro dá para você ligar para a policia e dizer tudo isso para o Evo Morales.

Questões econômicas com ênfase para a energia e o petróleo foram temas abordados no período pré-eleitoral e eleitoral, destacando as relações exteriores com a América Latina entre o Brasil e a Bolívia, Lula se encontra com Evo Morales e discutem a respeito de questões de energia, a partir da Petrobras ou *Petrobol*.

Figura (11) – O que é isso companheiro

Fonte: http//www.charges.uol.com.br/oqueeissocompanheiro (Divulgado em 04/05/2006)

A paródia animada intitulada “O que é isso companheiro” (figura 11) aborda as questões econômicas e a relação entre Brasil e Bolívia no campo da produção do petróleo, em um diálogo entre os presidentes dos respectivos países, Lula e Morales, discutem a respeito do controle do petróleo por parte da Bolívia, em que ambos não conseguem estabelecer uma forma de comunicação, uma vez que todas as frases de Lula são interpretadas por Morales como visões colonizadoras a respeito da Bolívia. Depois de algumas tentativas, sendo acusado de colonizador e defensor dos brancos, Lula começa

a convencer e exaltar as características da Bolívia,mas termina com uma gafe, na qual afirma que ir para Washington nos EUA é um tremendo programa de índio, o que acaba com a possibilidade de acordo entre Brasil e Bolívia.

Todos os temas foram desmembrados em subtemas, conforme demonstra a tabela a seguir.

Tabela 05: Sub temas

Temas	Subtemas	Freq	%
Economia	Privatização	1	1,92
	Desemprego	1	1,92
	Crescimento econômico	5	9,61
	Relações Internacionais	4	7,69
Campanha Eleitoral	Pesquisa eleitoral	12	23
	Debate político	2	3,84
	Eleitores	8	15,38
	Estratégia de campanha	17	32,69
Política	Crítica ao Governo do PT	21	40,38
	Crítica ao Governo do PSDB	12	23
	Programa de Governo	3	5,76
	Escândalos Políticos	30	57,69
Candidatos	Alianças	6	11,53
	Ataques entre candidatos	5	9,61
Violência e	Violência	5	9,61
Segurança	Combate à violência	3	5,76
	Política de segurança	4	7,69
Sociedade	Saúde	1	1,92
	Educação	1	1,92
	Política compensatória	4	7,69
	Classes sociais	5	9,61

O subtema que recebeu maior destaque no âmbito das paródias animadas que abordaram a questão política foram aqueles referentes aos escândalos políticos (“*do mensalão*”, “do dossiê das ambulâncias” e “do dossiê Verdoin”), que estiveram presentes em 57,7% das paródias animadas.

Os escândalos eram abordados a partir de variados ângulos: com a presença ou alusão ao candidato presidente Luiz Inácio Lula da Silva e sua característica frase “Eu não sabia”; com o candidato da oposição Geraldo Alckmin acusando o presidente e o PT ou se defendendo do escândalo que envolveu sua esposa e os quatrocentos vestidos; com a candidata da oposição Heloísa Helena, que tem nas três paródias animadas em que é a personagem principal o tema escândalos políticos como alvos de suas críticas; o olhar do

eleitor para os escândalos políticos também é explorado e em quatro animações ele aparece discutindo ou fazendo referência na hora da escolha do voto a respeito dos mesmos escândalos; políticos direta ou indiretamente ligados a essa temática são representados nas animações e assumiam de maneira indireta suas parcelas de envolvimento na crise.

Esse tema teve bastante destaque na mídia tradicional e refletiu no processo de construção da campanha do candidato – presidente Luiz Inácio Lula da Silva, que utilizou como estratégia política o desconhecimento dos casos de corrupção que envolveu o partido e seu governo. Quando abordado sobre a ótica das paródias animadas os escândalos faziam referência direta à campanha do presidente, que era apresentado em situações, nas quais sua estratégia política ganhou novos sentidos, deixando de forma clara ou sutilmente indicando o conhecimento prévio do presidente a respeito da crise, que envolveu seu governo e seu partido. A paródia animada *"Repórter errado",*(figura 12) por exemplo, divulgada no período de definição dos candidatos (14/02/06) explicita o deslocamento da estratégia de campanha de Lula.

Figura (12) – Repórter errado

Fonte: http://www.charges.com/repórter-errado (Divulgado em 14/02/2006)

Nessa paródia animada (figura 12), o presidente candidato é avisado por sua assessora que irá receber dois jornalistas, que abordam assuntos distintos. A primeira entrevista seria sobre questões de saúde, comentando sobre a dieta realizada por Lula que o fez perder doze quilos e a segunda entrevista correspondia a uma revista de política, cuja temática iria fazer referência à recuperação do candidato nas pesquisas eleitorais. Por problemas fisiológicos e com o intuito de tornar a animação risível, o jornalista da revista de saúde precisa ir ao banheiro e pede para o outro repórter realizar primeiro a entrevista. Sem saber que ocorreu a troca da ordem dos repórteres, Lula, antes

mesmo de ouvir as perguntas até o fim, começa a responder os motivos que o levaram a perder seus doze quilos. O diálogo que se estabelece na paródia animada entre o presidente e o jornalista é descrito abaixo.

> " **Repórter:** Presidente, sobre os bons resultados que o senhor alcançou ai na...
> **Lula:** Força de vontade, foi só andar na linha por 40 dias e olha só que beleza.
> **Repórter:** Peraí presidente, você só está andando na linha há 40 dias?
> **L:**Você pensa que é fácil, você olha em volta, os companheiros estão se esbaldando, se fartando, a gente acaba abusando também.
> **R:**Não só você sabia dos excessos cometidos à sua volta como assume determinada responsabilidade?
> **L:** Claro companheiro, não pode dizer que não sabia, não faltaram especialistas para me alertar, dizendo o que é certo, o que é errado, o que pode, o que não pode. O que faltava era força de vontade mesmo, como falta para tanta gente.
> **R:** O senhor alega falta de força de vontade e o senhor acha que o Brasil vai entender?
> **L:** Claro, o Brasil sabe que eu tenho origem humilde e de repente aquela fartura, abusei mesmo.
> **R:** O senhor não se sente mal?
> **L:** No começo eu me sentia, mas a gente se acostuma, agora estou leve, estou feliz, inventei meu próprio regime, quero o ver ser adotado em toda a América Latina.
> **R:** Mas presidente e o povo?
> **L:** O povo tem que entender que não existem soluções milagrosas, que tem que fechar a boca, que tem que comer menos.
> **R:** Mas meu Deus, isso é manchete de capa.
> **L:** Oba, até que em fim uma matéria positiva.

Outra animação que aborda a mesma temática e tem os mesmos objetivos na construção de seus discursos corresponde à paródia animada intitulada "Na Ponta da Língua" (figura 13), divulgada em 29/03/2006 em que Lula aparece em seu gabinete reunido com Duda Mendonça que veste uma camiseta com a frase "eu não trabalho para o Lula" estampada e na parede ao fundo tem um calendário com a foto da deputada federal Ângela Guadagnin (PT-Sp) em referência ao episódio da "dança da alegria" após a absolvição do colega João Magno (PT – Mg), acusado de receber dinheiro do valerioduto[23], como Miss Março.

Figura (13) – Na ponta da língua

[23] O caso valerioduto correspondeu ao envolvimento de Marcos Valério no escândalo político do mensalão.

Fonte: http://www.charges.uol.com.br/na-ponta-da-lingua (Divulgada em; 29/03/2006)

Nessa paródia animada o candidato presidente se prepara para a campanha eleitoral oficial e responde a algumas das perguntas feitas por Duda Mendonça a respeito das operações do Partido dos Trabalhadores com Marcos Valério, a quebra do sigilo bancário com o caseiro, capital da Telemar na empresa do filho de Lula e outras questões envolvendo os escândalos políticos. Todas as perguntas são respondidas por Lula da mesma maneira, com a frase que permeou todo o desdobramento dos escândalos e da campanha eleitoral, *"Eu não sabia"*. Ao final, Lula afirma certa descrença na possibilidade de vencer a disputa eleitoral apenas dizendo "eu não sabia" e Duda Mendonça afirma que por sorte o povo sabe menos ainda.

Ocorre, portanto, a afirmação do conhecimento prévio sobre os escândalos políticos e o envolvimento dos petistas nos mesmos e atrelados a isso, uma ridicularização dos cidadãos brasileiros desinformados a respeito da política e das verdades sobre os casos.

Outro subtema enfocado com destaque correspondeu às criticas ao governo do PT e ao partido, presentes em vinte animações. Elas estiveram atreladas aos escândalos que desencadearam na crise do governo em 2005. Estes dados se fazem importantes, pois demonstram que o site de humor acompanhou a agenda da grande imprensa, dando destaque à desqualificação do governo e do PT.

A temática, envolvendo os candidatos, teve como desmembramento a aliança entre candidatos e partidos e o debate político, sendo apresentadas em dezenove animações. O autor das animações deu mais destaque aos temas relacionados a Lula (o candidato presidente apareceu em 19 paródias

animadas), atrelado à crítica com relação à corrida eleitoral uma vez que ele iguala os candidatos e suas estratégias de campanha e à desqualificação da política.

