



Humor e ativismo político: práticas de cidadania e consumo pós-periférico na comunicação¹

Susan Liesenberg²

Doutoranda – ESPM SP

Resumo

O presente artigo apresenta apontamentos teóricos acerca da atuação do humor como ferramenta e agente de contestação social e ativismo político na atualidade (BAKHTIN, 1999; FONTANELLA, 2009). Pronunciadas notadamente pelos fluxos pós-periféricos e contrahegemônicos da internet (ROCHA, SILVA e PEREIRA, 2014; SARLO, 2004), procura-se neste estudo problematizar as possibilidades contemporâneas de experimentação sociais e comunicativas na mobilização política, engendradas por um consumo midiático articulado pelas práticas de cidadania e pertencimento (CANCLINI, 1998; BACCEGA, 2009; JACKS e TOALDO, 2012), vetores de transformação orquestrados pelas redes digitais.

Palavras-chave: comunicação; consumo; riso; ativismo.

1 Introdução

O estudo a seguir pretende investigar a acentuada pronúncia do humor como ferramenta no ativismo político na contemporaneidade pela utilização das mídias digitais de comunicação e seus artefatos criativos. Os cercamentos teóricos aqui dispostos procuram esboçar um entendimento inicial acerca da cultura de contestação no seio social, baseando-se em reflexões e diálogos conceituais que entrecruzam percepções sobre o riso como forma de concepção de mundo e contestação e a expressão contemporânea do digital trash como prática contrahegemônica e como materialidade desta noção (de mundo, das coisas).

Ainda que trate dos memes de humor da internet como objeto empírico e teórico, este trabalho não traz um *corpus* pontual a ser analisado com base nestas peças digitais de criatividade satírica. Em vez disso, o que se pretende, de maneira geral, é apresentar

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho Comunicação, Consumo e Novos Fluxos Políticos: Ativismos, Cosmopolitismos, Práticas Contrahegemônicas (GT5), do 5º Encontro de GTs - Comunicon, realizado nos dias 5, 6 e 7 de outubro de 2015.

² Mestre em Comunicação e Informação, linha de pesquisa Informação, Redes Sociais e Tecnologias (UFRGS). Pós-graduada em Jornalismo e Convergência de Mídias (Feevale). Jornalista pela Univali em cooperação com a Universidade do Minho (Portugal). E-mail: liesenbergs@gmail.com.



uma problematização sobre a presença do humor como ferramenta e estratégia de ativismo político pós-periférico, articulado pelo consumo midiático ativado pela circulação de fluxos e conteúdos de contestação e de participação cidadã contrahegemônicos na atualidade.

2 Riso e concepção de mundo

O conhecimento, as percepções e os significados que o homem constrói na experiência vivida têm no riso uma manifestação tradutora da importância do rir na cultura. Bakhtin (1999) destaca esta força e representatividade ao retomar a obra de Rabelais³, marco preciso de registros sobre as mudanças ocasionadas pelo riso na história, demarcando transformações sociais profundas neste sentido, em especial a partir do Renascimento. Naquela época, a atitude com relação ao riso na sociedade demarca uma fronteira durante o Renascimento, momento histórico em que o ato de rir, as motivações e expressões que o engendram evidenciam rearranjos significativos na cultura popular.

A atitude do Renascimento em relação ao riso pode ser caracterizada, da maneira geral e preliminar, da seguinte maneira: o riso tem um profundo valor de concepção do mundo, é uma das formas capitais pelas quais se exprime a verdade sobre o mundo na sua totalidade, sobre a história, sobre o homem; é um ponto de vista particular e universal sobre o mundo, que percebe de forma diferente, embora não menos importante (talvez mais) do que o sério; por isso a grande literatura (que coloca por outro lado problemas universais) deve admiti-lo da mesma forma que ao sério: somente o riso, com efeito, pode ter acesso a certos aspectos extremamente importantes do mundo (BAKHTIN, 1999, p. 57).

Considerando este valor de concepção operado pelo riso, Bakhtin (1999) debruça-se sobre a percepção do mundo pelo rir, em especial no que apresenta e compreende o riso pelos seus princípios e ideais libertários. Para o autor, a síntese entre o popular e o imaginário do Renascimento postulados por Rabelais traz importantes

¹ Um dos mais populares autores do Renascimento, François Rabelais (1494-1553), escritor, padre e médico, tornou-se referência especialmente pela publicação das obras-primas *Pantagruel* e *Gargântua*, expoentes da literatura cômica em que o francês trata de lendas populares, romances e farsas e obras clássicas diluídas na prosa satírica em crítica aos governantes da época. O escatologismo contido em seus escritos, notadamente as obras supracitadas, fez com que o autor fosse considerado impróprio pelo Parlamento Francês, pela Universidade Sorbonne e por intelectuais e teólogos da época.



considerações para o entendimento do riso como um ponto de vista particular e universal sobre o sério, além de seu caráter progressista, fruto de uma consciência desperta, vetor de crítica e liberdade social.

