

# O humor na cultura colaborativa: formatos digitais como instrumentos de sátira da novela “Amor à Vida” no blog “Morri de Sunga Branca”

*Humour in collaborative culture:  
digital formats as a form of satire of  
“Amor à Vida” soapopera inside  
“Morri de Sunga Branca” blog*

**Adriana Amaral**

Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS), Brasil  
[adriana.amaral08@gmail.com](mailto:adriana.amaral08@gmail.com)

**Camila Kehl**

Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS), Brasil  
[milakehl@gmail.com](mailto:milakehl@gmail.com)

## Resumo

O presente artigo tem como objetivo investigar o uso de formatos digitais no blog “Morri de Sunga Branca”, tendo a produção de conteúdo das postagens sobre a novela “Amor à Vida” como objeto de análise. Como estratégias metodológicas foram resgatadas discussões teóricas sobre engajamento da audiência no ambiente virtual e também foram apresentadas definições de elementos da cultura digital (memes, GIFs, etc), além de conceitos de humor. Na sequência, partiu-se para a observação empírica do objeto a fim de identificar formatos digitais aliados à linguagem presentes nas postagens.

**Palavras-chave:** Blog Morri de Sunga Branca; Amor à Vida; Telenovela; Humor.

## Abstract

*This paper’s main objective is to investigate the uses of digital formats at the Brazilian humour blog “Morri de Sunga Branca”, having the content about the soapopera “Amor à Vida” as an object of analysis. Our methodological strategies were theoretical discussions about audience engagement on virtual ambients and definitions of digital culture elements such as memes, GIFs, etc along with concepts of humour. The empirical observation showed the identification of these digital formats and its languages that were presented on its contents.*

**Keywords:** Morri de Sunga Branca blog; Amor à vida; Soapopera; Humour

## Introdução

Se antes da popularização da internet as repercussões sobre as tramas de telenovelas aconteciam em ambientes familiares e ficavam restritas às editoriais específicas de jornais ou revistas especializadas, no atual cenário essa realidade foi alterada. As discussões a respeito dos rumos e assuntos das novelas se expandiram e estão tomando cada vez mais espaço no ambiente virtual.

E, ao que tudo indica, mais do que nos espaços físicos tradicionais, onde a telenovela era falada na comunicação face a face; hoje, o espaço por excelência da disseminação do repertório compartilhado por sua audiência é o ciberespaço, e a interatividade virtual é o modo de comunicação mais coletivamente mobilizado (LOPES et al., 2011, p. 164-165).

Os telespectadores não apenas debatem e opinam sobre os temas das ficções, mas também, a partir deles, produzem conteúdo. Ao analisar o cenário da produção e circulação de ficção televisiva dos países ibero-americanos, Lopes e Orozco Gómez (2011) observaram diferentes níveis de interação dos telespectadores: desde comentários sobre a produção ou aspectos relacionados aos atores até participações mais engajadas, em que os consumidores transcenderam o papel de meros espectadores e tornaram-se autores, criando novas narrativas a partir das tramas exibidas.

Jacks et al. (2011) analisam a produção e reprodução dos telespectadores em diferentes plataformas midiáticas e verificaram algumas particularidades em relação aos blogs no que diz respeito à novela “Passione” (2010) da Rede Globo. No levantamento realizado pelos pesquisadores, foram identificadas 60 categorias diferentes de blogs que, de alguma maneira, citaram, comentaram ou analisaram a novela. Notou-se que o que mais circulava sobre “Passione” na época eram “informações sobre moda, audiência, acontecimentos da trama, trilha sonora, celebridades, expectativas/especulações sobre a trama, análise/críticas” (JACKS et al., 2011, p. 316) e que esses conteúdos discutidos pelos telespectadores eram em grande parte baseados nos interesses do público, que acabou se apropriando das temáticas da novela.

O Obitel (Observatório Ibero-Americano da Ficção Televisiva) apresentou dados da produção, circulação e recepção de programas de ficção televisiva em países ibero-americanos em 2012. Com base nessas informações, Lopes e Orozco Gómez (2013) analisaram como as audiências interagiram com as ficções e observaram que as redes sociais Facebook e Twitter, além do YouTube, ajudaram a estimular as interações com as audiências, pois representam uma opção a mais de ver e se ter notícias sobre sua novela ou ficção preferida. Os autores ressaltam ainda o papel dos telespectadores como co-criadores, ao passo que se apropriam das tramas para originar novos conteúdos.

Contudo, foram as próprias audiências e os fãs que geraram a expansão das narrativas, criando perfis, contas ou hashtags em que ampliam seus gostos e interações, mas também foram capazes de criar- fora desses espaços – foros e blogs onde não apenas falam do que gostariam ou não de ver, mas também procuram um modo de desviar os controles que os sites oficiais ou o próprio YouTube, a pedido das emissoras, foram gerando para proteger os direitos de propriedade intelectual (LOPES; OROZCO GOMÉZ, 2013, p. 66).

A novela “Amor à Vida” (2013) da Rede Globo foi um exemplo de trama marcada pelo forte engajamento da audiência. Lopes e Mungiolli (2014) apontam fatores decisivos que mostram o alcance da atração. Primeiro, o fato do próprio autor da novela utilizar-se do seu perfil particular no Twitter @Walcyrcarrasco para discutir e polemizar com os telespectadores/internautas e imprensa. Segundo, e aqui o que merece maior destaque, diz respeito à *fanpage* do Facebook “Félix Bicha Má”, uma criação de um fã destinada a produzir conteúdos de humor, “no formato de ‘selos’ ao remixar imagens do personagem veiculadas na telenovela com frases que faziam referências ao cotidiano brasileiro” (LOPES; MUNGIOLI, 2014, p. 144). Segundo as autoras, no final de 2013, a página contava com mais de dois milhões e meio de fãs e cerca de dois milhões de pessoas falavam sobre o assunto na *fanpage*.