O Partido dos Trabalhadores e o Partido da Social Democracia Brasileira são colocados no mesmo nível. A tentativa de alianças improváveis como a de Heloísa Helena do PSOL e Geraldo Alckmin do PSDB se desenrolou no campo das animações, mas o resultado de tal tentativa é esperado no próprio título da paródia animada divulgada em 06 de setembro de 2006: “Não dá liga” (figura 14). Em uma situação criada pelo autor das animações, os candidatos comentam sobre os equívocos das campanhas e os resultados das pesquisas de intenção de voto; sobre o escândalo político que envolveu Alckmin e sua esposa, e terminam com a troca de ataques políticos e pessoais, acabando com qualquer possibilidade de alianças políticas. O cenário que envolve a paródia apresenta os dois candidatos em uma mesa que aparenta estar no fundo do restaurante, para que os dois adversários políticos não sejam vistos na mesma mesa. Atrás deles está uma janela de vidro que anularia a proposta dos políticos caricaturados, que seriam vistos pelo outro lado do vidro. No prato do candidato Geraldo Alckmin (parodiado com Aidemin), um chuchu, fazendo alusão ao termo criado por José Simão para nomear Geraldo Alckmin como Picolé de Chuchu, feita para explicitar a suposta falta de carisma do candidato.

Figura 14 – Não dá liga

Fonte: http://www.charges.uo.br/não-da-liga (Divulgada em 06/09/06)

A página de humor na Internet tem sua agenda de temas influenciada pela grande mídia, com na maioria dos casos o predomínio da repetição do posicionamento dos veículos de comunicação de massa presentes nas paródias animadas.

3.3.Candidatos:

Dentre os candidatos mais importantes, apenas Lula, Heloísa Helena e Geraldo Alckmin tiveram seus traços, suas ações, defeitos e idiossincrasias explorados nas paródias animadas de autoria de Mauricio Ricardo e divulgados no site Charges.com.

Eles não foram enfocados com a mesma regularidade e ênfase. O candidato do PT Luiz Inácio Lula da Silva aparece em dezenove paródias animadas, Heloisa Helena do PSOL em três e Geraldo Alckmin, candidato pelo PSDB, aparece em sete animações, conforme demonstrado na tabela abaixo.

Tabela 06: Frequência dos candidatos nas paródias animadas.

	Luiz Inácio Lula da Silva	Heloísa Helena	Geraldo Alckmin
Freq	19	3	7
%	35,1	5,5	13

4.3.1.Luiz Inácio Lula da Silva

A caricatura do presidente candidato Luiz Inácio Lula da Silva mantém os mesmos traços em todas as paródias animadas nas quais ele é personagem principal durante o período estudado. Nela, características como as orelhas e o nariz ganham certo destaque a partir de uma exacerbação de suas formas que se tornam maiores. A barba grisalha é ressaltada na região do bigode que com um desenho ponti agudo nos remete à ideia de dentes de vampiro.

As vestimentas se alteram, o candidato presidente aparece utilizando paletós azul ou branco com um broche da bandeira do Brasil, ou apenas uma

camisa social de manga curta branca. Nos casos em que o candidato presidente é retratado como cantor, parodiando músicas de caráter popular, ele usa vestimentas que simbolizam o ritmo da música parodiada: roqueiro ou havaiano (conforme ilustrado nas figuras 15 e 16).

Figura 15 – Lula e Serra que faltaram a debates, cantam: "Replay" de Sandy e Junior.

Fonte: http://www.charges.uol.com.br/carruagem-da-rainha

(Divulgada em 09/03/06)

Figura 16 – Depois de Silvio Land Rover ter botado a boca no trombone, Lula canta: "Toda forma de poder" dos Engenheiros do Hawaii.

Fonte: http://www.charges.uol.com.br/toda-forma-de-poder

(Divulgada em: 09/05/2006)

Após as eleições de 1998, Lula e o PT ganharam novas características. A estratégia política, o programa partidário e a imagem do candidato foram alterados (Amaral, 2002). O candidato passou a ser retratado como um trabalhador brasileiro e um político sério, a imagem radical de Lula e do PT foi substituída pelo: "Lula paz e amor" e pelo "PT light".

A tentativa de demonstrar certa limpeza e desvinculação ao candidato militante sindical e operário com graxa é repetida nas paródias animadas, uma vez que o candidato é apresentado com roupa social, característica de um Lula presidente (figura 17) e, quando vinculado a trabalhadores, ele aparece como um operário de alto nível – operário da Petrobrás (figura 08). Ao lado da primeira dama Marisa, em situação de sua vida privada, Lula é retratado com um pijama vermelho (figura 18), cor símbolo do Partido dos Trabalhadores e reafirma posturas do candidato "Paz e amor", aquele que não agride e não xinga.

Figura 17 - Carruagem da Rainha

Figura 18 – O pudim

Fonte: http://www.charges.uol.com.br/carruagem-da-rainha
(Divulgada em 09/03/06)

Fonte: http://www.charges.uol.com.br/o-pudim
(Divulgada em 12/09/06)

Os recursos utilizados variaram em encontros entre candidatos, paródias musicais, encontros com personalidades ligadas à vida publica e privada, entrevistas e como personagem único e central da animação a partir de depoimentos.

Dentre as dezenove paródias animadas em que é enfocado, em cinco aparece como personagem único, em três dividindo a cena com outros candidatos e, em outras três animações Lula está ao lado de aliados como José Alencar e Palloci, em que se apresentam discutindo estratégias de campanha e vice-candidatura. Referência às viagens de Lula como presidente da República à Inglaterra e à Bolívia o colocam ao lado de personalidades públicas como Evo Morales e a Rainha da Inglaterra e são abordados em três paródias animadas. Conversas com personalidades públicas, mas não diretamente relacionados aos assuntos políticos como Bonno (vocalista da banda U2) e o jogador de futebol, Ronaldo são situações exploradas em duas animações.

O uso de questões do âmbito privado para fazer alusão a situações de caráter público são estratégias empregadas pelo autor, Mauricio Quirino, como é o caso da paródia animada em que o presidente – candidato aparece ao lado da primeira dama, Marisa. Nessa animação, a primeira dama acusa o candidato presidente de ter comido o pudim e no decorrer do diálogo fica subentendido o conhecimento de Lula a respeito dos escândalos que envolveram o PT.

As estratégias utilizadas por Maurício Ricardo a partir das paródias animadas na forma de apresentação do presidente candidato Luiz Inácio Lula da Silva, no âmbito dos discursos e no confronto entre o que ele afirmava em

um processo de campanha político eleitoral, por exemplo, e as verdades com relação às suas afirmações, à contraposição entre real/ ideal ou ação/discurso foram freqüentes e são mecanismos bastante presentes entre o fazer humor. Segundo Raskin (1985) cabe ao humor, principalmente se ele se pretende como humor político denunciar e desmascarar atitudes e circunstâncias nas quais estejam presentes um líder político ou a própria instituição do poder, a partir da oposição entre as ações esperadas de um líder político em relação às ações que ele realiza de fato.

Os temas explorados com a figura do presidente candidato Lula, seguiram a dinâmica dos temas gerais das paródias animadas, uma vez que ele foi o candidato mais abordado nas animações durante o ano de 2006. Assim, os temas variaram em (a) economia; (b) política; (c) violência e segurança; (d) campanha eleitoral; (e) candidatos e (f) sociedade.

Tabela 07 – Principais temas e o candidato Luiz Inácio Lula da Silva

Temas:	Economia	Política	Violência	Campanha	Candidatos	Sociedade
Freqüência	07	14	01	13	05	06

O tema economia foi abordado com destaque para o crescimento econômico que ocorreu no governo de Lula, aliado às questões de energia e petróleo. Quando a temática em foco era a política, críticas ao Partido dos Trabalhadores e referência aos escândalos políticos que envolveram o partido e o governo se destacaram. A questão da violência foi abordada aliada à campanha eleitoral, como estratégia de campanha, quando o presidente Lula e o candidato da oposição Geraldo Alckmin buscam fazer alianças políticas com o líder do PCC, como anteriormente explicitado (figura 10). Também aliado à estratégia de campanha foi abordada a temática da sociedade, Lula aparece nas animações enaltecendo as políticas compensatórias realizadas em seu governo como o “Bolsa Família” e o “Próuni”, garantindo o voto dos eleitores das camadas baixas da sociedade. Com relação à temática que envolvia os candidatos, é no âmbito do debate político que tiveram mais destaque. Mais uma vez vale ressaltar que em uma paródia animada podem ser abordados diversos temas.

O período pré-campanha eleitoral para o candidato à reeleição Luiz Inácio Lula da Silva e para o Partido dos Trabalhadores foi marcado por escândalos políticos como o Mensalão, Sanguessugas e Dossiê Vendoim, CPIs e afastamento de políticos. Isso enfraqueceu a consolidação e a força política do PT no processo eleitoral. Denegriu a imagem do partido que era caracterizada pela questão ética e desencadeou na saída de vários militantes de peso.