Com o influxo dessa nova combinação, o riso da Idade Média devia sofrer mudanças notáveis nesse grau inédito de progresso. Seu universalismo, seu radicalismo, sua ousadia, sua lucidez e seu materialismo deviam passar do estágio de existência quase espontânea para um estado de consciência artística, de aspiração a um fim preciso. Em outros termos, o riso da Idade Média, durante o Renascimento, tornou-se a expressão da consciência nova, livre, crítica e *histórica* da época. Isso foi possível apenas porque, após mil anos de evolução, no curso da Idade Média, os brotos e embriões desse caráter histórico e seu potencial estavam prontos para eclodir (BAKHTIN, 1999, p. 63).

Ainda que configurada numa sociedade cerceada, vivendo sob a égide de regimes de controle autoritários, a cultura popular do riso na Idade Média ganhou pronunciado relevo como expressão social ao desenvolver-se fora – à margem – da esfera oficial da ideologia e da cultura elevada. Nesta época, separaram-se do riso os seus aspectos oficiais, religiosos e estatais, formando-se, a partir disso, “seu próprio ninho não-oficial, mas quase legal” (Bakhtin, 1999, p. 71, ao abrigo de festividades integrantes do calendário religioso e popular, que marcavam essa transformação.

Em celebrações e comemorações datadas – tal como a “Festa dos Loucos”, instituída nos primeiros anos do Cristianismo –, rituais e simbologias religiosas eram transpostas para o plano material e corporal na promoção de ritos de degradação – “grosserias, juramentos, textos e sentenças sagradas correntes travestidas e viradas do avesso” (BAKHTIN, 1999, p. 75), onde o riso era a tônica da expressão crítica: “tudo que entrasse nessa linguagem, devia obrigatoriamente submeter-se à força degradante e renovadora do poderoso “baixo” ambivalente” (p. 75). Estudantes, clérigos e habitantes medievos celebravam o Dia de Santo Estêvão, Ano Novo, Dia da Trindade e de São João ao sabor dos excessos da glotonaria, das obscenidades e dos desnudamentos, da embriaguez e do escracho, desvirtuando naquelas efemérides os valores impostos pelo poder, numa consciente zombaria do *establishment*.



Ao discorrer sobre o porquê de as autoridades religiosas e monárquicas permitirem as manifestações em que suas figuras e valores eram degenerados, Bakhtin (1999) resgata uma antiga apologia ao vinho para justificar a estratégia dos dirigentes da época para a manutenção da ordem social. “Os tonéis de vinho explodiriam se de vez em quando não fossem destapados, se não se deixasse penetrar um pouco de ar. Nós, os homens, somos tonéis mal-ajustados” (Bakhtin, 1999, p. 65). Em processamento no nosso íntimo, este *vinho da sabedoria*, ou a nossa consciência das coisas, nos faria explodir, convulsionar socialmente, se na “*incessante fermentação* da piedade e do temor divino” não tivéssemos uma trégua das pressões cotidianas impostas pelo poder. Deste modo, ao vinho, como ao povo, “é preciso dar-lhe ar, a fim de que não se estrague. Por isso permitimo-nos alguns dias de bufonaria (a tolice), para em seguida regressar com duplicado zelo ao serviço do Senhor” (BAKHTIN, 1999, p. 65), tal como se vivencia ainda atualmente em tempos prévios à Quaresma, quando o Carnaval figura como expoente festivo desta dinâmica circunscrita ao extravaso popular frente à contenção dos ânimos.

Revelava-se nisto, para Bakhtin, um aspecto segundo do riso protagonizado pela sua força atuante no seio social, que é o caráter popular, carnavalesco e público, cujos princípios organizadores têm neste riso e no baixo material e corporal a sua expressão estética mais legítima: “Esse aspecto revestia-se de formas próprias, possuía seus temas, suas imagens, seu ritual particulares” (BAKHTIN, 1999, p. 71). As manifestações artísticas e o teor de crítica contido nestas expressões (em formas, temas, imagens, rituais) desenhavam assim uma cena alternativa que margeava a alta cultura e seus valores hegemônicos.