A *fanpage* fazia uma alusão ao vilão gay Félix Khoury, personagem que causou muita repercussão por suas maldades e comentários ácidos, e que terminou a novela redimido depois de passar por uma transformação em seu caráter. Félix formou com Niko o casal

romântico que marcou um momento histórico da televisão brasileira: protagonizaram em horário nobre da Globo o primeiro beijo gay masculino. O casal homoafetivo motivou a participação dos telespectadores que, através de menções no Twitter, manifestavam-se numa espécie de torcida pelo amor de Félix e Niko, a chamada “*shippagem*”, ou seja, “quando fãs se unem para promover seus casais favoritos de novelas e seriados” (AMARAL; SOUZA; MONTEIRO, 2014, p. 16). As autoras destacam que a mobilização em torno de Félix e Niko #feliko acabou se refletindo em mudanças nas tramas e reforçou o pedido pelo beijo gay em “Amor à Vida”, influenciando os autores e diretores a explorarem a temática em trabalhos futuros.

A importância social de uma shippagem intensa dos fãs se referindo e mencionando os casais gays nas plataformas, acentua o valor de tal mobilização, que tem origem no que críticos ainda convencionam chamar “entretenimento fútil” e abraça assuntos de difícil recepção com o grande público (AMARAL; SOUZA; MONTEIRO, 2014, p. 16).

Já Henn e Kolinski Machado (2014) trabalham com a perspectiva de que o casal Félix e Niko configura-se como um ciberacontecimento (HENN, 2013), ou seja, são acontecimentos que acabam recebendo destaque jornalístico devido à repercussão em espaços da internet, impulsionando assim a discussão jornalística dos temas para além dos sites de redes sociais. Os autores chamam atenção para as manifestações nas redes sociais digitais em relação ao casal Feliko, que “geraram uma multiplicidade de sentidos e uma pluralidade de postagens” (HENN; KOLINSKI MACHADO, 2014, p. 9). De acordo com Henn e Kolinski Machado (2014) foi possível observar que houve por parte da audiência dois posicionamentos em relação ao beijo: de adesão, num entendimento de que a cena configurava-se como um avanço e servia para a aceitação da diversidade sexual; e, numa outra via, de repulsa, já que alguns internautas consideraram o beijo do casal como um ataque a moral, que feria os valores cristãos.

Essas experiências demonstram como a internet e as redes sociais alteraram o modo como os telespectadores assistem telenovelas. Não por acaso, os próprios produtores acabaram fazendo uso dos recursos transmidiáticos para angariar ainda mais a participação e interatividade audiência, que passou a construir de forma coletiva a expansão das narrativas

ficcionais. Portanto, atualmente observa-se um telespectador que opina, participa, interage e torna-se um co-criador das telenovelas no ambiente virtual.

## **1. Blogs de humor: uma tentativa de caracterização**

Amaral, Recuero e Montardo (2010) já apontavam para a utilização dos blogs como forma híbrida de entretenimento, em especial no caso dos blogs de música e de moda. No entanto, a proliferação dos blogs de humor na internet e o apelo junto aos usuários motivaram uma consideração mais delimitada sobre o tema.

Em levantamento realizado por Biscalchin (2012), utilizando-se de dados de pesquisa da Boo-Box, empresa de tecnologia e publicidade digital, observou-se o interesse da audiência brasileira por blogs com a temática humor. Os números referentes a 2012 mostravam que a categoria entretenimento era a mais acessada entre os usuários da faixa etária de 18 a 24 anos, com escolaridade universitária, contabilizando 69% dos acessos. Em boa parte dos blogs de humor nota-se a predominância de postagens satíricas, de teor inusitado, notícias bizarras (que tanto podem dizer respeito a cidadãos comuns como também podem estar relacionadas às celebridades) ou vídeos com situações constrangedoras, além de conteúdos criados que se destacam pela presença de uma série de formatos digitais (em especial com o uso de memes e GIFs). Por isso a importância de conceituar esses elementos a fim de construir uma caracterização da ferramenta.

### **1.1. Memes e GIFs: formatos digitais**

Segundo Recuero (2007) o conceito de meme foi criado pelo cientista Richard Dawkins no livro “O Gene Egoísta”, onde o autor, partindo de uma abordagem evolucionista, estabelece um comparativo entre a evolução cultural e a evolução genética, “onde o meme é o ‘gene’ da cultura, que se perpetua através de seus replicadores, as pessoas” (RECUERO, 2007, p. 23). Na perspectiva do ambiente digital, Fontanella (2009) define meme como:

Os memes são entendidos como idéias, brincadeiras, jogos, piadas ou comportamentos que se espalha através de sua replicação de forma viral, e caracterizados pela repetição de um modelo formal básico a partir da qual as pessoas podem produzir diferentes versões da mesma meme. Dessa forma, os memes de diferenciam dos vídeos

virais, pois presumem que, à medida em que a meme se espalhe pela rede, surjam versões alteradas da ideia original (FONTANELLA, 2009, p. 8).

Conforme Fontanella (2008) os memes podem ser vídeos, imagens ou textos que ao serem compartilhados na rede são apropriados e recriados pelos usuários, ganhando diferentes versões. O autor defende a ideia de uma “unidade replicadora, na forma de um molde comum (ou templates, como são chamados algumas vezes) a partir do qual são geradas as diferentes versões dos memes (2009, p. 8).

Além disso, Fontanella (2009) enumera alguns elementos que explicam como a proliferação dos memes e como eles se articulam na esfera digital. Uma explicação dá conta dos artefatos: a popularização dos computadores, a facilidade de acesso à tecnologia, a oferta de softwares de edição de imagens, textos e vídeos e os equipamentos facilitam a produção de memes. O segundo ponto levantado pelo autor diz respeito às práticas, ou seja, a forma como as pessoas interagem com os memes e com quem interagem a partir dos memes. Por último, aponta a questão dos arranjos sociais, quando memes específicos acabam formando subculturas e comunidades organizadas.