As práticas irregulares envolvendo o PT para a formação de "caixa 2" que seria utilizado no financiamento de campanhas eleitorais dos candidatos do PT em 2002, tornaram-se públicas e consequentemente tornaram-se escândalo político após a entrevista de Roberto Jefferson (PTB) ao jornal *Folha de S.Paulo.* Foi também ele quem afirmou que parlamentares da base aliada recebiam determinada quantidade de dinheiro para que votassem a favor do governo. Essa prática recebeu o nome de "mensalão", pois o pagamento aos parlamentares era feito mensalmente garantindo a aprovação dos projetos pela Câmara dos Deputados.

O congresso, com o intuito de investigar tais denúncias, instaurou uma Comissão Parlamentar Mista de Inquérito (CPMI), formada por senadores e deputados federais. Alguns parlamentares sofreram processo de cassação de mandato, devido à falta de decoro parlamentar (Roberto Jefferson - PTB - e José Dirceu – PT -). Outros parlamentares denunciados foram absolvidos pela Câmara Federal ou renunciaram aos seus mandatos para não sofrerem a cassação do mesmo.

Após meses de investigação e fortes indícios de culpabilidade de alguns parlamentares, a impunidade permaneceu.

Em resposta á crise, Lula culpou uma parcela do PT que foi por ele chamados de "maus petistas" e no processo eleitoral tentou consolidar sua campanha, priorizando sua autonomia. Na tentativa de se desvincular dos escândalos políticos que eram todos muito próximos a ele, o candidato presidente foi poupado em todas as situações e afirmou durante o processo eleitoral o seu desconhecimento sobre o assunto.

O presidente candidato Luiz Inácio Lula da Silva é marcado, nas paródias animadas, por falas que contrariam sua estratégia de campanha, suas afirmações públicas e os valores historicamente construídos, afirmados e

valorizados por seu partido. Atitudes praticadas pelos seus adversários antes muito criticadas pelo candidato, quando realizadas por Lula, são reproduzidas nas paródias animadas com certa exacerbação da situação, característica do fazer humor. As conseqüências dessa representação são a desqualificação da imagem do candidato e a ênfase de idéias já afirmadas pelas outras mídias com relação aos escândalos políticos.

Frases como: “Eu não sabia dos escândalos”; “O povo precisa de circo e pão” e “Os escândalos não atingiram a campanha” são repetidas em várias animações.

A animação intitulada “Saindo do Coma” (figura 19) retrata os valores do Partido dos Trabalhadores versus à realidade constatada. Nela Lula não aparece caricaturado, mas é o tema central da animação. O personagem principal é um senhor cidadão politizado e petista, que entrou em coma, devido ao resultado da Copa do Mundo de 2002 em que o Brasil recebeu o título de pentacampeão. Ao sair do coma, sua primeira fala é a pergunta para sua neta sobre em que dia estamos? Pela resposta, o cidadão descobriu que quatro anos se passaram e ele não participou das eleições presidenciais do ano de 2002, na qual Lula foi eleito presidente. Ansioso, questiona a respeito da campanha eleitoral de 2006 em que o candidato do PT está na frente na corrida pela presidência da Republica e pode ser eleito sem segundo turno. Com alegria, o senhor petista afirma que o povo brasileiro vivenciou um governo sem corrupção e por isso vai reeleger Lula.

Figura 19 – Saindo do coma

Fonte: http://www.charges.uol.com.br/saindo-do-coma (Divulgada em:31/08/2006)

A neta interrompe a fala do avô e afirma que em matéria de corrupção o Brasil continua igual. Inconformado o petista que acaba de retornar à vida diz

que não pode ser, pois se fosse verdade o povo não reelegeria o Lula. A neta prossegue e aponta que Lula disse que não sabia. Cada vez mais impaciente, o velhinho garante que Lula, de fato, não deveria saber de nada e ainda que se fosse verdade os assessores e o braço direito do presidente como Dirceu, Genoíno e Pallocci o teriam alertado. O decorrer do escândalo é relatado e a neta esclarece ao avô que esses políticos foram afastados do partido devido ao envolvimento no caso. Em busca de esperança frente à política e ao Partido dos Trabalhadores, o eleitor tenta aliviar-se e afirma que ainda existe salvação com Heloísa Helena, que corresponde às reservas morais do PT. É então que a neta o avisa da posição política de Heloísa que acusa Lula e faz oposição pelo PSOL. O senhor cidadão e petista desiste, e questiona sobre novos assuntos como futebol e a Copa do Mundo de 2006. As notícias não ficam boas e ele garante que devido ao seu signo e à regência de Plutão ele não irá desistir. A paródia animada chega ao fim deixando em aberto a verdade a respeito de Plutão, que não faz mais parte da nossa galáxia na busca de um riso. Essa paródia animada caracteriza um humor satírico que, por meio da ironia que aborda o assunto de conjuntura política.

Valores tradicionalmente afirmados pela critica ao candidato Luiz Inácio Lula da Silva e pré-conceitos com relação à incapacidade intelectual do candidato presidente são reafirmados pelo autor das animações, a ignorância ao desconhecimento diplomático do presidente e as relações internacionais são explicitadas principalmente, a partir de encontros com o presidente da Bolívia e os acordos sobre o petróleo.

Falhas de assessória, erros de estratégia de campanha, gafes, desconhecimento a respeito de assuntos da arcada do presidente, inauguração de obras em períodos restritos, infringindo leis, são características e atitudes reais ou inventadas que ao serem abordadas pelo viés do humor e nesse caso representadas pelas paródias animadas tem o papel de denunciar costumes, desvendar verdades e demonstrar os líderes políticos sem máscaras. Esses são enquadramentos próprios ao humor, entretanto o humor político-crítico entendido como um contrapoder capaz de proporcionar reflexões a respeito da coisa pública não se faz presente. A partir das descrições apresentadas percebemos o predomínio de um humor satírico e banalizador em que a

narrativa construída reforça valores ou costumes impostos pela sociedade isentos de questionamentos.

3.3.2.Heloísa Helena

A candidata à presidência da República pelo Partido Socialismo e Liberdade, Heloísa Helena, ex-petista e ex-senadora, apresentou uma campanha marcada por pouco investimento e com o intuito de demonstrar simplicidade optou por usar sempre vestimentas padronizadas, caracterizadas pela calça jeans, camiseta branca e cabelos preso. Foi considerada como representante da esquerda brasileira.

Nas paródias animadas a candidata foi retratada com seu nome metamorfoseado para Heloíra Helênica. Em sua caricatura foram destacados o cabelo preso e os óculos, que em conjunto com o rosto marcado com rugas de expressão ganhavam intensidade nas falas da candidata. Essas características foram exacerbadas, criando a identidade da mesma nas paródias animadas.

Nas três animações em que foi parodiada, os recursos utilizados variaram em entrevista, paródia musical e encontro entre candidatos. Na primeira (figura 20)[24] a candidata do PSOL é entrevistada por Tobby, um garoto jornalista que usa orelhas de Mickey, personagem criado por Mauricio Quirino e discute sobre a questão do escândalo do “mensalão” que atravessou a gestão Lula, o PT e o processo eleitoral, em um discurso sustentado por uma ideologia classista, abordando questões do âmbito de sua campanha eleitoral como estratégias políticas de convencimento do cidadão de classe média a votar na denominada esquerda brasileira. Nessa mesma paródia, o sistema capitalista e o site *charges.com* tornam-se alvos de critica na voz da candidata do PSOL.

Figura 20 – Tobby entrevista Heloíra Helênica

[24] Esta paródia animada já foi utilizada como exemplo na figura 04

Fonte: http://www.charges.uol.com.br/tobby-entrevista-heloira-helenica (Divulgada em: 01/03/2006)

Tobby entrevista Heloíra Helênica:
Tobby: Expulsa do PT ela acabou se tornando presidenciável por se destacar em sua oposição ao governo! Converso hoje com a senadora e indignada Heloíra Helênica! Heloíra você acha que o caso do mensalão pode acabar em pizza?
Heloíra: Hoje a questão não é mais saber se a CPI vai acabar em pizza, porque a pizza como prato final das infâmias do congresso é pratica corriqueira! A problemática que se apresenta é como estender a pizza, comida elitizada, só disponível a quem tem acesso a bens de consumo elitizados com a mussarela, o azeite, o salame tipo pepperone atinjam a grande massa desprivilegiada que compõe o alicerce social brasileiro!
Tobby: Ah... Como você convenceria um cidadão classe média como eu a votar em você?
Heloíra: No seu caso específico, eu faria um apelo a sua consciência de cidadão lembrando a você que na verdade você é um inocente útil a serviço da classe dominante, atuando nessa mídia elitista que é a Internet! Quem esta por trás dos interesses de seu programa? Charges.com.br uma empresa que mistura temas políticos sérios com bobagens televisivas só pra garantir uma massa de audiência que lhe permita aferir lucro junto ao UOL que é uma grande corporação de mídia com capital aberto!
Tobby: Poxa será?
Heloíra: Mas é claro! O que representa esse chapéu de Mickey que o impuseram? Senão a submissão brasileira aos ícones Estadunidenses.
Tobby: Tem razão! Abaixo a exploração! Abaixo o meu chapéu! Abaixo a sua roupa!
Heloíra: Peraí, o que há de errado com a minha roupa?
Tobby: Jeans e camisetas básicas são o uniforme imposto pelo grande império do norte a juventude acéfala manipulada!
Heloíra: Tem razão e o que eu visto então?
Tobby: Vamos nos vestir como os nativos brasileiros se vestiam antes do inicio da fatídica e secular invasão colonizadora!
Heloíra: Mas os nativos brasileiros andavam nus! Você acha que eu devo tirar a roupa aqui?
Tobby: Não, tire na revista multinacional Playboy, você pode investir o cachê na causa de libertação popular! O que não deixaria de ser uma expropriação inteligente do capital estrangeiro representado pela... ei.. ei... abaixo a censura!."

