

Humor e Política na Dinâmica das NTICs

Silvana Gobbi Martinho*

Resumo: 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.

Palavras Chaves: Humor, campanha eleitoral e Internet

Introdução

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 - www.charges.uol.com.br – 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 idéias.

Consideramos importante analisar a representação humorística de um processo eleitoral, pois nela pode-se explorar a ambivalência do debate em todas as suas formas, seja na construção de um discurso alternativo, ou em outros discursos.

Para analisar o conteúdo do site pretende-se utilizar uma metodologia quantitativa e qualitativa.

Com relação ao estudo pormenorizado das animações e a contemplação dos diversos elementos das mesmas, foi desenvolvida uma planilha 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

* Mestranda em Ciências Sociais pela PUCsp; pesquisadora NEAMP e Editora da Revista Aurora – Revista Digital em Arte, Mídia e Política.

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.

Política e Internet

A grande realização da política na 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, 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, que interagem a partir de variados caminhos percorridos em uma rede global. 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 integração 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 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 são através delas que organizações, instituições, políticos e movimentos, sejam da extrema direita ou da extrema esquerda divulguem suas intenções e ações.

As pesquisas sobre as Novas Tecnologias da Informação e Comunicação (NTICs) têm-se mostrado alvo de inúmeros debates suscitados pelas transformações sociais que vem 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, estando presente na realidade direta ou indireta de parcela significativa da população, interferindo e produzindo novas práticas de ação política, em especial dentro da internet, que leva ao desafio de buscar entender e analisar essas novas relações construídas a partir do uso das novas tecnologias.

Parte da literatura sobre a temática das NTICs vão ser denominados de ciberotimistas, pois eles colocam na internet uma capacidade de renovação democrática, devido entre outros fatores a 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 descentralização 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 e outros.

Paralelo a essa visão otimista com relação a 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 as ferramentas capazes de realizar ações políticas.

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 acrescentar argumentos entre os candidatos que disputam pelo poder.

Esse novo veículo de comunicação, a Internet, devido a sua arquitetura em rede, irá aumentar as possibilidades de participação política, entretanto, é válido ressaltar, que ela irá corresponder a 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 da sociedade. 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 jornalista que se posicionavam politicamente em relação as candidaturas, pode-se perceber a presença das NTICs durante todo processo político eleitoral.

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.

O humor na Internet

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.

Com o intuito de perceber essas novas formas de manifestação humorística, foi selecionado o site *Charges.com*¹ 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 a 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 São Paulo e Folha de São Paulo), nas quais as charges estão expostas na página A2, lugar ocupado pelo jornalismo opinativo através das colunas e das charges, fazendo referência direta aos assuntos abordados pelos colunistas. A página da web *Charges.com* não está diretamente vinculado a nenhum editorial, pois ele está hospedado em um grande portal que é o Universo On-line², 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, onde o tom irônico do autor 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 da e com a realidade a partir de personagens públicos e atores políticos conhecidos.

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

¹ Disponível em: www.charges.uol.com.br

² Disponível em: www.uol.com.br

com que essas manifestações se desgastem devido, entre outros fatores, a 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 (<http://kibeloco.com.br/kibeloco/>); Humor Babaca (www.humorbabaca.com); Portal do Humor (www.portaldohumor.com.br) Humor Tadela (www.humortadela.uol.com.br); e Charges.com (www.charges.uol.com.br).

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

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 áudio visual que diversos temas são abordados com o determinante da atualidade.

Charge, hibridismo e paródia

As animações presentes no site *Charges.com*, são definidas por Mauricio Ricardo, autor das mesmas, como charges, entretanto, elas possuem características que transcendem o que se entende como charges e outras que se diferem.

Muitas são as formas existentes de representações humorísticas. São elas: histórias em quadrinho, caricatura, charges, cartoon e paródias de O humor é antes uma arma de ataque e não de defesa.

As charges são definidas como expressão artística vinculada 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, caracterizado pela condensação de elementos capazes de transmitir

uma idéia a partir de um ou dois quadros, priorizando a linguagem imagética com relação a linguagem verbal.

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), ela se caracteriza por esse grande hibridismo, assim como as animações presentes no site, ocorre um hibridismo entre charges, paródia, história em quadrinho, caricatura, cartoon e cinema. Ocorre quase que uma cena.