Quanto ao conceito de GIF, Barros e Miglioli (2013) explicam a origem do termo, que é uma abreviação de Graphics Interchange Format, um formato de imagem bitmap que foi criado em 1987 pela empresa CompuServe. A partir de sua criação, o GIF passou a ser usado largamente na internet e isso se deve muito em razão de seu formato de fácil execução e conversão. De uma maneira resumida pode-se entender que o GIF animado é “uma composição de quadros que são exibidos em sucessão contínua (BARROS; MIGLIOLI, 2013, p. 71). Ainda segundo os autores, os GIFs animados são produzidos a partir de uma série de fotos ou de uma gravação de vídeo (algumas vezes, utiliza-se apenas um trecho) que, editados em um software de edição de imagens, geram uma sequência de quadros em repetição contínua. Essa composição sucessiva de quadros pode por vezes originar pequenos vídeos, numa espécie de congelamento de uma cena.

Amaral (2014) indica ainda um tipo de produção bastante recorrente do formato GIF animado: trata-se do uso de “pequenos trechos de conteúdo midiático, como programas de TV ou filmes, que são, então, comentados, combinados e recontextualizados pelos usuários”

(AMARAL, 2014, p. 2). Um exemplo de entendimento deste tipo de uso dos GIFs é explicado por Amaral (2014), que analisou a estratégia da MTV americana durante a exibição da premiação *Video Music Awards*, o VMA de 2013: além da tradicional transmissão televisiva, a emissora, observando a potencialidade da disseminação de conteúdo dos usuários na internet, disponibilizou as apresentações do evento em seu site por *streaming*, onde era possível selecionar trechos de até três segundos a fim de transformá-los em GIFs animados. Como argumenta a autora, produzir um GIF não requer grande habilidade técnica, outra vantagem é que este tipo de formato possui a vantagem de circular por diversas plataformas em razão de sua portabilidade. Ou seja, a simplicidade do GIF animado possibilita qualquer tipo de compartilhamento.

Outra observação em relação ao conteúdo dos blogs de humor diz respeito à autoria: uma parcela desses conteúdos é autoral, de criação dos blogueiros, mas a participação colaborativa<sup>i</sup> dos usuários é bastante significativa (e nesse caso, os internautas que enviam material recebem créditos nas postagens).

Outro ponto que deve ser levado em conta diz respeito à qualidade técnica do conteúdo dos blogs de humor. O rigor com o apuro estético não é uma preocupação recorrente, o que aproxima esses blogs da chamada cultura *digital trash*.<sup>ii</sup>

Por digital trash entende-se o fenômeno típico da cibercultura que envolve as práticas produção, reprodução, compartilhamento e consumo de produções textuais e audiovisuais fundamentadas em uma estética intencionalmente tosca, freqüentemente difundido de forma viral através de redes sociais (FONTANELLA, 2009, p. 3).

De acordo com Fontanella (2009) a estética do trash acaba por demonstrar que o apuro técnico não possui grande importância quando comparado com a sensação que a audiência tem quando passa a ser co-criadora, participando ativamente da produção de conteúdo, modificando textos ou memes. Ou quando simplesmente os usuários compartilham e disseminam esse conteúdo unicamente com a finalidade de provocar o riso.

Primo (2007) também ressalta algumas características do *digital trash* que estão em consonância com os conteúdos dos blogs de humor.

Diversas produções trash se caracterizam por uma crítica irônica, desprovida de qualquer pudor “politicamente correto”, sobre os mais diferentes fatos da contemporaneidade, como também sobre a própria mídia institucionalizada e seus produtos. Por outro lado, os textos e imagens trash que, em vez de uma narrativa estruturada e com objetivos claros, preferem o nonsense, o humor despreocupado e até mesmo abordagens grotescas revelam formas de ser e estar na pós-modernidade (PRIMO, 2007, p. 4).

Ainda em relação à estética *trash*, pode-se destacar a presença de vídeos paródicos produzidos pelos próprios usuários, os chamados *spoofs*, que são conceituados como “variações paródicas em torno de produtos midiáticos de grande circulação, como comerciais e seriados de televisão” (FELINTO, 2008, p. 33). Esses vídeos, algumas vezes feitos de maneira amadora e com poucos recursos técnicos (e por isso a relação com a cultura *digital trash*), ressaltam o caráter participativo dos usuários, que utilizam-se do humor e da imitação para recriar a partir de produtos midiáticos. De acordo com Felinto (2008) essa participação é um aspecto fundamental da cultura do *spoof*, pois o público que antes só consumia de forma distanciada as “grandes obras originais” agora passa a ser também criador. No horizonte pós-moderno<sup>iii</sup>, a paródia implica a dessacralização do original, além da validação de uma forma de “criação” baseada na repetição, na citação e na ironia (FELINTO, 2008, p. 37).

Além disso, também cabe citar em relação aos vídeos, a prática da re-mixagem<sup>iv</sup>, a exemplo das montagens, redublagens, reciclagens de imagens ou fotos que se transformam em cliques de músicas, etc.

Por remix compreendemos as possibilidades de apropriação, desvios e criação livre (que começam com a música, com os DJ’s no hip hop e os Sound Systems) a partir de outros formatos, modalidades ou tecnologias, potencializados pelas características das ferramentas digitais e pela dinâmica da sociedade contemporânea (LEMOS, 2005, p. 2).