Pode-se perceber nessa animação a caracterização de um humor exagerado, que tem no inicio do diálogo as críticas da candidata á política e ao

sistema capitalista, ao imperialismo americano, inclusive questionando o veículo de comunicação e a página de humor Charges.com, mas quando Tobby afirma que o uso de jeans e camiseta branca que a candidata usa correspondem aos ícones da juventude alienada americana, ocorre um esvaziamento do discurso de esquerda da candidata.

Na segunda paródia animada na qual Heloísa Helena é retratada (figura 19), ela aparece ao lado de deputados de seu partido - Luciana e Babá – parodiando a música *Eu sou rebelde*, do grupo teen denominado Rebelde.

Figura (21) – Heloísa, Babá e Luciana cantam: “Eu sou rebelde”

Fonte: http://www.charges.uol.com.br/heloisa-baba-luciana-cantam-eu-sou-rebelde (Divulgada em: 18/04/2006)

Nessa animação, os trajes característicos da candidata como a calça jeans e a camiseta branca não estão presentes, ela aparece trajando minisaia, mini-blusa, gravata, blazer e meia três - quartos.

Na paródia da música de caráter popular, Heloísa, Luciana e Babá, criticam o Partido dos Trabalhadores devido ao escândalo do mensalão e afirmam certa satisfação por terem sido expulsos do PT.

As críticas ao governo estão presentes, entretanto a forma como aparecem enfatizam o espetáculo, o exagero, permanecendo no âmbito da ridicularização e do distanciamento da política.

A terceira e última paródia animada em que é enfocada (figura 14) a candidata do PSOL – Heloísa Helena ou Heloíra Helênica - aparece almoçando com o candidato e adversário político Geraldo Alckmin do PSDB. O autor das paródias animadas explora situações improváveis e devido a isso faz emergir o riso. Nela, Heloísa Helena é representada a princípio assustada com relação à possibilidade de seus eleitores tomarem conhecimento do encontro com seu adversário político. Esse temor inicial perde intensidade na fala de Geraldo

Alckmin, pois este afirma que os eleitores não vão tomar conhecimento, uma vê que não há eleitores.

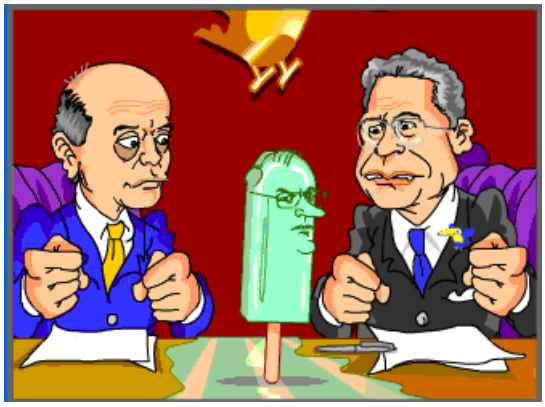
No diálogo entre os candidatos, a fala de Heloísa Helena estava sempre voltada à crítica ao governo Lula e aos escândalos políticos em que o PT e assessores do candidato presidente estavam envolvidos ou ao governo de FHC e na impossibilidade de uma aliança política com o candidato adversário.

3.3.3.Geraldo Alckmin

Geraldo Alckmin, por sua vez, esteve presente em sete paródias animadas, assim como Heloísa Helena que recebeu o nome de Heloíra Helênica, Geraldo Alckmin, no campo das animações, se tornou Aidemin. A caricatura do candidato do PMDB ressaltou o nariz pontiagudo, os poucos fios de cabelo e uma postura franzida.

Diferente da caricatura dos outros candidatos enfocados em que o autor das paródias animadas buscou manter um modelo, reproduzindo os mesmos traços e linhas, apenas recompondo os trajes e o cenário no qual eram contextualizadas as narrativas, Geraldo Alckmin, na animação intitulada “Derretendo” (figura 22) foi apresentado metamorfoseado em “picolé de chuchu”.

Figura 22 - Derretendo



Fonte: http://www.charges.uol.com.br/derretendo (Divulgada em: 02/08/2006)

Em reunião com Fernando Henrique e José Serra que discutem a respeito das pesquisas de intenções de voto e trazem como resultado Lula na frente de Geraldo Alckmin, que segundo FHC, vai derretendo em um ritmo que pode não chegar ao segundo turno.

Os recursos utilizados nas formas de apresentação do candidato Geraldo Alckmin variaram em encontro entre candidatos e personalidades políticas e paródias musicais. Durante o período analisado, em nenhuma animação o candidato foi apresentado como personagem único, sempre ao lado de figuras ligadas à sua vida pública ou privada. Em duas o candidato do PSDB canta músicas de caráter popular (figura 23), em três ele aparece ao lado de candidatos adversários e, em duas com o ex-presidente Fernando Henrique Cardoso (figura 24).

Figura 23 – Geraldo Aidemin (cuja mulher ganhou de um estilista um volume que pode passar de R$ 1 milhão em roupas), canta: "Ela só quer dançar"

Fonte: http://www.charges.uol.com.br/ela-so-quer-dancar (Divulgado em: 04/04/2006)

Figura 24 – Avaliando o Cenário

Fonte: http://www.charges.uol.com.br/avaliando-o-cenario (Divulgado em: 28/04/2006)

Figura 25 – Dois tucanos não se bicam

Fonte: http://www.charges.uol.com.br/dois-tucanos-nao-se-bicam (Divulgado em: 02/02/2006)

Caracterizado por um processo de campanha eleitoral enfraquecido desde a escolha interna realizada no Partido Social Democrata Brasileiro (PSDB) teve dificuldades na composição da chapa do candidato indicado para concorrer à presidência da republica. Após várias reuniões restritas à cúpula do partido formado pelo ex-presidente Fernando Henrique Cardoso, pelo ex-governador do Ceará Tarso Jereissatti e pelo então governador do estado de Minas Gerais Aécio Neves, ocorreu a discussão sobre qual candidato – Geraldo Alckmin ou José Serra - seria o mais apto a ganhar a eleição de 2006.

Duas paródias foram divulgadas no tratamento da questão da escolha entre os candidatos dentro do PSDB. A primeira postada no período de definição dos candidatos com o título "Dois bicudos não se beijam" (figura 25), apresenta Geraldo Alckmin e José Serra no Recanto dos Tucanos sentados em uma mesa acompanhados de um copo de cerveja e amendoim. No fundo da

paródia animada, há uma parede com alguns tucanos – símbolo do partido – desenhados, e a frase “Poder é bom”, pintada na parede. A frase é atravessada pela bandeira do partido, deixando a letra P da palavra Poder parecendo um F, o que agrega um novo sentido à frase.

Alckmin, na disputa pela indicação de candidato pelo partido, aparece nessa paródia animada, questionando os motivos que levam Serra a ser candidato, e ao se considerar o candidato perfeito é acusado por Serra como um candidato sem carisma comparado a um picolé de chuchu o que o faz perder a calma.