No que nomina como um “sistema de alusões” (1999, p. 53) a determinados acontecimentos e personagens da época, Bakhtin localiza a construção de uma estética contestatória e desafiadora manifestada pelo riso. Em análise ao contexto de recusa e crítica ao poder instituído, o autor registra justamente que foi em virtude de sua extra-oficialidade ao poder hegemônico que “a cultura do riso se distinguiu por seu radicalismo e sua liberdade excepcionais, por sua implacável lucidez” (1999, p.



62). Ao travestir o sério e dar-lhe ares cômicos, “por toda parte, no sentido, na imagem, no som das palavras e dos ritos sagrados, procurava-se e encontrava-se o calcanhar-de-aquiles que permitisse convertê-los em objeto de derrisão” (BAKHTIN, 1999, p. 75). Considerando que “a estética é uma relação que se estabelece entre o ser humano e uma certa combinação de formas”, Morin (1973, p. 103) igualmente registra este exercício do homem de motejar e escarnecer as coisas do mundo pelo riso – pelo seu “caráter eruptivo, instável e intenso” – com finalidades libertárias e uma possibilidade de desvanecimentos das tensões e opressões vividas.

Como foi recentemente estabelecido, o sorriso, o riso e as lágrimas são-nos inatos (Eibl-Eibesfeldt, 1970, e em publicação). Trata-se de uma característica profunda, constitutiva da natureza humana, e sobre a qual as culturas vão elaborar as suas semióticas diversas, sem nunca lhes anular as significações antropológicas originais. Não podemos dizer se o sorriso, o riso ou as lágrimas surgiram antes do *sapiens*, mas o que é provavelmente próprio do *sapiens* é a intensidade e a instabilidade que assumem a alegria e a tristeza. Risos e lágrimas são estados violentos, convulsivos, espasmódicos, são rupturas, abalos e, de resto, podem reunir-se e permutar-se (MORIN, 1973, p. 105).

Pela sua contextualização de que “fenômenos mágicos são potencialmente estéticos e fenômenos estéticos são potencialmente mágicos”, Morin (1973, p. 98) estabelece conformidade com a percepção de Bakhtin (1999, p. 71) quando este diz que entregar-se ao riso atende ao arrebatamento social que a participação no rir suscita: “a cultura cômica da Idade Média pertencia de fato ao conjunto do povo. A verdade do riso englobava e arrastava a todos, de tal maneira que ninguém podia resistir-lhe”, tão intrinsecamente vinculado que estava (que *está*) com as questões sociais e históricas de um tempo e seus significados sociais, contidos na construção expressiva do riso como fenômeno estético e mágico, neste termos.

No sentido de compreender a estética em confluência com um viés sociológico para a análise de processos culturais, e dando agora um salto no tempo do Renascimento para os dias atuais, ao analisar vídeos de paródias (ou vídeos *spoofs*) postados no YouTube, Felinto (2008) também traz apontamento sobre o que entende como a



manifestação de um fenômeno que faz parte das poéticas da cultura tecnológica contemporânea, arregimentadas pela “rica simplicidade das práticas comunicativas que acontecem por lá (*no YouTube*)” (BURGESS e GREEN, 2009, p. 26). Felinto lança luzes sobre a relativização do “valor cultural” de tais produções, ressaltando que é o riso (e o que ele traz consigo como objeto de desvirtuamento, chacota, escárnio) o que importa em seu consumo, e não considerações ou julgamentos de *valor* fundados num enquadramento de alta cultura.

Seria conveniente que esse lixo cultural fosse, então, varrido para baixo do tapete da história e desaparecesse comodamente de nossas vistas. Mas não foi o que aconteceu. Graças ao desenvolvimento tecnológico dos próprios meios eletrônicos de comunicação, os refugos da cultura encontraram não apenas novos espaços de visibilidade como também um novo valor social (FELINTO, 2008, p. 34).

Este valor social renovado consiste, segundo Felinto (2008), na mobilização que a peça humorística gera sob o apelo da paródia como uma tendência dessacralizadora característica do pós-modernismo, o que o autor aborda pela perspectiva do excess (BAKHTIN, 1999; MORIN, 1973). Fontanella (2009, p. 13) corrobora esta análise e acrescenta que “a estética do trash na verdade traduz a pouca importância que a qualidade técnica tem nesse jogo em relação à sensação se participar de uma corrente (...) com o objetivo de partilhar as risadas”. Assim, é por conter em si a força magnetizadora das significações sociais que carrega e suscita que faz com que o riso tenha esse valor social reformulado.