Nota-se que esses formatos digitais presentes nos blogs de humor muitas vezes exercem o papel de comentar em público, de forma escrachada, aspectos acerca dos produtos midiáticos e do mundo das celebridades, naquilo que Braga (2006) apontou como um movimento de resposta produtiva e direcionada da sociedade, que a partir dos usos das mídias redimensiona e atribui sentido social aos produtos. Ao tornar público este tipo de conteúdo humorístico, os blogs corroboram a ideia de Bergson (1987) de que o riso possui uma função social. Partindo desta definição do autor talvez se consiga explicar a razão da repercussão das postagens dos blogs de humor: os conteúdos são compreendidos pelos leitores e geram tanta repercussão e compartilhamentos em sites de redes sociais porque, assim como explicou Bergson (1987) em relação ao riso, correspondem a certos valores e exigências do cotidiano comum, possuindo o que o autor apontou como “uma significação social” (1987, p. 14). Daí entende-se o apelo cômico dos blogs de humor, já que satirizam com situações/pessoas conhecidas pelo público, criando uma espécie de reconhecimento. Por fim, existem outros fatores que devem ser levados em conta neste jogo cômico proposto pelos blogs de humor. Como já sinalizava Bergson (1987), o riso é inconciliável com a emoção. Então, para que as postagens provoquem o riso é preciso que o conteúdo não comova o leitor, ou seja, “insociabilidade do personagem, insensibilidade do espectador, eis, em suma, as duas condições essenciais” (BERGSON, 1987, p. 77). Ainda segundo o autor, são os defeitos alheios que causam o riso, independente destes desvios serem leves ou graves. Bergson (1987) defende que o riso nem sempre é justo e que não está necessariamente associado à ideia de bondade. O autor argumenta que para ser justo, o riso precisaria originar-se de um ato de reflexão, no entanto, rir faz parte da natureza humana. De acordo com Bergson, o riso acontece para corrigir o outro e por vezes tem a intenção de humilhar quem é objeto dele, ao apontar que “o riso é, antes de tudo, um castigo. Feito para humilhar, deve causar à vítima dele uma impressão penosa” (1987, p. 100). Talvez aí também resida mais uma das marcas dos blogs de humor: o politicamente correto é abdicado em favor do exagero da piada, do humor anárquico. Como defende Santos (2012), tratando-se de humor não existem barreiras e nada é considerado sagrado. Esse caráter transgressor também já havia sido sustentado por Freud, ao apontar que “o humor não é resignado, mas rebelde. Significa não apenas o triunfo do ego, mas também o do princípio do prazer” (FREUD, 1996, p. 166 apud SANTOS, 2012, p. 29).

## **2. “Morri de Sunga Branca”: uso dos formatos digitais no blog de humor**

O blog de humor “Morri de Sunga Branca” é um exemplo de como os telespectadores se apropriam das tramas para originar novos conteúdos por meio de postagem satíricas, com enfoque, sobretudo, no uso de formatos digitais.

No caso do blog de humor “Morri de Sunga Branca” consegue-se identificar esse teor satírico. Criado em 2009 por Bianca Muller e Thiago Pasqualotto, o nome do blog é uma alusão à morte de Marcelo Silva, ex-marido da atriz Susana Vieira, que foi encontrado morto em um motel, vestindo uma sunga branca. O blog satiriza as celebridades e subcelebridades, pautando-se pelos acontecimentos do dia divulgados pela mídia, comentando em público aspectos do mundo dos famosos e produtos midiáticos. Outra faceta do Morri de Sunga Branca é uso de formatos digitais nas postagens em que episódios de novelas são descritos de forma escrachada, falhas de roteiro são apontadas e etc, caracterizando o tom de humor do blog.

### **2.1. Estratégias metodológicas de coleta de dados**

Para realizar a análise do blog “Morri de Sunga Branca”, primeiramente foi feita uma procura pela palavra-chave AMOR À VIDA na busca do blog, com a intenção de encontrar todas as postagens relacionadas à novela. Foram encontrados dez posts referentes à trama. Durante esta seleção, observou-se que as sete postagens que estavam dentro da seção “Encontre o Erro” apresentavam uma rica produção de formatos digitais aliadas à linguagem, denotando um interessante uso de técnicas de humor. Assim, optou-se pela pesquisa empírica qualitativa<sup>v</sup>, um método que segundo Fragoso, Recuero e Amaral (2011) busca uma compreensão aprofundada e holística dos fenômenos estudados.

Nesse contexto, o número de componentes da amostra é menos importante que sua relevância para o problema de pesquisa, de modo que os elementos da amostra passam a ser selecionados deliberadamente, conforme apresentem as características necessárias para a observação, percepção e análise das motivações centrais da pesquisa (FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2011, p. 67).

Após a escolha das sete postagens que estavam dentro da seção “Encontre o Erro” do blog “Morri de Sunga Branca”, o próximo passo foi realizar a coleta e análise dos dados. A partir da investigação dos formatos digitais e da linguagem presentes nestas postagens, foram estabelecidas comparações entre esses elementos a fim de se criar categorias particulares. Este processo metodológico baseou-se na Teoria Fundamentada, método de pesquisa proposto por Glaser e Strauss em 1967 que sustenta que a teoria deve emergir dos dados, dando espaço para a interpretação do pesquisador e valorizando o seu papel de investigação.

Ela prevê uma inversão no método tradicional de pesquisa, no qual o pesquisador deve ir a campo livre de suas pré-noções, e, portanto, livre de hipóteses e conceitos, e apenas a partir de sua vivência empírica e do processo do método é que deve elaborar as hipóteses e os preceitos teóricos (FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2011, p. 83).

Ainda em relação à categorização: a partir da análise categorial presente no método da análise de conteúdo, técnica que funciona por “desmembramento do texto em unidades, em categorias segundo agrupamentos analógicos” (FONSECA JÚNIOR, 2005, p. 301), foram classificadas sete categorias temáticas, com a intenção de dar coesão aos dados.

Por fim, as sete categorias foram relacionadas às técnicas de humor num breve cotejo com conceitos teóricos de Berger (1998) e Bergson (1987).

## **2.2. “Morri de Sunga Branca” e as postagens sobre “Amor à Vida”**

Antes de apresentarmos a coleta de dados realizada a partir da observação das postagens do blog, faz-se necessário um breve resumo da sinopse da novela “Amor à Vida”, a fim de situar o que será tratado. A novela exibida às 21h foi escrita pelo autor Walcyr Carrasco e exibida de 20 de maio de 2013 à 31 de janeiro de 2014. De acordo com o site da Memória Globo<sup>vi</sup>, “Amor à Vida” apresenta “uma trama contemporânea e urbana, ambientada em São Paulo, cujo tema central gira em torno dos segredos que movem as relações familiares”. Faz parte da trama principal a rica família Khoury, formada pelo pai, o médico e dono do Hospital San Magno César, pela esposa Pilar e os filhos Félix e Paloma. Félix trabalha como administrador do hospital, mas tem inveja da irmã médica Paloma, já que ela conta com a admiração total

do pai, uma espécie de filha predileta. A partir daí, Félix engendra uma série de planos para atingir Paloma, um deles, inclusive, torna-se um dos fios narrativos da novela: Félix joga numa caçamba de lixo a filha recém nascida de Paloma, e uma boa parte da novela se debruça na descoberta de que a filha Paulinha, que Paloma julgava não ter sobrevivido ao parto, foi criada pelo personagem Bruno. A história apresenta ainda como desdobramentos subseqüentes o seqüestro de Paulinha planejado pelo pai biológico Ninho e Félix sendo desmascarado, motivando uma mudança de comportamento e de vida do personagem.