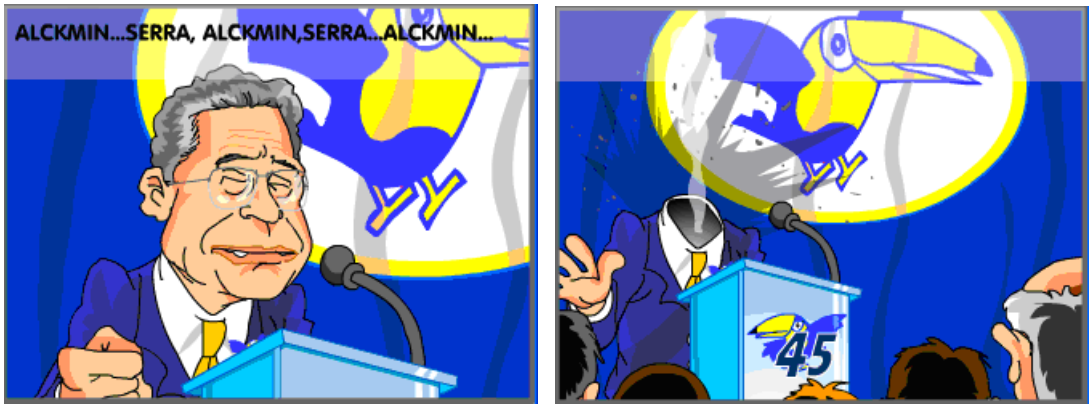
> “ Dois bicudos não se beijam:
> **Aidemin**: Você não pode ser candidato Ferra, você prometeu aos seus eleitores que não seria! Não podemos começar a campanha baseados em uma mentira!
> **Serra:** clara que podemos, somos tucanos, lembra, todo mundo vai entender. O PT é quem não pode mentir nunca porque sempre jurou que era perfeito!
> **Aidemin**: Mas que argumentos você irá usar?
> **Serra:** Vou dizer que é um momento atípico, nunca se soube no Brasil de uma roubalheira em nível federal como esta que estamos vendo agora!
> **Aidemin:** Num é bem assim!
> **Serra:** Veja bem, eu não disse que nunca houve roubalheira, eu disse que nunca se soube!
> **Aidemin**: hunm, inteligente! Mas e o desgaste na prefeitura? A oposição vai dizer que se você ganhar vai colocar rampa anti mendigo no Palácio da Alvorada.
> **Serra**: Mas, mas, como essa informação vazou se eu ainda nem conclui o programa de governo?
> **Aidemin:** Você vai botar?
> **Serra:** Não é só pra mendigo, tem também para os sem terra, os sindicalistas e outros chatos que...
> **Aidemin:** Eu sou o candidato perfeito!
> **Serra:** Num dá, você não tem carisma! Comparam você com... com...
> **Aidemin:** Com o que?
> **Serra:** Com um produto resultante do congelamento da essência extraída do fruto daquela trepadeira das curcubitaceas!
> **Aidemin:** Hun , dá um segundo que tem tempo que eu não converso em tucanês! Ah.. congelamento... fruto... ah, picolé de chuchu é o C(*), seu filho de uma P(*)
> **Serra:** Calma, calma, calma

Ainda no processo de escolha de candidatos, dentro do PSDB, o ex-presidente Fernando Henrique Cardoso é exposto na paródia animada de título “*Escolhendo os candidatos*” (figura 26). FHC é caricaturado com dentes de vampiro e bocas largas.

Em assembléia do partido FHC inicia a animação com a proposta de decisão imediata sobre a escolha do candidato para disputar as eleições, mas logo se contradiz e coloca que é possível adiar essa questão, já que a campanha mal começou. Acusado de estar em cima do muro, o ex-presidente

do Brasil pelo PSDB coloca que sua decisão é clara: *“ Ah... Serra, Serra da Canastra, um bom lugar para fazer caminhada, respirar ar puro, ah... Alckmin... Há o que me incomoda no nome do governador que não tem a mesma força eleitoral que Serra. Alckmin, Serra, Alckmin, Serra..”* Ao final da animação, a cabeça de FHC explode e a escolha a respeito do melhor candidato para disputar a eleição presidencial de 2006 não se efetua.

Figura (26) – Escolhendo o candidato



Fonte: http://www.charges.uol.com.br/escolhendo-o-candidato (Divulgada em: 15/03/2006)

O PSDB optou pela candidatura do ex-governador de São Paulo Geraldo Alckmin. A candidatura de Alckmin, desde o início, enfrentou problemas de coalisão, de legitimidade e de falta de um programa partidário. Esses e outros motivos como as políticas compensatórias e sociais do governo Lula desencadearam na derrota do mesmo para o então presidente Luiz Inácio Lula da Silva e tiveram o desenvolvimento desses conflitos parodiados nas animações.

3.3.4. O eleitor

O eleitor, aquele quem deve ser convencido pelas campanhas eleitorais e corresponde, nesse período, ao grande alvo das estratégias de ações dos candidatos no intuito de angariar votos e concretizar a candidatura vai ser parodiado por Mauricio Quirino no site Charges.com. É no retrato dos eleitores que a crítica aos costumes se efetua e questões são levantadas, fazendo emergir no leitor das paródias animadas possíveis indagações a respeito da coisa pública e de suas atitudes com relação ao debate político que trava.

São sete as paródias animadas em que o eleitor é personagem principal. As caricaturas dos eleitores são diversas, podendo ser personagens inéditos, Espinha e Fimose, o próprio autor das paródias animadas, trabalhadores, burgueses.

O debate a respeito das escolhas do voto pelas camadas sociais (figura 25) é representado no campo das paródias animadas no período do segundo turno. As três classes sociais representadas (baixa, média e alta) consideram que o fim da corrupção não será concretizado por nenhum dos candidatos à presidência da república. O eleitor personagem da camada social baixa é representado por um trabalhador da roça escolhendo pela candidatura de Lula, simplesmente porque ele é “bom” para esse grupo social; a camada média é parodiada e tem como porta-voz uma garota que pode ser identificada como universitária, afirmando que os escândalos poderiam servir para “limpar” o Brasil. Entretanto considera que todos eles acabam em “pizza”. Dessa forma não seria possível votar em Lula ou em Alckmin, nem nos candidatos nanicos e também considera que a saída não seria optar pelo voto nulo. A declaração da eleitora da camada média termina sem definição de seu posicionamento político. A classe social alta é representada pela figura de um empresário rico rodeado de dinheiro, que inicia seu depoimento com a mesma frase da classe baixa, mas que se altera no decorrer da fala uma vez que a escolha dele é tanto em Alckmin quanto em Lula, pois considera que ambos vão ser “bons” para esse grupo social.

Figura 27 – Classe social e voto

Fonte: http://www.charges.uol.com.br/classe-social-e-voto (Divulgado em: 22/08/2006

O eleitor alienado, que não se interessa pela política e não tem conhecimento a respeito do processo político eleitoral é retratado, nessas paródias animadas como estratégia de inversão da lógica sequencial da

narrativa e o intuito de fazer emergir o riso é bastante explorado. São duas as paródias animadas que se apóiam nessa estratégia e forma de apresentação do discurso.

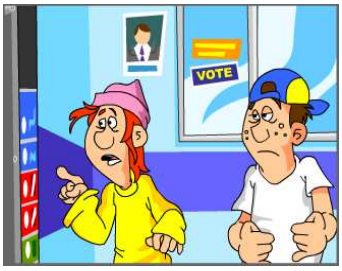
Na primeira (figura 28) publicada dois dias antes da eleição do segundo turno, são caricaturados três cidadãos, dois homens e uma mulher, em um ponto de ônibus. Os dois homens, um de camisa branca lendo o jornal e o outro de camisa azul com a bolsa na frente discutem sobre o futuro do brasileiro, atrás, no ponto de ônibus, adesivos estão colados com os dizeres: “Vote em deputado federal” em caixa alta, deixando a entender em um primeiro momento que o assunto em debate seria as eleições presidenciais ao final da paródia animada e quando um pergunta ao outro “Quem seria o melhor?” É que percebemos que a discussão não trata sobre as eleições, mas sim sobre o campeonato brasileiro de futebol. Nesse momento, a terceira personagem, uma senhora com olhar indignado questiona se eles não sabem que domingo é, e afirma que não é dia de discutir futebol. Os dois torcedores, sem saberem ao que a senhora se referia, se questionam por que não ocorre rodada nesse domingo em especial. A paródia animada demonstra a ausência de interesse e conhecimento nos assuntos da política e na conscientização do cidadão, destacando a alienação.

A segunda paródia, que demonstra e reafirma a alienação do eleitor e da sociedade como um todo e utiliza a mesma inversão da narrativa, corresponde à paródia intitulada “A decisão” (figura 29), publicada no dia da eleição, nessa animação também apresenta no plano de fundo a palavra “VOTE” em caixa alta. As caricaturas dos cidadãos já são conhecidas pelos leitores do site – Espinha e Fimose - aparecem em fila e discutem a respeito da dúvida e qual escolhe. Fimose diz que ainda não sabe qual é a melhor opção e Espinha aponta a ausência de diferença entre as opções que só aparecem, pois os marqueteiros tentam convencer a população disso e que não existe o melhor para o Brasil visto que tudo já foi comprado pelas multinacionais. Quando Fimose está para decidir, a máquina de refrigerante entra na tela e a decisão que ele estava prestes a tomar correspondia à escolha do refrigerante. Espinha, indignado com a demora do amigo em escolher o refresco, afirma que parece que ele está escolhendo o presidente da República. Fimose responde perguntando em que dia estamos.