3 O digital trash como corrente de transformações

Por digital trash – ou lixo digital – entende-se o fenômeno típico da cibercultura que “envolve as práticas de produção, reprodução, compartilhamento e consumo de produções textuais, e audiovisuais fundamentadas em uma estética intencionalmente tosca, frequentemente difundido de forma viral através de redes sociais” (FONTANELLA, 2009, p. 3). Primo (2007) faz questão de assinalar que o “digital trash não é lixo”, buscando diferenciá-lo do conceito de trash tomado simplesmente como um produto midiático de baixa qualidade, de uma forma classificatória. No



mesmo sentido de Felinto (2008), Primo reconhece o novo valor do social deste “lixo” ao afirmar que, neste caso, “importa menos a qualidade técnica dos produtos do que as sensibilidades coletivas que agitam” (PRIMO, 2007, p. 9), conforme também destaca Fontanella (2009):

Trata-se de uma estética que engloba um conjunto diversificado de práticas culturais, exploradas de forma desigual pelos diferentes agentes envolvidos, e apropriando-se simbolicamente da tecnologia como também oferecendo uma interface entre os diferentes imaginários em rota de colisão pela convergência entre velhos e novos sistemas de comunicação (FONTANELLA, 2009, p. 14).

Dentro deste panorama, a rápida criação e circulação de conteúdos do digital trash está efetivamente presente no desenvolvimento potencial das tecnologias de comunicação que pertencem e servem ao ferramental recente da internet, o que muda portanto radicalmente sua forma de consumo (veloz, intermitente, de longo alcance, conectivo e dialógico) e modifica as ordens motivacionais das práticas neste(s) meio(s) tecnológicos de uso social. As intermitentes e caudalosas apropriações de humor (CORNUTTI e LIESENBERG, 2013) que despontam nos circuitos diversos da rede são exemplo material disso.

Assumimos a necessidade de pensarmos essas relações, que tem como vetor impulsionador o riso e o humor, por acreditarmos que tanto um como o outro alteram as relações sociais e se configuram com um potencial de energização para a forma do próprio sujeito em narrar e propagar determinado acontecimento. (...) Neste contexto, o riso e o humor são vistos como um mecanismo de potencialização das trocas de informações e de trocas sociais entre os indivíduos. Os sujeitos encontram-se envolvidos em uma dinâmica técnico-social na qual se adaptaram para formar padrões em que a visibilidade midiática resulta em modificações na maneira de perceber e registrar fatos do cotidiano (CORNUTTI, COELHO e LIESENBERG, 2013, p. 87).

Desta dinâmica técnico-social de envolvimento dos sujeitos e capacidade de criação de conteúdos, Lemos (2005) conceitua o que entende por uma “ciber-cultura-remix”, isto é, “as possibilidades de apropriação, desvios e criação livre (que começam com a música, com os DJs no hip hop e os Sound Systems) a partir de outros formatos, modalidades ou tecnologias” (LEMOS, 2005, p. 1), e se espriam a todo tipo de



produção e promoção cultural na rede (musical, audiovisual, textual, imagética, etc). A “liberação da emissão, o princípio em rede e a reconfiguração” são os vetores potenciais das tecnologias digitais que fundam as três principais leis que estão na base da ciber-cultura-*remix* (LEMOS, 2005, p. 2). Com qualquer conteúdo com o qual seja possível aplicar recursos de criação e compartilhamento na rede, faz-se um *remix* de referências. Agregam-se possibilidades para uma mesma imagem, atribuindo-se, por meio de recortes, colagens, mosaicos e novas organizações, outros contextos, deslocamentos, polifonias e ressignificações, não apenas presentes nos conteúdos digital trash, mas preponderantemente característicos da estética trash.

Lemos (2005) faz importante consideração sobre a prática social de criação e compartilhamento de conteúdos ocorrida por conta do ferramental comunicacional e criativo da internet. Apropriações, ressignificações, desvirtuamentos estão presentes na cultura popular desde tempos remotos, a exemplo das paródias e sátiras da Idade Média, como Bakhtin (1999) problematiza. A novidade, neste processo contemporâneo marcado pela configuração das novas tecnologias criativas e de comunicação social digital, não é, portanto, “a recombinação em si mas o seu alcance” (2005, p. 2). Por este aspecto – o alcance que tais produções culturais atingem, e a sua velocidade de projeção – “o digital trash seria uma espécie de matéria prima para a formação do “tecido social” através das interações mediadas na Internet” (FONTANELLA, 2009, p. 5).