Partindo desta contextualização da novela, é possível entender algumas referências que estão colocadas nas postagens observadas. Nesta análise, foram selecionadas sete postagens e a escolha se deu obedecendo basicamente aos critérios de comparação, tipo de padrão (periodicidade nas postagens) e criatividade.

Primeiramente, é importante apresentar um levantamento feito da presença dos formatos digitais nas sete postagens escolhidas inicialmente:

**Tabela 1 - Levantamento de formatos digitais**

Postagens	Memes	GIFs	Vídeos remixados	Imagens narrativas
Postagem 1: Os vários carros de Bruno		1		3
Postagem 2: O seqüestro da Paulinha			1 (trilha sonora do post)	27
Postagem 3: O seqüestro da Paulinha Parte II	1	8	1 (trilha sonora do post)	27
Postagem 4: Félix desmascarado	12	6		34
Postagem 5: Os profissionais do Hospital San Magno			1 (trilha sonora do post)	11
Postagem 6: A confissão e suicídio da Glauce	1	1	1 (trilha sonora do post)	21
Postagem 7: Aline desmascarada 29/01/2014	2	2	2 (trilha sonora post)	15
Total	16	18	6	138

Fonte: Elaborado por KEHL (2015)

Estes dados empíricos são relevantes na medida em que se tem uma ideia de como a produção das postagens está intimamente ancorada com o uso dos formatos digitais, neste caso aqui representados pelos memes, GIFs, vídeos remixados e, numa tentativa de categorização, nas chamadas “imagens narrativas”, elemento que será caracterizado posteriormente. Desta forma, observa-se que o humor se apresenta como um dos vetores da cultura colaborativa, em que esses formatos digitais são instrumentos de sátira das telenovelas. Partindo desta aproximação, foram elencadas quatro categorias:

1. **Trilha sonora remix:** são vídeos de música que servem como referência de trilha sonora das postagens. As trilhas sonoras escolhidas têm a função de apresentar o tema da postagem ou podem antecipar o tom de humor que será utilizado na narração do post. Neste caso, pouco importa a imagem do vídeo, a finalidade primordial do seu uso é a sonoridade e a letra da música.

***Figura 1 – Vídeo da música “Qualquer jeito”, de Kátia. O refrão “não está sendo fácil” dá o tom da postagem, que ironiza com o fato da dificuldade de se acompanhar as reviravoltas e descobertas dos últimos capítulos***

E para entrar no climão manero, pega seu vestidinho peplum e sua botinha branca e dá o play, DJ!



Fonte: Disponível em: <<http://www.aimorridesungabranca.com/>>

**2. Imagens narrativas:** são imagens que fazem referência às cenas da novela, com a função de narrar os fatos mais importantes, relevantes ou inusitados do episódio. Assemelhando-se a uma espécie de história em quadrinhos, num esquema quadro-a-quadro que conta a história do capítulo escolhido para ser o tema da postagem.

***Figura 2 – Cena em que Ninho une forças com outros vilões da trama para arquitetar sequestro da filha***

Dai ele se junta com a Zanolha, que tá pura amargura porque foi rejeitada pelo Burruno;  
Invejoso Félix, que dispensa apresentações;  
E Alejandra que é uma traficante de drogas perigosíssima.  
Só gente fina, elegante e sincera.



Dai começa o plano infalível de Ninho.

Fonte: Disponível em: <<http://www.aimorridesungabranca.com/>>

## **3. GIFs narrativos**

### **3.1. GIFs narrativos internos (ou da novela):**

São formatos animados que reproduzem especificamente imagens ou vídeos de cenas da novela Amor à Vida.

**Figura 3 – GIF da personagem Rebeca que apresenta na animação algumas de suas características, como: "judia, humilde, babá, médica"**



Fonte: Disponível em: <<http://www.aimorridesungabranca.com/>>

### **3.2. GIFs narrativos externos**

São formatos animados que já circulam na internet e que não fazem menção diretamente à novela. No entanto, esses GIFs são utilizados de acordo com o contexto da situação narrada na postagem.

**Figura 4 – GIF do Chuck Norris, ator conhecido por interpretar homens durões, aqui comparado com o viril personagem Ninho**

Chuck Norris não está contente com a concorrência.



Fonte: Disponível em: <<http://www.aimorridesungabranca.com/>>

## 4. Memes narrativos

### 4.1 Memes narrativos internos (ou da novela):

São formatos que reproduzem especificamente situações ou personagens da novela.

**Figura 1 – Meme de Paloma e Félix na versão Miley Cyrus no clipe de Wrecking Ball**

Pamonha Cyrus



imagem: alexandre ribeiro

Fonte: Disponível em: <<http://www.aimorridesungabranca.com/>>



## 4.2. Memes narrativos externos:

São formatos que já circulam na internet, que não possuem relação com a novela, mas que acabam sendo adaptados para o contexto ou tema da trama que está sendo tratado na postagem.

**Figura 6 – Meme que faz alusão à dupla Pedro e Bino da série "Carga Pesada". O bordão "isso é uma cilada" da dupla é dito por Félix à sua irmã Paloma**

- PALOMA ISSO É UMA CILADA!