Figura 28 – Ontem, num ponto de ônibus

Fonte: http://www.charges.uol.com.br/ontem-num-ponto-de-onibus Divulgada em: 02/10/2006

Figura 29 – A decisão



Fonte: http://www.charges.uol.com.br/a-decisao Divulgada em: 29/10/2006

A ultima paródia publicada antes da eleição apresenta uma caricatura do próprio autor do site, Mauricio Ricardo, em um “Triste dilema do cidadão brasileiro” (figura 30). Sentado em uma poltrona, o eleitor tem em sua mente a imagem dos dois candidatos ao segundo turno – Lula e Alckmin – em miniatura, falando ao ouvido dele e tentando convencê-lo a votar em seus candidatos. As mesmas frases são ditas por ambos os candidatos: *“Meu adversário vai dizer muita coisa, ignore-o, quem pode falar sobre política nesse país sou eu, é só olhar o que eu já fiz e tenho feito, eu tenho experiência”.* Nesse momento, o autor das paródias animadas se indigna e faz um depoimento, o destaque para essa paródia animada é dado, pois é a primeira vez, dentro do recorte temporal definido para esse estudo, que o autor das paródias animadas utiliza a sua imagem para demonstrar suas ideias e posicionamentos.

Figura 30 – Triste dilema de um cidadão brasileiro

Fonte: http://www.charges.uol.com.br/triste-dilema-de-um-cidadao-brasileiro (Divulgada em: 24/10/2006)

> "Chega, não é possível que o futuro do país está reduzido a isso? De um jeito ou de outro a ética foi pro saco. A gente sabe o que os tucanos fizeram, a gente viu o que os petistas fizeram. A gente está vendo as alianças nojentas que eles já estão costurando no congresso para o próximo mandato em nome da governabilidade. Mas, eu tenho que escolher algum para não ser omisso. Meu Deus, me ilumine..." (Charges.com - 24/10/2006)

Após a eleição que resultou na reeleição de Luiz Inácio Lula da Silva pelo Partido dos Trabalhadores, Mauricio Ricardo utilizou o recurso da paródia musical (jingle de Lula) para referenciar o resultado do processo eleitoral e o futuro do país.

Figura (31) – Brasileiros que acham que o Brasil não teve mesmo escolha cantam: "Jingle de Lula"

Fonte: http://www.charges.uol.com.br/brasileiros-que-acham-que-o-brasil-não-teve-mesmo-escolha-cantam-jingle-do-lula (Divulgado em: 31/10/2006)

> " Meu Deus coitado desse nosso povo, olha o Lula aí de novo!
> Nem adiantava derrotá-lo, a ética já foi pro ralo!
> Pra mim não tem nada de duvidoso! Eles vão roubar de novo!
> Tá tudo podre, não tem jeito, o Brasil não vai mudar!
> Até mensaleiro foi reeleito, o Brasil não vai mudar!
> Se eles roubam e eu aceito, eles vão continuar!
> Tá assim de Lalau lá, tá assim de Lalau lá.
> E é mais fácil governar, com os ladrões do que sozinho, é só ir lá e comprar!
> Os tucanos fizeram igualzinho!
> Só souberam abafar!
> Quem liga tem mais é que chorar!"

Crítico ao povo e aos governantes, essa paródia animada sustenta a ausência de mudança política e convida o cidadão a manter a apatia e a afastar-se cada vez mais do debate a respeito da coisa pública.

Podemos perceber que as paródias animadas correspondem a documentos históricos ao retratarem a sociedade contemporânea com temas sociais e políticos, expressão artística e literária, fenômeno estético e principalmente devido às formas que são apresentadas e os discursos propostos elas se apresentam como forma de diversão e passatempo, deixando em segundo plano uma crítica política potencializadora. Ela se faz presente, porém, quando a análise se realiza a partir de um recorte temporal. Ela é subjugada a banalização dos debates e da política como um todo seguindo certa lógica da sociedade contemporânea.

Considerações Finais

A dissertação aqui apresentada teve como objetivo estudar as manifestações humorísticas presentes na Internet, a partir do estudo de caso da página da web Charges.com de autoria de Mauricio Ricardo, abordando as questões políticas, em um recorte temporal correspondente as eleições presidenciais de 2006. Os principais candidatos que disputaram essa eleição foram: Luiz Inácio Lula da Silva do PT; Geraldo Alckmin do PSDB; Heloisa Helena do PSOL e Cristovam Buarque do PDT (não existiu referência a esse ultimo candidato no site estudado). O processo político de 2006 foi caracterizado pela polarização entre dois partidos: Partido dos Trabalhadores, PT e Partido da Social Democracia Brasileira, PSDB, e culminou na reeleição do candidato presidente Luiz Inácio Lula da Silva do PT com mais de 60% dos votos válidos no segundo turno da eleição.

A Internet vem alterando as relações sociais e produzindo novas lógicas de comunicação, introduzindo outras práticas e interações humanas, ela se consolida como um importante veículo de comunicação, como exposto no primeiro capítulo desse trabalho, com inúmeras potencialidades e como mais um espaço para a ação política. Apesar da ausência de fronteiras e da eliminação dos espaços, os trajetos se repetem. Consideramos que ela em si não garante transformações e realizações democráticas, mas sim que são ferramentas que articuladas podem ser utilizadas tanto por atores sociais visando uma sociedade mais plural, quanto por grupos nazistas, por exemplo.

As potencialidades da rede são resultados e irão corresponder a sociedade e a cultura política que a compõe, não cabendo a rede a realização da democracia.

Durante o processo eleitoral de 2006 no Brasil, como analisou Amadeu (2007), a Internet permitiu que discursos alternativos com relação a grande mídia fossem apresentados e contribuiu para inverter a lógica dos meios de comunicação tradicionais e suas atuações durante as eleições.

A relação entre humor e política se estabeleceu na Internet, no período abordado, na medida em que questões políticas e atores políticos eram caricaturados, interpretados e tematizados a partir do recurso do fazer rir.

Em períodos de governo autoritário, o riso apresenta-se ao lado da oposição, é perturbador, entretanto, vive sobre a ótica e o controle do poder. Na contemporaneidade o humor continua atuando, em sociedades democráticas ele tem condições de expressar-se por completo, podendo explorar inclusive casos antes censurados. Mas, existe uma ambíguidade, pois o humor permanente consome os acontecimentos políticos, os efeitos não resultam no conflito e grande crítica, o que ocorre é a contribuição para a banalização das práticas que denúncia. Ocorre a propagação de comportamentos, práticas, modelos e normas que supostamente crítica e faz esquecer os debates de ideias.

O humor presente no site Charges.com teve a política como tema principal durante o ano de 2006, ele foi apresentado como crítica a política no sentido de desqualificar posturas e ações dos candidatos, um questionamento a respeito da coisa pública.

O estudo pormenorizado das paródias animadas, publicadas em Charges.com, durante o período eleitoral de 2006, foi importante para perceber além das características do humor produzido na rede, as características da disputo presidencial pelo viés humorístico. Dentre as conclusões quanto as dados obtidos temos:

(a) A campanha eleitoral abordada pelo viés humorístico acompanhou a agenda da mídia tradicional, sendo pautado por ela. A página de humor apresentou um discurso alternativo às estratégias de campanhas dos candidatos, como explicitado na análise pormenorizada das paródias animadas no terceiro capítulo dessa dissertação. Mas, por outro lado, com base de comparação o estudo elaborado por Aldé e outros (2007), elas reproduziram o

discurso com relação a grande mídia como os jornais Folha de S. Paulo e o Estado de S. Paulo, a visibilidade do candidato presidente Luiz Inácio Lula da Silva com relação a seus opositores foi maior, com a temática atrelada sempre aos escândalos políticos.

(b) O posicionamento político do site é claro em termos de crítica a Lula na avaliação negativa com forte ênfase a questão dos escândalos políticos, além disso, o uso do cargo do presidente para cumprir a agenda de candidato foi denunciado pelas paródias animadas. O candidato foi enquadrado de maneira negativa, atrelado a pré-conceitos morais, como por exemplo, as características de Lula sempre voltadas a ignorância e ao desconhecimento de assuntos gerais. Geraldo Alckmin foi retratado com menor ênfase e de maneira mais sutil, foi referenciado a questões como o escândalo político envolvendo sua esposa, e a falta de carisma em busca de novas estratégias de campanha. Quando comparado a grande mídia que o enfatizou de maneira negativa durante o período da crise de segurança em São Paulo, as paródias animadas, que tiveram a violência como tema central, relacionaram o mesmo aos processos de corrupção e não a figura do candidato do PSDB.

(c) 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.

(d) Por outro lado, no humor presente em Charges.com não ocorre um conflito entre o mundo político de um lado e a paródia satírica de outro, o humor crítico irá conviver com o humor descontraído e leve, não há oposição e sim complemento. Ele não aparece como perturbador, ele atualiza o sistema enfraquecendo a crítica séria.

(e) Faz parte do humor a espetacularização, o que ocorre nas paródias animadas expostas na Internet e na sociedade como um todo, é a exacerbação desse espetáculo, que aparece como uma forma de relação social nas quais os indivíduos que nela se relacionam, vão agir como espectadores de suas próprias atividades.