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

Entretanto, o conceito básico de charge corresponde na representação das idiossincrasias de uma determinada sociedade a partir de uma linguagem abstrata e da concisão de idéias 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 quadrinho, 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 quadrinho se fazem presente quando na animação ocorre a participação de um personagem fixo, que se faz presente e intervém no debate proposto pelo autor.

O grande número de quadros, o excesso das cores, som e movimento fazem do universo da animação um grande 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 a charge impressa. Ocorre uma narrativa que se desenvolve no decorrer dos quadros, há uma cena, como um filme.

Os desenhos presentes no site em estudo 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 um grande hibridismo entre os variados elementos capazes de pensar sobre a realidade na qual estão inseridos e produzir um efeito cômico, são eles: charges, paródia, história em quadrinho e caricatura. Nesse sentido denominaremos os desenhos analisados como paródias animadas.

Charges.com

Charges.com é um site criado por Mauricio Ricardo Quirino com o objetivo de explicitar suas idéias a partir das animações, 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 pioneiro 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 (fonte: IBOPE), o que influenciou o desejo dos grandes provedores de ter o site como um de seus produtos e também uma maior quantidade de anúncios publicitários. É através desses banners que o site se mantém economicamente.

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 atualmente³ 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 de 2003 a página esta hospedada no provedor da UOL (universo online) que corresponde a um grande portal da Internet. Se

³ A partir de 2003 o site passa a ser hospedado no UOL

comparado aos blogs devido à hospedagem em um dos principais portais da Internet, de acordo com o estudo desenvolvido pelo Penteado et al (2006), eles *“tem menos liberdade para expressar suas idéias, uma vez que eles estão ligados a uma instituição com interesses sociais, políticos e econômicos, com uma linha editorial, muitas vezes não expressa formalmente, mas que conduzem (indiretamente) o funcionamento dos blogs e seus conteúdos”*. Por outro lado, são os grandes portais que possibilitam o aumento de sua credibilidade uma vez que, *“o internauta confere um maior status ao blog por ele estar vinculado a um grande portal de Internet. A presença nos portais também confere maior visibilidade ao blog, tornando-o mais conhecido, e conseqüentemente ampliando o número de acessos.”*. (PENTEADO et al, 2006: 5).

Segundo o próprio autor⁴, 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 a página de humor 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 intervenção artística dos colaboradores, quando isso ocorre os nomes dos mesmos são exposto ao fim das paródias animadas, abaixo da assinatura de Mauricio Ricardo em letras menores.

A Internet em seu conjunto de relações que se realizam em redes globais propicia ao site uma projeção em âmbito internacional, tendo seu conteúdo visto por todos os países de língua portuguesa.

⁴ Entrevista concedida ao estudo via skype

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. (PROPP,1992) Entretanto, o humor realizado na Internet é ampliado para um âmbito internacional, devido a própria característica dos novos meios de comunicação que inserido na 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.

As eleições presidenciais no site *Charges.com*

Iniciou-se o estudo das charges em um período anterior a 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.

O site foi atravessado por diversos assuntos, dentre eles: 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: televisão; esportes, política, Espinha e Fimose; e especial.

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 a Copa do Mundo de 2006, cuja temática do futebol foi prioritária e mesmo os assuntos políticos eram abordados ao contexto da Copa do Mundo.

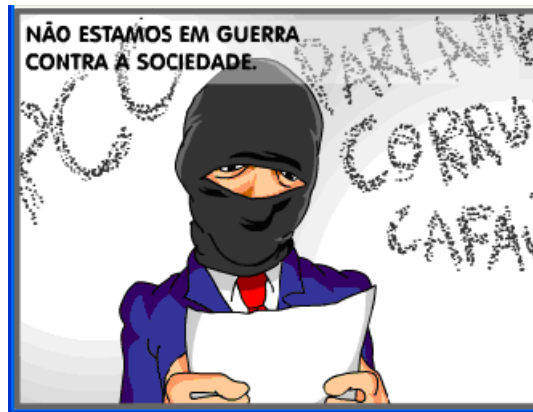
Este estudo pretendeu analisar as paródias animadas veiculadas no site www.charges.uol.com.br, de autoria de Maurício Quirino, publicadas no período correspondente aos meses de janeiro a novembro de 2006, que possuíam imagens ou referências aos candidatos a Presidência da República. São eles: Luiz Inácio 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.

