

DILMA BOLADA: A PARÓDIA DA PRESIDENTE DA REPÚBLICA NAS REDES SOCIAIS DIGITAIS

Alexandre Augusto da Costa¹
Teresa Cristina da Costa Neves²
Luiz Ademir de Oliveira³

Resumo

Este artigo aborda os aspectos do riso presentes na personagem fictícia Dilma Bolada no Facebook durante o período da Copa do Mundo de 2014. A hipótese apresentada é que a personagem é um cabo eleitoral importante para a construção positiva da imagem da presidente Dilma Rousseff e busca, por meio do riso, exaltar a chefe de Estado, e, ao mesmo tempo, ridicularizar seus adversários. As metodologias utilizadas para responder a estas indagações são o estudo de caso (YIN, 2005) e a análise de conteúdo (BARDIN, 1977).

PALAVRAS-CHAVE: Dilma Rousseff; Riso; Redes Sociais Digitais.

ABSTRACT

This article is about the laughter aspects present in the Facebook profile Dilma Bolada, a fictitious character, during the period of the World Cup in 2014. The hypothesis presented is that the character is an important canvasser for positive image building of the president Dilma Rousseff. The profile seek through laughter to exalt the head of state, and, at the same time, to ridicule the opponents. The methodologies used to answer these questions are study case (Yin, 2005) and the content analysis (BARDIN, 1977).

KEYWORDS: Dilma Rousseff; Laughter; Social Networks.

1. INTRODUÇÃO

Se guiarmos nossa atenção para o passado, compreenderemos que o riso retrata a realidade de cada sociedade situada em seu tempo-espaço específico. Como constata o historiador francês George Minois (2003, p. 15): “[o riso] revela as mentalidades de uma época, de um grupo, e sugere sua visão global do mundo”. Desde os tempos de Sócrates, que utilizava a ironia como ferramenta pedagógica, ou das festas arcaicas greco-

¹Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Federal de Juiz de Fora (PPGCOM - UFJF) e bolsista CAPES. E-mail: llexx@hotmail.com.

²Doutora em Estudos Literários pela Universidade Federal de Juiz de Fora; docente da Faculdade de Comunicação da UFJF e professora colaboradora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da mesma instituição. E-mail: teneves@terra.com.br.

³Doutor em Ciência Política pelo IUPERJ, docente do Curso de Jornalismo da Universidade Federal de São João del-Rei (UFSJ) e professor colaborador do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da UFJF. E-mail: luizoli@ufsj.edu.br.

romanas, quando em datas específicas os rígidos costumes cediam lugar ao despudor, à glotonaria e à orgia (MINOIS (2003), até o advento de sua domesticação a partir do Iluminismo (BAKTHIN, [1965], 2010), o riso reflete sob diferentes prismas e contextos, a natureza social do homem.

A respeito deste aspecto, o filósofo francês, Henri Bergson ([1899] 1983, p.9) é enfático ao afirmar que, “o riso deve ter uma significação social” e sua compreensão depende do entendimento de seu ambiente natural, que é a sociedade, pois àquele que a tal tarefa se dedica “impõe-se sobretudo determinar-lhe a função útil, que é uma função social”.

Em sua *História do riso e do escárnio* Minois (2003, p.15-16), acentua o caráter ambíguo do riso: “serve tanto para afirmar ou subverter e tem tudo para seduzir o espírito moderno”. O estudioso constata ainda uma contradição: de um lado, muitos têm a impressão de que o riso está continuamente sendo disseminado, por outro, alguns são categóricos ao afirmar que, “rimos cada vez menos, apesar de todas as ciências alardearem os méritos quase milagrosos do riso” (MINOIS, 2003, p.18).

Freud, no texto intitulado “Humor”, atribui a expressão do riso à vitória do narcisismo, no empenho psíquico pela invulnerabilidade do eu. Para o pensador alemão, recusamos as aflições impostas pela realidade e nos esforçamos para não sermos afetados pelos sofrimentos por ela impostos. Quem ri “demonstra, na verdade, que esses traumas para ele não passam de ocasiões para obter prazer” (FREUD, [1927] 1994, p.158). Em outras palavras, nosso aparelho psíquico economiza energia, defendendo-se da dura realidade à sua volta, transformando, por meio do riso, dor em fonte de prazer.

