

Título: A relação mídia, humor e política: análise do episódio “deputado” da websérie Porta dos Fundos

Autor(es) Patrícia Cristina de Lima

E-mail para contato: patricia.cristina@estacio.br

IES: UNISEB

Palavra(s) Chave(s): humor, política, mídia, porta dos fundos

RESUMO

O humor possui função crítica. Bahktin (2000) enfatiza que o riso é a forma de expressão da verdade sobre o mundo. Segundo Bergson (1983), para fazer rir, a piada precisa estar intimamente ligada ao momento em que é colocada. A partir disso, a significação social passa a ser importante e em muitas situações assume função de protesto. Construir o risível engloba não apenas apontar o que há de disforme no padrão até então apresentado, mas o que pode ser apontado como falha, inadequação e exagero (COMPARATO, 2009). A política sempre foi tema frequente no humor. Desde a Grécia antiga, com suas representações caricatas de personagens, a administração, ou mais amplamente, a organização pública busca no humor a forma de representação mais crítica. Daí, Bremmer e Roodenburg (2000) colocarem que a melhor descrição de um período histórico e de suas mudanças é dada pelas suas ilustrações humorísticas. Atualmente, as representações mais fortes se dão pela internet, dada a liberdade de retorno e criação dessa mídia, algo que a TV não apresenta (SODRÉ, 2002). O presente trabalho buscou analisar as ações midiáticas que norteiam as relações entre política e humor. Para isso analisou o episódio “Deputado” da websérie humorística Porta dos Fundos. Publicado em agosto de 2013, no canal da série no Youtube, o episódio ilustra uma reunião de um deputado e seus assessores buscando assuntos polêmicos e que gerem mídia espontânea. Temas como homossexualismo, funk, negros, religião e nazismo são colocados como formas de reavivar e manter-se como centro nas conversas das redes sociais e conseqüentemente em outras mídias que ali se norteiam. Este estudo se justifica por apontar como uma produção humorística da internet ilustra fatos e satiriza principalmente a relação entre mídia e política. Com uso de claras referências de personalidades políticas daquele momento – como Ricardo Lewandowski e Joaquim Barbosa, ambos do Superior Tribunal de Justiça e participantes do julgamento do mensalão – e outras mais ligadas a sátiras da internet, como Marco Feliciano, do qual internautas abordam de forma irônica por realizar procedimentos estéticos e ao mesmo tempo posicionar-se contra a causa dos homossexuais. Para abordar a relação entre a mídia e o campo político, foram utilizados os referenciais teóricos de Maria Helena Weber (2009), Luis Felipe Miguel (2002) e Wilson Gomes (2004). Já para as questões do humor e do risível, fez-se como base nas publicações de Henri Bergson (1983), Mikhail Bahktin (2000) que explicam sua criação. Jan Bremmer e Herman Roodenburg (2000) nos trazem o humor como processo cultural e histórico, presente em todos os momentos. Já Doc Comparato (2009) apresenta o roteiro para construção do humor audiovisual, enquanto Muniz Sodré (2002) nos dá o grotesco como característica estética da arte. Ainda em construção, este estudo parte do pressuposto que a visibilidade do ator político está intimamente ligada à esfera midiática, em uma relação de interdependência que se intensificou ao longo das épocas. A mídia espontânea, ou buzz marketing (Andrade, Mazzon e Katz, 2006) tornou-se grande aliado para manutenção dessa dependência. Graças ao retorno imediato e a facilidade na medição do impacto em seus eleitores, muitos políticos, conforme retratou o episódio, tem utilizado a mídia para a construção do que Bourdieu (1990) denominou de capital político. É visível também que as produções humorísticas da internet tem se aproveitado de temas já tratados em outros meios, seguindo o que Silva (2011) chama de agendamento intermediático. A construção da imagem positiva do personagem político se torna obrigatória, como mostrado na cena do vídeo, em que o deputado prefere cuidar da aparência e se preparar para eventuais aparições públicas ao invés de trabalhar. No caso analisado, a necessidade de pautar a mídia torna-se mais importante que a própria relação com aliados políticos.