Os temas predominantes nas paródias animadas, durante todo o período eleitoral, corresponderam aqueles que faziam referência a questões políticas, aparecendo em 75% 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 questão da campanha eleitoral, que foi bastante abordado, com presença em 50% das animações veiculadas nesse período, com destaque para as estratégias de campanha utilizadas pelo candidato-presidente Lula 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 dos escândalos políticos e do 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.

O tema violência e segurança foram explorados em 07 paródias animadas, em decorrência ao ataque a cidade de São Paulo realizado em agosto de 2006 pela facção criminosa PCC – Primeiro Comando da Capital - e também ao seqüestro do jornalista da emissora TV Globo para que o depoimento da facção fosse divulgado em rede nacional em horário nobre. A questão da violência também foi abordada sob a ótica dos escândalos políticos e da campanha eleitoral.

Figura (01)



O vídeo divulgado pela emissora de televisão – Globo - com o depoimento de um líder do Primeiro Comando da Capital, foi parodiado (figura 10) no depoimento dos “Parlamentares Corruptos e Cafajestes” que afirmavam ser o roubo um direito garantido.

Os candidatos Geraldo Alckmin e Luiz Inácio Lula da Silva aparecem ao lado do líder do PCC (figura 11), em período pré-campanha eleitoral para escolher o candidato à vice-presidência de cada um dos candidatos. Nessa paródia animada tanto Lula quanto Alckmin trocam ataques e são apresentados com um pensamento voltado apenas a corrida eleitoral e não a governabilidade do povo. Nessa animação o líder do PCC culpa os políticos que não investiram em educação e não equiparam a polícia da violência e do aumento da pobreza no Brasil.

Figura (02)



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 Ivo Morales e discutem sobre a Petrobras ou *Petrobol*.

O sub - tema que recebeu maior destaque no âmbito das paródias animadas que abordaram a questão política foram aquelas referentes aos escândalos – políticos (“*do mensalão*”, “do dossiê das ambulâncias” e “do dossiê Verdoin”), estiveram presentes em 75% 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 400 vestidos; Heloísa Helena, nas três paródias animadas em que é a personagem principal tem o tema escândalos políticos, como alvo de suas críticas; em quatro animações o eleitor aparece discutindo ou fazendo referência na hora da escolha do voto a respeito dos mesmos escândalos; políticos direta ou indiretamente ligados aos escândalos são representados nas animações e assumiam de maneira indireta suas parcelas de envolvimento nos escândalos.

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 a campanha do presidente, que era apresentado em situações na qual a frase “Eu não sabia” ganhava novos sentidos, deixando de forma clara ou sutilmente indicando o conhecimento prévio do presidente. A paródia animada “Repórter errado” divulgada no período de definição dos candidatos (14/02/06) explicita o deslocamento da estratégia de campanha de Lula.

Os candidatos foram enquadrados a partir de questões pré estabelecidas pela crítica despolitizada a respeito de si próprios. Luiz Inácio Lula da Silva candidato – presidente pelo PT em 95% das paródias animadas nas quais ele é focado, tem sua imagem atrelada a determinada ignorância com relação a questões políticas e conhecimentos gerais. Heloísa Helena, ex-

petista e candidata pelo PSOL, é enfocada em apenas 6% das animações selecionadas para análise, caracterizada como uma rebelde sem causa, com péssima imagem política devido a suas roupas. Geraldo Alckmin, candidato pelo PSDB, aparece como picolé de chuchu sem forças para disputar a corrida eleitoral. 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.

Considerações finais e reticências.

A potencialidade política do humor se dá quando enquanto crítica de determinado debate impulsiona a percepção de idéias que antes não eram vistas ou ouvidas.

O humor na Internet atua como arma de ataque e não de defesa com relação ao tema da política e seus candidatos, entretanto a forma como esse ataque se realiza não impulsiona uma reflexão, um questionamento a respeito da coisa pública. Dessa forma, não houve uma ruptura com o modelo de espetacularização da discussão política. O uso do humor na Web não possibilitou 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 a personalidade dos candidatos e não o debate de idéias.

Referencias Bibliográficas

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.

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.

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 X^o Encontro da Compôs. Brasília, junho/2001.

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

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

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