Fonte: Disponível em: <<http://www.aimorridesungabranca.com/>>

Já em relação aos elementos de linguagem presentes nas postagens sobre a novela "Amor à Vida", foram apontadas três categorias:

**1. Assinale a opção correta:** formato que emula um tipo de questão muito presente em provas. Nos casos analisados nas postagens, o uso destas questões se dá pelo viés do humor e da ironia: as opções assinaladas como corretas são as situações mais inverossímeis ou inusitadas que ocorreram durante o capítulo, reforçando as incoerências da trama.

## **Figura 7 – Assinale a opção correta sobre a cena das doze facadas de Ninho**

Depois de DOZE facadas, Ninho:

Morreu

gritou VAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAACA, conseguiu se soltar das amarras, achou um buraco na parede, pulou de uma altura de mais ou menos uns 10 metros sei lá e caiu aonde?

De cara no chão e morreu

NUMA CAÇAMBA HAHAHAHAHA SIIIIIIIM

Fonte: Disponível em: <<http://www.aimorridesungabranca.com/>>

## **5. Apelidos**

### **5.1 Apelidos-trocadilhos:**

O blog atribui a alguns personagens da novela apelidos que fazem alusão à características dos mesmos. A mocinha Paloma ganha a alcunha de “Pamonha”, lembrando sua postura passiva; Bruno é citado como “Burruno”, uma referência a suposta pouca inteligência do personagem; ou ainda o coadjuvante Eron, chamado de “Erron” devido a sucessão de decisões equivocadas do personagem, que traiu seu companheiro Niko com Amarylis (também chamada pelo blog de “Amarguilis”), amiga do casal. O personagem César, quando ficou cego na trama, passou a ser referenciado nas postagens como “Cego”, numa relação óbvia com sua condição de saúde.

### **Figura 8 – Amarilys vira “Amarguilis” e Eron é chamado de “Erron”**

Amarguilis sendo exxxxxcrota com Niko enquanto o Erron se escondia atrás de um livro fingindo que não estava vendo ela ser exxxxxcrota com o Niko

Fonte: Disponível em: <<http://www.aimorridesungabranca.com/>>

### **5.1 Apelidos antecedentes:**

Observa-se também que o blog toma como referência certos personagens vividos pelos atores em outras produções e os coloca a cena novamente quando os aciona dentro do

contexto atual. Alguns exemplos: a vilã Aline, interpretada pela atriz Vanessa Giácomo é chamada, em algumas postagens, de “Cabocla”, em alusão à personagem que Vanessa viveu no remake da novela de mesmo nome, em 2004. Ou ainda a médica Glauce, interpretada pela atriz Leona Cavalli, que por vezes é citada como “Zarolha”, personagem vivida por ela no remake da novela “Gabriela”, em 2012. Outro exemplo é a “Tia Branca”, uma referência recorrente no blog tratando-se de Susana Vieira, em razão da marcante vilã vivida pela atriz na novela “Por Amor”, de 1997. A personagem Pilar aparece em algumas postagens citada com o nome da maléfica “Tia Branca”.

***Figura 9 – A vilã Aline é chamada de “Cabocla”, personagem do remake de 2004***

A vilã Cabocla então amarrou Ninho na cama uaaaaauuu que sexy

Fonte: Disponível em: <<http://www.aimorridesungabranca.com/>>

## **5.2. Referências externas:**

Aqui são utilizadas referências externas, que já circulam na internet ou que já estão presentes no imaginário popular, em especialmente relacionadas à música. Algumas destas referências aparecem propositalmente riscadas no texto, uma prática comum observada em blogs para ressaltar e dar ênfase ao que se quer dizer, numa espécie de fluxo de consciência. Exemplos: Para ressaltar as agruras vividas pela personagem Rebeca durante o tempo em que esteve presa no cativo, relaciona-se a situação com parte da letra da música (que aparece riscada) “Brincar de ser feliz”, interpretada pela dupla sertaneja Chitãozinho & Xororó. Ou ainda: Aline, em sua tentativa de fugir do Brasil para não ser presa consegue entrar no avião e aproveitar das benesses da companhia aérea antes de decolar. Na cena em que a vilã bebe champagne, a alusão utilizada no texto é “a bebida que pisca”, em referência ao funk “Traz a bebida que pisca”, do grupo carioca Gaiola das Popozudas, música que ganhou ainda maior destaque ao ser citada no vídeo “O Rei do Camarote”, um viral da internet que fazia uma sátira ao consumo nos camarotes das baladas paulistanas. Também: Glauce, depois de ser rejeitada por Bruno, vai para casa sozinha, sofrendo a recusa do amado. A canção “All by Myself”, que ganhou uma interpretação bem conhecida de Céline

Dion foi utilizada como referência de música para se ouvir quando se sofre uma desilusão amorosa.

*Figura 10 – “Livrar das garras desse amor gostoso”, alusão à música*

**“Brincar de ser feliz”, de Chitãozinho & Xororó**

Enquanto isso, a multitarefas Rebeca, que era detetive, babá, enfermeira e até médica estava tentando se livrar das garras desse amor gostoso do cativo do Ninho e da Aline.

Fonte: Disponível em: <<http://www.aimorridesungabranca.com/>>

Ao observar a categorização realizada é possível perceber a utilização de vários recursos do humor apresentados através da linguagem e dos formatos digitais.

Berger (1998) ressalta que o humor trata-se de um processo passível de ser separado e analisado em várias partes. Para o teórico, o humor apresenta várias técnicas e “alguma coisa é engraçada ou humorística [...], não por causa de seu objeto ou tema, mas pelas técnicas empregadas por aquele que cria o humor” (BERGER, 1998, p.17-18 apud SANTOS, 2012, p. 55). Daí entende-se porque a novela “Amor à Vida”, que não tinha a pretensão de ser humorística num primeiro momento, passa a ser engraçada sob a ótica das postagens do blog: a partir das técnicas de humor empregadas pelo “Morri de Sunga Branca”, toma-se contato com as incoerências do roteiro, erros de continuidade, situações inverossímeis e inusitadas, tudo isso sendo apresentado com uma produção de conteúdo satírico. Ainda em relação às técnicas de humor, Berger (1998) as divide em quatro categorias:

Linguagem, na qual o humor é verbal (alusão, exagero, ironia, trocadilhos, sarcasmo, sátira etc.); lógica (absurdo, analogia, coincidência, ignorância, repetição, engano etc.); identidade (antes/depois, burlesco, caricatura, grotesco, personificação, imitação, paródia, estereótipo, desmascaramento) e ação (perseguição, confusão, velocidade, tempo) (BERGER, 1998, p. 17-18 apud SANTOS, 2012, p. 56).