A busca incessante pelo gozo e pela satisfação é comportamento predominante em nossa época, essencialmente hedonista. Na perspectiva desta tendência, o filósofo francês Gilles Lipovetsky, na obra “A Era do Vazio”, afirma que estamos imersos em uma sociedade humorística: “[nosso] *sense of humour*⁴ consiste em ressaltar o lado divertido das coisas principalmente nos momentos difíceis da vida, em brincar por mais dolorosos que sejam os acontecimentos” (LIPOVETSKY, 1984, p. 132).

1.2 – Quebrando tabus e regras sociais com o riso

De acordo com o pensamento de Freud, diante das mazelas da vida, dos tabus impostos pela sociedade, da pressão sobre os indivíduos, rir é um modo de lidar com o sofrimento. Em seu trabalho denominado *Totem e Tabu*, o psicanalista alemão afirma que “os tabus ainda existem entre nós” e operam como uma forma de censura aos impulsos, às emoções e desejos humanos.

O significado de ‘tabu’, como vemos, diverge em dois sentidos contrários. Para nós significa, por um lado, ‘sagrado’, ‘consagrado’, e, por outro, ‘misterioso’, ‘perigoso’, ‘proibido’, ‘impuro’ (...) tabu traz em si um sentido de algo inabordável, sendo principalmente expresso em proibições e restrições (FREUD, [1913] 1990, p.37).

⁴Senso de humor (tradução nossa).

O riso é um dos gestos humanos que podem ameaçar o tabu, pois atravessa fronteiras e desrespeita convenções sociais. Ao recorrer ao trabalho de Menezes (1974), Motta (2009, p.73) destaca que o humor e o riso “relacionam-se com a sexualidade e a obscenidade, e a importância desses fatores decorre do significado de distensão face aos constantes tabus impostos pela sociedade e interiorizados na mente dos indivíduos”.

Desde os protestos de 2013 e mais acentuadamente no ano de 2014 (ano da Copa do Mundo do Brasil e das eleições presidenciais), a presidente da República, Dilma Rousseff, enfrenta turbulenta crise política e significativa queda de popularidade⁵. Logo após sua reeleição, ameaças de interrupção de seu mandato, incluindo o pedido de impeachment aceito pelo presidente da Câmara, Eduardo Cunha (PMDB), atearam fogo no cenário nacional e impuseram severos desafios à chefe de Estado. Frente ao pouco espaço de que dispõe na mídia tradicional, de perfil conservador, Dilma Rousseff utiliza redes sociais digitais para se comunicar diretamente com o público. Nesta plataforma, a inserção da personagem fictícia Dilma Bolada⁶ criou uma oportunidade para que certos tabus inerentes ao cargo de presidente, a exemplo de interdições a determinados gestos, comportamentos ou usos linguísticos, fossem rompidos, constituindo-se, assim, em poderoso recurso de comunicação política. É o que indica reportagem da revista americana Forbes⁷:

Para um político que continua a ser batido em pesquisas de popularidade e cujo governo está imerso em escândalos políticos, um admirador influente como Monteiro [autor de Dilma Bolada] poderia gerar o tipo de propaganda política que a maioria dos políticos só podem sonhar (FORBES, edição eletrônica, 28 de abril de 2014)⁸.

Privada de empregar certas palavras ou adotar certos posicionamentos em relação a uma variedade de assuntos, a presidente tem em Dilma Bolada e seu caráter cômico a suspensão do interdito e a autorização para dizer e assumir posições que, sem a salvaguarda do riso, entrariam no rol das atitudes condenáveis. Um exemplo deste comportamento pode ser observado em uma publicação da *fan page* (página de personalidades públicas no Facebook) na reta final da Copa do Mundo, em que a personagem busca desmoralizar o adversário na campanha presidencial Aécio Neves (PSDB):

Ai gente, era só o que me faltava: depois de tanto criticar e falar que tudo daria errado, o Aécio Never agora passou a falar bem da Copa só porque está dando tudo certo e ainda por cima tem a cara de pau de falar que estou usando a Copa para me promover... Essa tucanada travestida de urubu não é mole não. Ainda bem que o povo sabe que euzinha sou a Rainha da Copa que sempre foi a favor e defendeu nossa #CopadasCopas mesmo quando ninguém acreditava... Brasil, país rico é país sem hipocrisia e oportunismo (DILMA

⁵Disponível em: <<http://datafolha.folha.uol.com.br/opiniaopublica/2014/04/1440405-aprovacao-ao-governo-dilma-rousseff-cai-cinco-pontos-desde-fevereiro.shtml>>. Acesso em 02 abr. 2016.