As informações contidas neste mainstream são “consideradas como informações anticonvencionais, marginais e lúdicas, compreendidas como parte da categoria “digital trash” (RECUERO, 2007, p. 12), categoria esta “particularmente beneficiada pelos contrafluxos surgidos na Internet, graças ao valor percebido e sua rápida difusão nas redes sociais” (RECUERO, 2007, p. 12), valor este que tem no riso (pelo escracho, pela sátira, pela paródia) ator de transformações sociais, tal como a sua pronúncia presente na cultura de protesto e ativismo social atual.

No que toca o riso associado ao digital trash, Lemos (2005) remonta ao cyberpunk pela atitude contestatória do “faça você mesmo” (e suas criações de subversão em



protesto ao *establishment*) e vincula a esta estética fortes traços contraculturais em níveis táticos e subversivos, articulados pela apropriação social das tecnologias de comunicação. De acordo com Bakhtin (1999, p. 81), o riso não se presta a servir como “um instrumento de opressão e embrutecimento do povo. Ninguém conseguiu jamais torná-lo inteiramente oficial. Ele permaneceu sempre uma arma de liberação nas mãos do povo” (BAKHTIN, 1999, p. 81). Neste sentido, Acselrad (2007, p. 135) confirma a liberdade crítica do humor e sua utilização “como poderosa ferramenta de libertação, parceiro da razão esclarecida na tarefa de tornar o homem uma figura melhor e mais feliz posto que mais próximo de sua humanidade e de sua real condição de mortal auto-consciente”, expresso como “uma forma de lidar com as questões mais graves e profundas a partir de uma superfície apaziguadora mas ferina, sutil e sarcástica” (ACSELRAD, 2007, p. 135). Esta ferramenta de libertação de que trata Acselrad (2007) utiliza-se do humor (e é ele) e sua magnetização social das interações pela rede e vistas nas dinâmicas contemporâneas do ativismo político.

4 Consumo pós-periférico e ativismo político

Atestando que, na cultura, “o riso não entrava o homem, libera-o. Caráter social, coral, do riso, sua aspiração à comunidade, ao universal. As portas do riso estão abertas a todos” (BAKHTIN, 1997, p. 204), Bakhtin elucida um ponto sociológico do riso que se coloca em consonância com a cultura do digital trash, que “permite uma interface legítima e organiza as práticas de consumo heterogêneas dentro de grupos distintos” (FONTANELLA, 2009, p. 13). Na internet, pela descentralização midiática dos meios e a abertura de canais de criação, publicação e compartilhamento, grupos marginais encontram na Internet o ambiente fundamental para suas trocas informacionais, canais sem os quais as informações provenientes desses públicos poderiam ser ignoradas (RECUERO, 2007).

Como resultado do acesso a tecnologias sociais de criação e publicação de conteúdo, Gabbay (2007) aponta para uma transição de paradigmas onde antigos conceitos de tradição e erudição vêm cedendo espaço para novas formas de cultura e fala populares, amparadas e possibilitadas pelo uso das tecnologias de comunicação e



mídia. Assim, no que sustenta pela definição de um capitalismo cognitivo, baseando o valor capital na sensação de participação e na presença em participar, “a força do trabalho adquire sentido na especificidade do conhecimento e do sujeito que o produz, em sua capacidade subjetiva de criação” (GABBAY, 2007, P. 3), tal como ocorre no circuito musical do tecnobrega, onde a maneira de produzir, distribuir e promover música deflagra assim “novos modelos de produção cultural, que estão emergindo das periferias globais (LEMOS e CASTRO, 2008. P. 18)”. No circuito do tecnobrega, “o espaço ritualístico e canônico do teatro é transplantado às festas de aparelhagens, e com isso, os ruídos provenientes da vida urbana, da periferia e das diferenças socioculturais, ganham volume e espaço de ressonância” (GABBAY, 2007, P. 12) pela mobilização e participação social que arregimenta.

Nesta remodelação tecnológica das práticas sociais, Canclini (1998, p. 308) não apenas enxerga uma redução da distância entre concepção e execução dos produtos comunicacionais, seu conhecimento e aplicação, informação e decisão, como situa nesta dinâmica que a “apropriação múltipla de patrimônios culturais abre possibilidades originais de experimentação e comunicação, com usos democratizadores dos meios”. Por esta dinâmica de consumo midiático, Rocha, Silva e Pereira (2014) situam o que compreendem como a voz de ação e atuação do “pós-periférico”, ou “a periferia do mainstream, a periferia das cidades, a periferia do status quo branco, conservador, de classe média, e do que, não sem igual generalismo, se denomina as classes dominantes” (p. 2), que se percebe em sua ruidosa participação na torrente midiática do digital trash, nos *memes* paródicos, nas críticas e expressões sociais neles expostas, manifestadas, discutidas.