Conforme as categorizações revelaram, alguns destes recursos foram utilizados seja através da linguagem, seja por meio dos formatos da cultura digital. Isso pode ser observado nos casos de:

- a) alusão (ou referência): representado pelas categorias “trilha sonora remix”, “imagens narrativas”, “apelidos antecedentes” e “referências externas”;
- b) trocadilhos: representado pela categoria “apelidos-trocadilhos”;
- c) ironia: representado pela categoria “assinale a opção correta”.

Em relação aos formatos “GIFs narrativos internos (ou da novela)”, “GIFs narrativos externos”, “memes narrativos internos (ou da novela)” e “memes narrativos externos”, verifica-se um hibridismo de técnicas de humor: observa-se nas imagens o uso do exagero das situações, o grotesco, a imitação, a alusão, paródia, a utilização do estereótipo, etc.

Pode-se notar que os recursos de humor utilizados pelo blog “Morri de Sunga Branca” servem para evidenciar possíveis equívocos da novela “Amor à Vida”, num entendimento já apontado por Bergson (1987) de que o riso é uma correção que “ressalta e reprime certo desvio especial dos homens e dos acontecimentos” (BERGSON, 1987, p.50).

Assim, o humor presente no blog se dá através da linguagem e dos formatos digitais, elementos que provocam o riso pela observação da inadequação de um personagem, pelo inusitado das situações, do que pertence à bizarrice dos acontecimentos e das cenas improváveis que se mostram críveis.

## 6. Considerações finais

Após a realização deste artigo, algumas questões que emergiram do processo da pesquisa merecem destaque.

Primeiramente, é importante observar como a telenovela, um dos produtos ficcionais mais tradicionais da televisão brasileira, está sendo redimensionada para outras plataformas. Isso vem ao encontro das investigações de Lopes e Orozco Gómez (2011) sobre as interações dos telespectadores. A audiência conversa sobre a produção em diferentes espaços, como em sites de redes sociais (Facebook, Twitter e YouTube, por exemplo) ou em blogs, e, além disso, produz conteúdo a partir das tramas exibidas. Durante a pesquisa, essa tendência se

confirmou ao observar como o blog “Morri de Sunga Branca” se vale deste expediente ao comentar sobre a novela “Amor à Vida” de forma satírica, utilizando-se do humor e produzindo conteúdo especialmente para esse fim em suas postagens. Nota-se então que o espaço dedicado à telenovela tem se expandindo do seu habitat original, a televisão, para novos ambientes, no caso no ciberespaço.

Ainda cabe ressaltar a importância do humor neste processo. Ao realizar a análise das postagens do “Morri de Sunga Branca”, foi possível observar um interessante potencial dos recursos de humor: o de ser compartilhável. Entre as categorias criadas, os memes, os GIFs e os apelidos, em especial, apresentaram uma interessante capacidade de serem reproduzidos/utilizados em outros momentos e postagens do blog. O caráter compartilhável destes formatos digitais como instrumentos de sátira mereceria um olhar mais atento em novas pesquisas.

Outra reflexão que surgiu a partir da pesquisa, sobretudo durante a realização da análise, diz respeito à produção de conteúdo das postagens do blog “Morri de Sunga Branca” sobre a novela “Amor à Vida”. Na medida em que se observava como o blog, através dos posts, apontava as incoerências do roteiro da novela, problemas de continuidade, além das situações inverossímeis e inusitadas, um questionamento surgiu: por qual motivo os equívocos de “Amor à Vida” mobilizavam tantos esforços para essa produção específica do blog? Por qual razão alguns deslizes, sobretudo os de verossimilhança, geravam tanto estranhamento a ponto de se fazer piada com estes erros? Essas são algumas dúvidas passíveis de serem aprofundadas em novas pesquisas.

Por fim, a partir da análise das postagens sobre “Amor à Vida” e do processo de investigação da linguagem e dos formatos digitais utilizados pelo blog “Morri de Sunga Branca”, seguido da posterior categorização, arrisca-se aqui apontar que esses formatos digitais satíricos representam uma nova forma de crítica que não aquela presente nos espaços tradicionais como os de jornais e revistas, mas sim como uma crítica que circula na Internet, em especial disseminada em sites de redes sociais e blogs, com suas particularidades inerentes ao ambiente virtual.