⁶Criada em 2010 pelo então estudante de Administração, posteriormente de Publicidade e Propaganda, Jeferson Monteiro, a *fan page* (página de fãs) reforça as características da personalidade da presidente do Brasil, Dilma Rousseff, conhecida por ter um temperamento forte. A página fictícia conta atualmente com mais de 1,6 milhão de seguidores e tem dado sinais de ser uma poderosa ferramenta de construção da imagem da presidente.

⁷Em abril de 2014, a revista americana a elegeu como a personagem fictícia mais influente do mundo. A reportagem também destacou que Dilma Bolada tem um papel importante na manutenção positiva da imagem da presidente, até então em queda de popularidade devido aos ataques da oposição e às denúncias envolvendo a maior estatal do país (Petrobras). Disponível em: <<http://datafolha.folha.uol.com.br/opiniaopublica/2014/04/1440405-aprovacao-ao-governo-dilma-rousseff-cai-cinco-pontos-desde-fevereiro.shtml>>. Acesso em 10 abr. 2016.

⁸Disponível em: <<http://www.forbes.com/sites/andersonantunes/2014/04/28/meet-dilma-bolada-facebooks-most-influential-fictional-character/>>. Acesso em 10 abr. 2016.

BOLADA, postagem no Facebook, 7 de julho de 2014).

Uma das características do riso é o seu poder de apequenar as coisas, ridicularizar aquilo ou aquele a que se refere. Do latim, *ridiculus* (o sufixo *ulus* indicando diminutivo), denota o riso que reduz ou humilha, tratando seu alvo com desdém. Em âmbito semântico próximo estão “irrisório” e “risível”, cujo sentido é o do “desmerecimento”, da “perda de estima” ou “depreciação”. É o que observamos acima na postagem de Dilma Bolada sobre o candidato que iria disputar as eleições naquele ano à presidência pelo maior partido de oposição ao governo, o PSDB.

Quando se refere à presidente da República, Jeferson Monteiro, o criador de Dilma Bolada, elege um humor mais brando, capaz de evocar simpatia e cumplicidade. Já, quando se trata dos adversários políticos, recorre a modalidades implacáveis do cômico, como a ironia, o deboche e até o cinismo.

Uma das estratégias de comunicação que podemos observar como mais salientes nas postagens da personagem Dilma Bolada é a utilização de memes. Estes se caracterizam pelo uso de imagens (recortes) com legendas mudando o sentido do contexto. Em diversas postagens, as fotos de Dilma são utilizadas com frases que invertem o sentido do que se vê. Em uma das publicações da Copa do Mundo de 2014, após o Brasil ser goleado pela Alemanha por 7 a 1 e ficar fora da final, disputando assim o terceiro lugar, Dilma Bolada dirigiu um deboche ao jogador da seleção brasileira Fred, que marcou apenas um gol na competição. O meme tinha a imagem da presidente chutando uma bola no gramado no Palácio da Alvorada com os dizeres: “Copa: Dilma treina no Palácio da Alvorada para substituir Fred no jogo de sábado⁹” (DILMA BOLADA, postagem no Facebook, 4 de julho de 2014).

1.3 – Chiste, gatilho que dispara o riso: o reaparecimento do recalçado

Os memes recorrentes na *fan page* Dilma Bolada permitem uma associação com a teoria sobre o chiste desenvolvida por Sigmund Freud ([1905] 1996). Piadas curtas, contadas de forma aparentemente séria, que suscitam, no final, a explosão do riso, os chistes são divididos pelo fundador da psicanálise em tendenciosos e inocentes, sendo os primeiros, fontes mais potentes de prazer:

Um chiste não tendencioso dificilmente merece a súbita explosão de riso que torna os chistes tendenciosos assim irresistíveis. Já que ambos os tipos podem ter a mesma técnica, podemos suspeitar de que os chistes tendenciosos, em virtude de seu propósito, devem ter fontes de prazer disponíveis, às quais os chistes inocentes não teriam acesso (FREUD, [1905] 1996, p.66).