Sinalizadores da circulação de fluxos que evidenciam tais dinâmicas, Rocha, Silva e Pereira (2014) contextualizam a construção conceitual da cena pós-periférica – “dinâmicas pós-periféricas e da circulação de fluxos buttom-up de significação - de si, dos outros, do mundo em que se vive” (ROCHA, SILVA e PEREIRA, 2014, p. 2) – pela expressão de fenômenos como os rolezinhos e o funk-ostentação, percebendo



neste fenômeno sujeitos de ação com discursos que atuam a partir de uma região de bordas, de “periferias”, num sentido marginal ao hegemônico.

Nisto se cristalizaria a interface do consumo com a comunicação das mídias digitais, estreitando assim as relações de consumo, entretenimento e política, que se apresentam borradas e em associações de conflito, o que exige uma atenção a respeito das contradições, descontinuidades e complexidades que tocam as formas de participação política e os usos midiáticos, dentre outros aspectos, frisam as autoras.

Este ativismo pós-periférico, Sarlo (2010, p. 11) entende como um contracânone das bordas (bordas, que a autora coloca como uma alternativa a nomenclaturas como ‘de margem’, ‘marginal’ ou ‘de cultura periférica’) culturais, ou seja, dos ruídos e vozes que emergem como elementos novos das culturas urbanas. Williams (1979, p. 142) registra que, na sociedade, “por vezes, o aparecimento de uma nova estrutura de sentimento se relaciona melhor com a ascensão de uma classe” (tal como ocorreu entre puritanos derrotados e corte restabelecida, Inglaterra entre 1660 e 1690). Essas novas estruturas de sentimento oriundas das dinâmicas pós-periféricas de circulação de fluxos vêm ao encontro das discussões sobre movimentos sociais e cidadania, “eixos centrais nas teorias de recepção latino-americana” (COGO, 2009, p. 9).

No marco das mobilizações sociais, como distinguir o consumo reflexivo ou “que serve para pensar” em um tempo marcado por interconexões em rede? No âmbito do chamado ativismo global, como se configurariam as novas ações políticas, que se organizam apesar da dispersão geográfica dos atores, como as chamadas convocatórias relâmpago através da internet? (COGO, 2009, p. 9).

Nestas correntes de transformação articuladas pelas virtudes interativas dos meios sociais de comunicação, conjuga-se o encadeamento social de presença e ação, contato e troca, conexão e significação, coexistência entre tecnologia e ação comunicativa, consciente, significativa, como dispõe Castells (2002). Partindo da vertente do consumo cultural de que trata Canclini (1995) – na teoria sociocultural do consumo como conjunto de processos em que se realizam apropriações e usos dos produtos culturais em que o valor simbólico prevalece aos valores de uso ou troca –, Jacks e Toaldo (2012) conceituam o consumo midiático pela interface que entrecruza



consumo e mídia (a mídia que medeia este consumo) e apresentam reflexões que encaminham esta problematização.

Tal como Castells (2002) e Canclini (1995), as autoras pensam o consumo midiático pelo olhar do consumo da mídia/de uma mídia para seus fins comunicativos sociais, olhando em específico para os conteúdos produzidos pela e com determinada mídia pelos usuários (o que configura o processo de consumi-la como atividade pensada para a produção de sentidos e significações, articulando públicos, conteúdos e suas expressões, tal como ocorre com os memes de humor) *através/por meio das* práticas culturais em torno desta mídia: “Enfatiza-se seu entendimento como estudos da ordem da relação mais ampla com os meios de comunicação, sua presença no cotidiano pautando tempos, espaços, relações, percepções etc” (JACKS e TOALDO, 2012, p. 8). Para que se encontre resposta sobre um fenômeno que articula mídia e consumo, Citelli (2004) adverte para que se considere olhar “menos o problema dos meios em si como fontes de exercício do controle social e mais o das mediações sociais e culturais que circundam a experiência dos destinatários das mensagens” (p. 248).

O que se pretende, portanto, é retomar, por outra via, a discussão acerca dos modos de presença dos veículos de comunicação, reafirmando a necessidade de entendê-los sob o ciclo das novas dinâmicas tecnológicas e políticas, particularmente, reforçando a ideia da reorientação do papel que estava reservado ao receptor/destinador (CITELLI, 2004, p. 71).