## 7. Bibliografia

---

- AMARAL, Ludmila Lupinacci. GIF Animado e conteúdo espalhável: análise do uso do formato no VMA 2013. In: Anais do XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Foz do Iguaçu, PR: Intercom, 2014.
- AMARAL, Adriana; RECUERO, Raquel; MONTARDO, Sandra. Blogs.com. Estudos sobre blogs e comunicação. São Paulo: Momento Editorial, 2009. Disponível em: <<http://pt.slideshare.net/adriamaral/blogfinal>>.
- \_\_\_\_\_; SOUZA, Rosana Vieira de, MONTEIRO, Camila. De Westeros no #vemprarua à shippagem do beijo gay na TV brasileira”. Ativismo de fãs: conceitos, resistências e práticas na cultura digital brasileira. In: Anais do XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Foz do Iguaçu, PR: Intercom, 2014.
- BARROS, Moreno; MIGLIOLI, Sarah. Novas tecnologias da imagem e da visualidade: GIF animado como videoarte. Revista Sessões do Imaginário, n. 29, p. 68-75, 2013.
- BERGSON, Henri. O Riso. Rio de Janeiro: Guanabara, 1987.
- BISCALCHIN, Ana Carolina Silva. Blogs de Entretenimento: um estudo exploratório da circulação e da legitimação da informação na internet brasileira. Universidade de São Paulo, USP, 2012.
- BRAGA, José Luiz. A sociedade enfrenta sua mídia. Dispositivos sociais de crítica midiática. São Paulo: Paulus, 2006.
- FELINTO, Erick. Videotrash: o YouTube e a cultura do “spoof” na internet. Galáxia, São Paulo, n. 16, p. 33-42, dez. 2008.
- FONSECA JÚNIOR, Wilson Corrêa da. Análise do conteúdo. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio. Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação. São Paulo: Atlas, 2005. p. 280-304.
- FONTANELLA, Fernando. O que é um meme na Internet? Proposta para uma problemática da memesfera. In: Anais III Simpósio Nacional ABCiber, São Paulo, 2009.
- \_\_\_\_\_. O que vem de baixo nos atinge: intertextualidade, reconhecimento e prazer na cultura digital trash. In: Anais do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Curitiba, PR: 4 a 7 set. 2009. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/premios/2009/Fontanella.pdf>>.
- \_\_\_\_\_. Memes como Consumerismo: O Caso de Mass Effect 3. In: Anais do XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Fortaleza, CE: Intercom, 2012.
- FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. Métodos de pesquisa para internet. Porto Alegre: Sulina, 2011.

HENN, Ronaldo; KOLINSKI MACHADO, Felipe Viero. Mas...e o beijo das travestis? De feliko e clarina, dos sentidos produzidos em rede e de quem pode (e como pode) beijar no horário nobre. In: XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Foz do Iguaçu, PR: 2 a 5 set. 2014. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2014/resumos/R9-1903-1.pdf>>.

JACKS, Nilda et al. Telenovela em múltiplas telas: da circulação ao consumo. In:

LOPES, Maria Immacolata Vassalo de (Org.). Ficção televisiva transmidiática no Brasil: plataformas, convergência, comunidades virtuais. Porto Alegre: Sulina, 2011. v. 2, p. 297-337.

KEHL, Camila. O Humor na Cultura Colaborativa: Formatos Digitais Como Instrumentos de Sátira da novela Amor à Vida no Blog Morri de Sunga Branca. Trabalho de Conclusão de Curso, Curso de Jornalismo, Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, 2014.

JENKINS, Henry. Cultura da convergência. Trad. Suzana Alexandria. São Paulo: Aleph, 2008.

LEMOS, André. Ciber-cultura-remix. São Paulo: Itaú Cultural, ago. 2005.

LOPES, Maria Immacolata Vassalo de (Org.); OROZCO GÓMEZ, Guillermo (Org.). OBITEL 2013: Memória Social e Ficção Televisiva em Países Ibero-Americanos. São Paulo: Globo, 2013. 536 p.

\_\_\_\_\_. A ficção no espaço ibero-americano em 2010. In: LOPES, Maria Immacolata Vassallo de (Org.); OROZCO GÓMEZ, Guillermo. (Org.). OBITEL 2011: Qualidade na ficção televisiva e participação transmidiática das audiências. São Paulo: Globo, 2011. p. 21-91.

\_\_\_\_\_. et al. Brasil: Caminhos da ficção entre velhos e novos meios. In: LOPES, Maria Immacolata Vassallo de (Org.); OROZCO GÓMEZ, Guillermo (Org.). OBITEL 2011: Qualidade na ficção televisiva e participação transmidiática das audiências. São Paulo: Globo, 2011. p. 135-185.

\_\_\_\_\_.; MUNGIOLI, Maria Cristina Palma. Brasil: Trânsito de formas e conteúdos na ficção televisiva. In: LOPES, Maria Immacolata Vassallo de (Org.); OROZCO GÓMEZ, Guillermo (Org.). OBITEL 2014: Estratégias de produção transmídia na ficção televisiva. São Paulo: Globo, 2014. p. 119-150. Disponível em: <<https://blogdoobitel.files.wordpress.com/2012/09/anuacc81rio-2014-portuguecc82s.pdf>>.

PRIMO, Alex. 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: ePapers, 2007. p. 77-93.

RECUERO, Raquel. Memes em weblogs: proposta de uma taxonomia. Revista FAMECOS, Porto Alegre, v. 1, n. 32, p. 23-31, abr. 2007. Disponível em:



<http://revistas.univerciencia.org/index.php/famecos/article/viewFile/1969/1785>.

SANTOS, Roberto Elísio dos; ROSSETI, Regina (Org.). Humor e Riso na Cultura Midiática: variações e permanências. São Paulo: Paulinas, 2012.

---

<sup>i</sup> De acordo com Jenkins (2008), o conceito de cultura participativa diz respeito à colaboração ativa de consumidores ou fãs na criação e circulação de novos conteúdos. A participação se dá a partir do momento que os conteúdos são reescritos, modificados ou expandidos, voltando a circular por diferentes espaços, inclusive, às mídias comerciais.

<sup>ii</sup> Caberia aqui uma articulação da noção de trash com as ideias de Bahktin sobre a teoria do grotesco, mas entendemos que são contextos um tanto distintos e que fugiriam do escopo do presente artigo.

<sup>iii</sup> Uma série de autores distintos como Baudrillard, Lyotard etc já discutiram exaustivamente os conceitos de pós-moderno e pós-modernidade.

<sup>iv</sup> O princípio que rege a cibercultura é a “re-mixagem”, conjunto de práticas sociais e comunicacionais de combinações, colagens, cut-up de informação a partir das tecnologias digitais (LEMOS, 2005, p. 1).

<sup>v</sup> Uma combinação de observação direta, organização dos materiais empíricos e teoria fundamentada – que nos ajudou a gerar as categorias de análise encontram-se mais explicitadas nos resultados da pesquisa apresentados em Kehl (2014).

<sup>vi</sup> As informações sobre a novela foram encontradas no site “Memória Globo” em:

<http://memoriaglobo.globo.com/programas/entretenimento/novelas/amor-a-vida/amor-a-vida-trama-principal.htm>.