Porém para ter efeito desejado, o chiste requer cumplicidade, precisa ser contado a outra pessoa, configurando-se, portanto, como ato social ou comunicacional: “Se alguém acha alguma coisa cômica, pode divertir-se consigo mesmo. Um chiste, pelo contrário, deve ser contado a alguém mais” (FREUD, [1905] 1996,

⁹ O Brasil disputou a terceira posição para a seleção da Holanda e perdeu por 3 a 0 no sábado dia 12 de julho de 2014. Disponível em: <<http://globoesporte.globo.com/jogo/copa-do-mundo-2014/12-07-2014/brasil-holanda.html>>. Acesso em 10 abr. 2016.

p.95). Por isso mesmo, para se compreender um chiste é preciso acompanhar o contexto em que é narrado, ou seja, é necessário de certa forma, um capital cultural para compreendê-lo. Nas palavras do psicanalista francês Jacques Lacan ([1957-1958] 1999, p.124), ao parafrasear Henri Bergson ([1899] 1983) em seu célebre “O riso”, “para se rir de um chiste, é preciso ser da ‘paróquia’”. É o que ocorre com Dilma Bolada. Quem não dispuser do mínimo de informação referente ao contexto político dificilmente achará graça das postagens feitas diariamente com a personagem ridicularizando adversários e satirizando costumes.

Segundo Freud, ao nos poupar desgaste psíquico, o riso atua como uma defesa que obstrui o desprazer (a vigilância do *Supereu*) e modera a energia dispendida na defrontação com o sofrimento. Na visão freudiana, o riso é concebido como mecanismo eficaz de conversão da dor em fonte prazer.

Conforme esta concepção, há no chiste uma liberação da repressão ou do recalque, processo psíquico de censura aos impulsos inconscientes. Enquanto o amadurecimento psíquico do ser humano resulta de uma negociação entre o princípio do prazer e o de realidade, nas manifestações do riso há um triunfo do princípio do prazer, que habita nossa memória desde os primórdios de nossa existência. Freud ([1905] 1996, p. 145) percebe que “(...) precisamente nos casos onde há uma liberação de afeto pode-se observar uma diferença particularmente forte na despesa, produzida pelo automatismo da liberação”. As palavras do chiste compartilhadas com um interlocutor trazem à tona, segundo o pensador austríaco, as ideias que foram censuradas no pensamento. O prazer desencadeado pelo humor, diz Freud ([1905] 1996, p.150), “revela-se – não podemos dizer de outra forma – ao custo de uma liberação de afeto que não ocorre: procede de uma economia na despesa de afeto”.

Baseado nas ideias de Luigi Pirandello, o intelectual italiano Umberto Eco (1989, p. 253) distingue assim comicidade e humorismo: “O meu riso se mistura com a piedade, transforma-se num sorriso. Passei do cômico para o humorístico”. Para Freud, o mecanismo de defesa do humor retira da vigilância da consciência o conteúdo que carrega um afeto doloroso, tal como a repressão (ou recalque)¹⁰. “Realiza isto descobrindo os meios de retirar energia da liberação de desprazer, já em preparação, transformando-o pela descarga em prazer” (FREUD, [1905] 1996, p. 153).

No universo da política, regido por regras e tabus, determinadas posturas não podem ser assumidas por um presidente de forma direta. Uma vez confrontada, a autoridade precisa articular um discurso burocrático, medindo as palavras para não cometer deslizos ou desvios, por vezes de consequências danosas irreversíveis. É possível admitir a hipótese segundo a qual a personagem Dilma Bolada diz o que a presidente da República, por imposição da liturgia do cargo, recalca, reprime. Um exemplo claro, é a postagem na *fan page* fictícia, de um comentário relativo ao resultado de uma pesquisa do Instituto Datafolha, durante a Copa do Mundo no Brasil, comemorando a melhora da popularidade da presidente¹¹:

¹⁰ O termo original alemão é *Verdrängung* e traz problemas quanto à tradução em diversas línguas populares no mundo ocidental. Em francês, por exemplo, o termo mais utilizado é “*refoulement*” e em inglês, “*repression*”. Em nossa língua, “*recalcar*” consiste em “impedir a expansão de; conter, reprimir, refrear (FERREIRA, 2009, p. 1707). No presente artigo, a versão utilizada no embasamento teórico da obra de Freud, (Os chistes e a sua relação com o inconsciente, volume VIII. Ed. Imago, 1996) utiliza o termo “*repressão*” no lugar de “*recalque*”.