Articulando também a inter-relação de comunicação e consumo pela prática cidadã, Baccega (2009) compreende neste sentido o conceito de consumo pelo pressuposto da cidadania, isto é, do “sujeito consciente, sujeito de direitos, que tem conhecimento sobre eles, que seja dado a eles condições de acesso a esse conhecimento” (p. 2), dando-lhe o direito de consumir bens materiais ou simbólicos para o exercício de práticas sociais de pertencimento (BACCEGA, 2009, p. 2).

Componentes onipresentes e representativos deste mainstream informacional, os *memes* são uma espécie de projeto coletivo informal (FONTANELLA, 2009). Eles vêm à tona com suas críticas e contestações sociais num engendramento de um “alone together” (TURKLE, 2011), no que diz respeito a cada um poder postar algo ou



publicar individualmente direto de seu dispositivo digital de uso pessoal, mas que encontra na rede um “together alone”, como Herschmann (2010) menciona ocorrer na orquestração de um “do it yourself” para a força do “do it together”, formando assim o que Recuero (2009, p. 94) conceitua como uma redes sociais emergentes, redes que se formam repentinamente, em qualquer espaço social da rede, tal como as convocatórias-relâmpago de ativismo político de que trata Cogo (2009), espalhadas para todas as suas instâncias interativas.

McClaren pontua que “a narratologia pós-colonial encoraja pessoas oprimidas a contestarem as histórias fabricadas para elas por “estrangeiros”” e constrói assim “contra-histórias que dão formato e direção para a prática da esperança e para a luta por políticas emancipatórias da vida cotidiana” (MCLAREN, 1997, p. 191). Nas redes digitais, essas contra-histórias formam o que Castells (2012) entende como um novo modelo de participação cidadã, fundado em espaços de autonomia para sentimentos coletivos de indignação e esperança. Estas redes, dinâmicas e autônomas (CASTELLS (2012), geram em seu movimento justamente um movimento que “tem o poder de afetar a mudança (...) Quanto mais nos unimos à causa, maior é o nosso poder” (CASTELLS, 2012, p. 146). “O riso levanta as barreiras, abre o caminho”, preconiza Bakhtin (1997, p. 206). Assim, investigar como as dinâmicas de comunicação e consumo são engendradas por esta participação cidadã pelo humor pode ajudar a compreender nuances das novas ordens de ativismo político contemporâneo, permitindo fazer inferências sobre a atuação do humor (pelo riso) neste contexto sociocultural e comunicacional atual.

Considerações finais

Atentando para a onipresença e a intermitente profusão dos memes de humor na internet, presentes em especial nas correntes e mobilizações vinculadas a movimentos de ativismo social e político pós-periféricos, conforme se dispôs neste estudo, entende-se ser caro ao campo da Comunicação buscar a elucidação de pontos que tocam a articulação sociocultural destes artefatos criativos como estratégia de ação comunicacional e de contestação, uma vez que deles se podem retirar (porque neles se



inletem) significações sociais cruciais dos contextos contemporâneos de seu consumo midiático.

Embora a presença do humor no ativismo político não seja por si só atual, haja visto ser objeto histórico de teorizações, o que este estudo buscou problematizar é o alcance e a representatividade que os memes paródicos têm no consumo midiático contemporâneo pela atuação das culturas contrahegemônicas. Por estar especialmente inserida num contexto de participação social pós-periférica latente – via a utilização de ferramentas e artefatos humorísticos e as práticas sociais tecnológicas, geradoras de correntes de transformações sociais e políticas sem precedentes em termos de amplitude e mobilização, daí a sua importância de análise –, intentou-se aqui abordar a construção inicial desta problematização, reconhecendo-se desde já o aprofundamento que cada um dos tópicos aqui elencados requer para que se possa fazer futuras e mais precisas inferências sobre a pronúncia deste fenômeno (o humor no ativismo político), intimamente circunscrito ao cenário midiático, politizado e humorificado atual.

Referências bibliográficas

ACSELRAD, M. **O humor como estratégia de comunicação**. Revista de Comunicação, Cultura e Teoria da Mídia. São Paulo, março/2004 n. 05. Centro Interdisciplinar de Semiótica da Cultura e da Mídia.

BACCEGA, M. A. **Inter-relações comunicação e consumo, receptor e consumidor**. Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Epistemologia da Comunicação, do XVIII Encontro Compós, na PUC-MG, Belo Horizonte, MG em junho de 2009.

BAKHTIN, M. **A Cultura Popular na Idade Média e no Renascimento**. Brasília: Hucitec, 1999.

_____. **Estética da criação verbal**. Martins Fontes. SÃO PAULO 1997.

BURGESS, J.; GREEN, J. **YouTube e a Revolução Digital: como o maior fenômeno da cultura participativa está transformando a mídia e a sociedade**. São Paulo: Aleph, 2009.