(f) Acreditar que o humor é capaz de potencializar o debate político na medida em que inverte em certos momentos a realidade e deixa transparecer aquilo que o personagem caricaturado pretendia esconder, desmascarando de forma sutil a sociedade e seus atores políticos, é esquecer que textos e discursos são processos que implicam interações entre sujeitos, é limitar toda uma teia de relações, culturas e questões sociais que sustentam a sociedade e perpetuam o descaso com relação à coisa pública, a um instrumento do homem de representar a sociedade. O humor já foi utilizado como arma de ataque com relação a política, mas como um recurso da comunicação humana e não como um ator revolucionário por si só.

Nesse sentido, o humor na Internet não realiza novas possibilidades de debate público, o que ocorre é a reprodução da lógica da espetacularização da política, baseado na desqualificação da política como um todo sustentando certa apatia política dos cidadãos a partir do enaltecimento de questões morais e preconceituosas com relação à personalidade dos candidatos.

Na sociedade contemporânea onde tudo vira produto e se torna comerciável, em que as experiências sociais são guiadas pelo intercambio e consumo, o humor aparece como mais um produto e segue a lógica do mercado de um capitalismo que canaliza forças e faz da vida um grande fluxo de mercado.

“A exposição cínica e sob a forma do riso, a sombria verdade, torna vã a denúncia e produz no público um ato contestável”. (MINOIS, 2003: 621)

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AGUIAR, K. *Ciberesferas públicas: os blogs como espaços de discussão pública.*
Texto disponível na biblioteca online de ciências sociais da comunicação – bocc, 2006. Disponível em: http://www.bocc.ubi.pt/pag/aguiar-katia-ciberesferas-publicas-blogs.pdf. Acesso em 30/09/09.

AGUIAR, Odailton Aragão. *O riso na mídia: o Barão de Itararé e seus almanaques – Almanaques do jornal A MANHA*. Doutorado em comunicação e Semiótica. PUC/SP. 2006.

ALBERT, Verena, *O riso e o risível*, na historia do pensamento. Rio de Janeiro : Jorge Zahar, 2002.

ALDÉ, A. ; MENDES, Gabriel Gutierrez ; FIGUEIREDO, Marcus. *Imprensa e eleições presidenciais: natureza e conseqüências da cobertura das eleições de 2002 e 2006.* In: Venício Arthur de Lima. (Org.). A mídia e as eleições de 2006. 1 ed. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2007, v. 1, p. 65-87.

ALESSANDRI, Marcia Regina. *O Governo Geisel e a distensão política*, São Paulo: PUCSP. 1987.

ALVES, Antonio Tadeu de Miranda: *Retratos de caipira : construção de um estereotipo em Ângelo Agostini (1866-1872)*.São Paulo, PUCSP, 2007.

AMARAL, A. & RECUERO, R. C. (orgs.). *Blogs.com : estudos sobre blogs e comunicação.* São Paulo : Momento. 2009.

AMED, Jussara Parada. *O humor de Barão de Itararé como meio de resistência: contraponto a Washington Luis e Getulio Vargas*. São Paulo: s.n. 1994.

ATTARDO, 1985*. Linguistc theory of humor*. Berlin: Mouton de Gruyter, 1994.

AZEVEDO, Fernando Antônio (2001). *Imprensa, Cobertura Eleitoral Objetividade: a Eleição de 2000 na capital paulista, Opinião Pública*. Revista do CESOP, Volume 7, número 2.

_____. *Agendamento da Política*, in Rubim, A. A. *Comunicação e Política: conceitos e abordagens*, São Paulo, Editora Unesp, 2004.

BERGSON, Henry. *O Riso: ensaio sobre a significação do cômico*. Tradução Nathanael C. Caixeiro. Rio de Janeiro: Zahar, 1983.

BERNARD, Franco. *O futuro da tecnosfera em rede,* in Moraes, Denis (org.). *Por uma outra comunicação*. Rio de Janeiro, Editora Record, 2003.

BLANCO, Victor F.Sampedro (ed). *13-M Multitudes on line*, capítulos 1 e 9, Madrid, Los libros de la Catarata2005.

_____. *La pantalla de las identidades: medios de comunicación, políticas y mercados de identidad*. , Barcelona, Icaria editorial, julho 2003.

BRAGA, José Luis. *Pasquim e os anos 70, mais pra epa que pra oba...* Brasília: UNB, 1991.

BRAGA, S. *Internet e política: um estudo sobre a informatização dos orgãos legislativos na América do Sul.* Trabalho apresentado no 3º Congresso Latino-Americano de Ciência Política. Campinas, setembro de 2006.

CARUSO, Chico. *Fora Collor o fenômeno em decomposição desenhos de Chico Caruso*. São Paulo: Globo. 1993.

CASTELLS, Manuel. *A Sociedade em rede*. São Paulo. Paz e Terra. 1999.

_____.*Internet e sociedade em rede*. In: MORAES, Denis (org.). *Por uma outra comunicação*. Rio de Janeiro, Editora Record, 2003.

CAZELOTO, Edilson. *A idéia de democracia nas políticas de disseminação da Internet : uma analise do "Livro verde da sociedade da informação no Brasil*". São Paulo: PUC-SP, 2003.

CHAIA, V. e CHAIA, M. (org) *Mídia e política*. São Paulo, Educ, 2000.

CHAIA, Vera M. (coord.) *Projeto Temático: Mídia, Campanha Eleitoral e Comportamento Político em São Paulo nas eleições de 2000 e 2004*. Disponível em http://www.pucsp.br/neamp. Acessado em 15/03/2007.

_____.Projeto Temático: *As Novas Tecnologias e a Ação Política no Brasil e na Espanha nas eleições de 2006.* Disponível em http://www.pucsp.br/neamp. Acessado em 29/04/2008.

_____. *Jornalismo e política: escândalos e relações de poder na Câmara Municipal de São Paulo*. São Paulo, Hacker Editores, 2004.

COSTELLA, Antonio F. *O controle da informação no Brasil*. Petrópoles: Vozes Ltda, 1970.

DADER, José Luis. *La ciberdemocracia posible: Reflexión prospectiva a partir de la experiencia en España*. Cuadernos de Información y Comunicación – Ciberdemocracia. Madrid, Universidad Complutense, 2000.

DAHL.R. *Poliarquia: participação e oposição*; pre: Fernando Limongi; trad: Celso Mauro Paciornik. São Paulo: Edusp, 2005.

DEBORD, Guy. *A sociedade do Espetáculo: comentários sobre a sociedade do espetáculo*; trad: Estela dos Santos Abreu. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

DELEUZE, G. *Conversações: 1972-1990*; trad Peter Pal Pelbart. São Paulo: Ed 34. 2003.

DELPOIO, Elisabete. *A construção lingüística discursiva do humor político na imprensa escrita: o caso Severino Cavalcanti*. São Paulo, PUCSP, 2008.

DREIFUSS, René Armandi. *1964 : A conquista do Estado: ação política, poder e golpe de classe.* Petropolis, RJ : Vozes, 2006.

DRIESSEN, Henk. *Humor, riso e campo: reflexões da antropologia*. In: BREMMER, Jan e ROODENBURG, Herman (org). Uma história social do humor. Trad Cynthia Azevedo e Paulo Soares. Rio de Janeiro: Record, 2000.

ECO, Umberto. *O nome da Rosa*; trad Aurora Formoni Bernardini, Homero Freitas de Andrade. Rio de Janeio: O Globo São Paulo: Folha de S. Paulo, 2003.

FAORO, R. *Os donos do poder*. Rio de Janeiro, Globo, 1989.

FOUCAULT, Michel. *Ditos e Escritos II - Arqueologia das Ciências e História dos Sistemas de Pensamento*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2000

_____. *Ditos e Escritos IV - Estratégia, Poder-Saber*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2003

_____. *Em Defesa da Sociedade*. São Paulo: Martins Fontes, 2005

_____. *Microfísica do Poder*. Rio de Janeiro: Graal, 1993

_____. *Vigiar e Punir.* Petrópolis - Rio de Janeiro: Vozes, 2005

FREUD, S. *El humor*. In Obras Completas de Sigmund Freud. Trad. Luis Lopez- Ballesteros y de Torres. Madrid: biblioteca Nueva, 1996.

GOMES, W; MAIA, R. *Comunicação e Democracia: problemas e perspectivas*. São Paulo: Paulus, 2008.

GOMES, Wilson. *Opinião Pública na Internet – uma abordagem ética das questões relativas a censura e liberdade de expressão na comunicação em rede*. Paper apresentado no Xº Encontro da Compôs. Brasília, junho/2001.

_____. *Esfera pública política e comunicação em Mudança Estrutural da Esfera Pública de Jürgen Habermas*. In: GOMES, W.; MAIA, R.C.M. (Org.). _____. *Internet e participação política em sociedades democráticas*. Revista FAMECOS, Porto Alegre, v. 27, p. 58-78, 2005. Comunicação e Democracia: Problemas & Perspectivas. 1 ed. São Paulo: Paulus, 2008, v. , p. 31-62.

HUTCHEON, L. *Uma teoria da paródia: ensinamento das formas de arte do século XX*; trad. Teresa Louro Perez. Lisboa: Edições 70, 1989.