CANCLINI, N. G. **Culturas híbridas**. São Paulo: Edusp, 1998.

_____. **Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización**. México, Grijalbo, 1995, p. 41-55.

CASTELLS, M. **A Sociedade em Rede**. Paz e Terra, 2002.

_____. **Redes de Indignação e Esperança – Movimentos sociais na era da internet**. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

CITELLI, A. **Comunicação e educação. A linguagem em movimento**. 3ª ed. São Paulo: Editora Senac, 2004.



- COGO, D. **Los Estudios de Recepción en América Latina: perspectivas teórico-metodológicas.** Portal de la Comunicación. Barcelona: Instituto de la Comunicación (InCOM) de la UAB (Universidade Autônoma de Barcelona), 2009.
- CORNUTTI, C.; COELHO, I; LIESENBERG, S. **A energização do riso e do humor em conteúdos apropriados e compartilhados na web: o restauro do "Cristo de Borja".** In: Alex Primo. (Org.). Interações em Rede. 1ª ed. Porto Alegre: Editora Sulina, 2013.
- CORNUTTI, C.; LIESENBERG, S. **Aproximações com o conceito de apropriação: uma associação com as imagens de celebridades no blog "Te Dou Um Dado?".** Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Comunicação e Cibercultura do XXII Encontro Anual da Compós, na Universidade Federal da Bahia, Salvador, de 04 a 07 de junho de 2013.
- FELINTO, E. **Videotrash: o YouTube e a cultura do "spoof" na internet.** Revista Galáxia, São Paulo, n. 16, p. 33-42, dezembro de 2008.
- FONTANELLA, F. **O que vem de baixo nos atinge: intertextualidade, reconhecimento e prazer na cultura digital trash.** Trabalho apresentado no GP de Cibercultura. XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Curitiba, PR – 4 a 7/set/2009.
- GABBAY, M. **O tecnobrega no contexto do capitalismo cognitivo: uma alternativa de negócio aberto no campo performático e sensorial.** In: Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós), 2007.
- HERSCHMANN, M.. **Crescimento dos festivais de música independente no Brasil.** In: Sá, Simone Pereira de (org.). Rumos da cultura da música: negócios, estéticas, linguagens e audibilidades. Rio de Janeiro: Sulina, 2010.
- JACKS, N; TOALDO, M. **Consumo midiático: uma especificidade do consumo cultural, uma antessala para os estudos de recepção.** Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Recepção: processos de interpretação, uso e consumo midiáticos do XXII Encontro Anual da Compós, na Universidade Federal da Bahia, de 04 a 07 de junho de 2013.
- LE MOS, A. **A arte da vida: diários pessoais e webcams na Internet.** XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 de setembro de 2002.
- LE MOS, R; CASTRO, O. **Tecnobrega: o Pará reinventando o negócio da música.** Rio de Janeiro: Aeroplano, 2008.
- McLAREN, Peter. **Multiculturalismo crítico.** São Paulo: Cortez, 1997
- MORIN, E. **O paradigma perdido: a natureza humana.** Lisboa: Europa-América, 1973.
- PRIMO, A. **Digital trash e lixo midiático: A cauda longa da micromídia digital.** In: Vinicius Andrade Pereira. (Org.). Cultura Digital Trash: Linguagens, Comportamentos, Entretenimento e Consumo. Rio de Janeiro: e-Papers, 2007, v., p. 77-93.
- RECUERO, R. **O Digital Trash como Mainstream: Considerações sobre a difusão de informações em redes sociais na Internet.** In: Vinicius Andrade Pereira. (Org.). Cultura Digital Trash: Linguagens, Comportamentos e Desafios. Rio de Janeiro: E-papers, 2007.
- _____. **Redes sociais na internet.** Porto Alegre: Sulina, 2009.
- ROCHA, R de M; SILVA, J.; PEREIRA, S. **Imaginários de uma outra diáspora: consumo, urbanidade e acontecimentos pós-periféricos.** Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho "Imagens e Imaginários Midiáticos" do XXIII Encontro Anual da Compós, na Universidade Federal do Pará, Belém, de 27 a 30 de maio de 2014.
- SARLO, B. **Cenas da vida pós-moderna: intelectuais, arte e vídeo-cultura na Argentina.** Rio de Janeiro: Editora da UFRJ, 1997.
- TURKLE, S. **Alone Together - Why we expect more from technology and less from each other.** New York: Basis Books, 2011.
- WILLIAMS, R. **Marxismo e literatura.** Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1979.