LA BOETIE, Etiene: *Discurso da Servidão Voluntária.* (comentários Pierre Clastres, Claude Lefort, Marilena Chauí) trad; Laymert Garcia Santos. São Paulo. 2008.

LANDTSHEER, C. & NEUNER, N. *La facilidad de utilización de los "web sítios" de partidos políticos. Estudio de algunos países de Europ del Este y Occidental*. Cuadernos de Información y Comunicación, Madrid, n. 6.2000.

LEMOS, A.; MAMEDE, J.; NÓBREGA, R.; PEREIRA, S.; MEIRELLES, L. *Cidade, tecnologia e interfaces. Análise de interfaces de portais governamentais brasileiros. Uma proposta metodológica,* in Revista Fronteiras,

EstudosMidiáticos, volume VI, número 2. São Leopoldo, dezembro 2004. Disponível em:http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/lemos/interface.pdf.

LEVY, Pierre. *Pela ciberdemocracia,* in Moraes, Denis (org.). *Por uma outra comunicação*. Rio de Janeiro, Editora Record, 2003.

_____. *Cibercultura,* trad. Carlos Irineu da Costa. São Paulo, Editora 34, 2007.

LIMA, H. *História da Caricatura no Brasil*. Rio de Janeiro: José Olympio, 1963.

LIMA, Venicio (org) *A mídia nas eleições de 2006. São Paulo,* Ed. Fundação Perseu Abramo, 2007.

LIPOVETSKY, G. *A era do vazio: ensaio sobre o individualismo contemporâneo*. Lisboa: Relógio D`Água, 1983.

LUSTOSA, Isabel. *Brasil pelo método confuso: humor e boemia em Mendes Fradique*. São Paulo: Bertrand Brasil, 1993.

MAIA, Rousiley: *Democracia e a Internet como esfera pública virtual: aproximando as condições do discurso e da deliberação.* Trabalho apresentado no Congresso Internacional "Internet, Democracia e Bens públicos" - FAFICH/UFMG - 06 a 09 de novembro de 2000.

MANIN, Bernard. *As metamorfoses do governo representativo,* São Paulo, Revista Brasileira de Ciências Sociais, Volume 10, número 29. 1995.

MAQUIAVEL,N: *O príncipe*, trad: Maria Julia Goldwasser. São Paulo: Martins Fontes, 2004.

MARCONI, Paolo. *A censura política na imprensa Brasileira*: 1968- 1978, São Paulo: Global, 1980.

McCOMBS, M. *A Teoria da Agenda*, trad: Waynberg, São Paulo; Vozes. 2009

MELO, Jose Marques de. *Jornalismo opinativo gêneros opinativos no jornalismo brasileiro.* São Paulo: Mantiqueira, 2003.

MIGUEZ, Iris Carolina Lopes de Souza. *Arranjos combinatórios a charge nos estratagemas de construção da identidade do jornal.* São Paulo: PUCSP. 2003.

MOTTA, Rodrigo Patto As. *Jango e o Golpe de 1964 na caricatura*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar, 2006.

NERY, João Elias. *Charge e caricatura na construção de imagens públicas*. São Paulo: PUCSP. 1998.

PASSETTI, Edson. *Anarquismos e Sociedade de Controle*. São Paulo: Cortez, 2003

PELBART, Peter Pál. *Vida Capital – ensaios de biopolítica*. São Paulo: Iluminuras, 2003.

PENTEADO, Cláudio L. C. *O show da estrela : estudo da campanha presidencial do PT em 2002.* São Paulo, PUCSP, 2005.

PENTEADO, Claudio L. C.; SANTOS, Marcelo B. P.; ARAÚJO, Rafael de P. *Blogs de política: caminhos para reflexão*. Trabalho apresentado no I Congresso Brasileiro de Pesquisadores em Comunicação Política. Salvador, novembro de 2006.

Disponível em:http://www.poscom.ufba.br/congresso/pdf/gt4/Penteado_Santos_e_Araujo_2006.pdf

PIRANDELLO,L. *O humorismo*. Trad. Davi Macedo. São Paulo, Experimento, 1996.

PORTO, Mauro P. *Enquadramento da Mídia e Política*, in Rubim, A. A. *Comunicação e Política: conceitos e abordagens*, Editora Unesp, São Paulo, 2004.

PROPP, Vladimir *Comicidade e riso*; trad. Aurora Fornoni Bernardini, Homero Freitas de Andrade. São Paulo: Ática, 1992.

RANCIERE, J. *O Dissenso*, in NOVAES, A. (org). *A crise da razão*. São Paulo: Cia das Letras/ MINC- FUNARTE, 1996.

_____. *O desentendimento: política e filosofia*; trad. Ângela Leite Lopes. São Paulo: Ed 34, 1996.

RASQUIN, Victor. *Semantic Mechanisms of humor*. Dordrecht: D. Reidel. 1985.

REIS, Andréa. *Agenda-setting e agenda institucional : um estudo da campanha eleitoral de 2004 na cidade de São Paulo*. São Paulo. PUCSP, 2008.

_____. *A dança dos números : o impacto das pesquisas eleitorais nas estratégias de comunicação do HGPE na eleição de 2000 em São Paulo. São Paulo.* PUCSP, 2003.

SALIBA, Elias Thomé. *Raízes do riso a representação humorística na historia brasileira: da Belle Epoque aos primeiros tempos do radio.* São Paulo: Companhia das Letras. 2002.

_____. A dimensão cominca da vida privada na República. In Sevcenko, Nicolau. (Org). História da Vida Privada no Brasil, vol.III – Republica: Da Belle Époque a era do rádio. 1ed. São Paulo: Cia das Letras, 1998, v.III, p. 290-365.

SCHWARTZENBERG, Roger-Gerard*. O estado espetáculo: ensaio sobre e contra o star system em política.* Rio de Janeiro: Difel, 1978.

SILVA, Flavio da: *Humor e sátira : o Cabrião no quotidiano da cidade de São Paulo - 1866/1867:* São Paulo. PUCSP, 2004.

SODRÉ, Nelson Werneck. *História da Imprensa no Brasil*. Rio de Janeiro: MAUAD, 1999.

SOUZA, Luciana Coutinho Pagliarini de (1986). *Charge política o poder e a fenda.* São Paulo: PUCSP.

TANKARD, J., SEVERIN, W. *Comunications Theories – origins, methods, and uses in the mass media.* Addison Wesley, 2001.

THOMPSON, John B. *A Mídia e a Modernidade, uma teoria social da mídia*. Petrópolis, Editora Vozes. 1998.

_____. *Escândalos Políticos: poder e visibilidade na era da mídia.* Trad: Pedrinho A. Guareschi. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.

VIANA, O. *Problemas de organização e problemas de decisão: o povo e o governo.* Rio de Janeiro, Record Cultural, 1974 (Edição póstuma).

WEBER, M. *Economia e sociedade: fundamentos da sociologia compreensiva.* Trad: Regis Barbosa, Karen Elsabe Barbosa. Brasília: UnbSão Paulo: Imprensa Oficial, 2004.

WOLF, Mauro. *Teorias da Comunicação*. Lisboa, Editorial Presença. 1994.

Anexo 01 – **Planilha de Análise das Paródias Animadas**

1. Título: _____

2. Data: ___ / ____/ ____

3. Personagens: ( ) Lula ( ) Heloisa Helena ( ) Geraldo Alckmin
( ) eleitor ( ) FHC ( ) Serra ( )outros _____

O candidato aparece sozinho ( ) Sim ( ) não

4. Período: ( ) Definição dos Candidatos ( ) 1°turno ( ) 2ºturno

Utilização de paródia de música popular ( ) sim ( ) não

5. Temas:

5.1. ( ) Economia
( ) Privatização
( ) Desemprego
( ) Crescimento Econômico

5.2. ( ) Campanha Eleitoral
( )Pesquisa eleitoral
( ) Debate político
( ) estratégias de campanha
( ) Outros

5.3. ( ) Política
( ) Critica ao governo do PT
( ) Critica ao governo FHC
( ) Programa de Governo PT
( ) Escândalos Políticos
( ) Outros

5.4 ( ) Candidatos
( ) Alianças
( ) Apoios
( ) Confrontos e ataques
( ) Programa de governo PSDB
( ) Programa de gotverno do PT
( ) Outros

5.5 ( ) Violência e Segurança
( ) violência
( ) combate a criminalidade
( ) política de segurança
( ) outros _____

5.6 ( ) Sociedade
( ) saúde
( ) educação
( ) política compensatória
( ) questões agrárias
( ) outros _____

6. Recursos:
( ) entrevistas
( ) declarações
( ) encontros entre candidatos
( ) paródia

7. Orador Principal:
( ) personagem criado pelo autor da charge
( ) candidato
( ) eleitor
( ) personalidade
( ) aliado
( ) oposição

8. Enquadramento

( ) humor crítico
( ) humor satírico
( )humor banalizador
( )humor grotesco