¹¹Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/poder/2014/07/1480175-com-copa-do-mundo-humor-do-pais-melhora-e-dilma-cresce.shtml>>. Acesso em 10 abr. 2016.

E assim, termina mais um dia difícil na vida do bonde do recalque e do pessimismo: euzinha subi 4 pontos na pesquisa; com o sucesso, a Copa virou motivo de orgulho, e nada mais, nada menos que 76% do povo brasileiro achou ridículo aqueles xingamentos da abertura. SAMBEI! Nada como um dia após o outro... (DILMA BOLADA, postagem no Facebook, 3 de julho de 2014).

Mensagens como esta, de cunho provocativo, seria inadmissível na manifestação presidencial, que não pode dispensar a polidez e o republicanismo. Dilma Bolada, porém, pode muito bem agir como um rei [ou rainha] às avessas, imbuída do despudor próprio dos bobos da corte.

1.4 - Coragem para dizer a verdade

Uma das principais funções dos bufões na Idade Média era dizer de forma autorizada tudo aquilo que está “reprimido” ou recalçado pelo rei. Era uma forma criativa de mandar um recado a alguém. Indo ao encontro destas evidências, o psicólogo romeno, Serge Moscovici (1981), aponta para o papel do riso naquilo que não pode ser expresso de outra forma:

O palhaço [...] metamorfoseia em situação cômica uma situação tensa e trágica. O bufão burla a censura. Profere em tom de broma as verdades que os cortesãos não se atrevem sequer a murmurar. A caricatura reproduz com um traço cruel, ainda que risível, uma ideia ou um personagem que não poderia ser burlado de outro modo. [...] Toda forma de máscaras, paródias, imitações do sexo oposto, disfarces e todo o humorístico entram nessa categoria. Vão dirigidos contra os indivíduos em grupo que ostentam uma autoridade (MOSCOVICI, 1981, p. 325).

Mikhail Bakhtin ([1965] 2010) também abordou a função dos bobos da corte. Para o pensador russo, no período medieval, estes personagens tinham projeção também fora do período festivo do carnaval. Ou seja, não havia fronteiras entre a vida cotidiana e a representação que estes faziam em seus papéis cômicos.

Com o amparo destas abordagens, torna-se defensável a tese de que a personagem fictícia Dilma Bolada desempenha, de certa maneira, um papel correlativo ao de *bobo* [do governo]. De acordo com o Dicionário Aurélio Buarque de Holanda Ferreira, *bobo* é “aquele que, na Idade Média, divertia os reis e grandes senhores com as suas chalaças e momices; truão, maninelo” (FERREIRA, 2009, p. 306). Em sua versão medieval, uma das atribuições desta personagem cômica era, disfarçada de rei, externar aquilo que o soberano não podia argumentar. O *bobo* debochava da corte e satirizava os costumes, além de ridicularizar os adversários, não raro, dissimulados do monarca. Atuação semelhante tem Dilma Bolada em relação à Dilma Rousseff, o que se constata, por exemplo, quando a versão humorística da presidente chamou o candidato do PSDB nas eleições de 2014 de “Aecim Never”. O tom de brincadeira desencoraja qualquer reação desencadeadora de maiores consequências políticas. O que certamente não ocorreria se fosse a própria Dilma expressando-se deste modo, ao referir-se a seu adversário. Presumivelmente, a chefe do poder executivo seria taxada de deselegante, infantil e desprovida de postura compatível com o cargo que exerce.

2 – Conhecendo o objeto: a outra face de Dilma (a Bolada)

Conferir uma atmosfera lúdica a um clima de adversidades políticas. Talvez esta seja uma das funções do objeto analisado, a página fictícia Dilma Bolada, no ar desde 2010 no Facebook e no Twitter. De acordo com o dicionário Aurélio, bolado[a] “diz respeito a quem é preocupado[a], *grilado[a]*, amolado[a]” (FERREIRA, 2009, p. 311, grifos nossos). A ironia que caracteriza a personagem Dilma Bolada é justamente o inverso. Se o mundo da política é marcado pela disputa, negociações, machismo, decisões difíceis e por escândalos de corrupção, ou seja, se contém diversos elementos que poderiam deixar a presidente aborrecida, a personagem inverte esse caos (MINOIS, 2003) e torna tudo uma grande piada. Bolada carrega no pseudônimo o viés de chateada, preocupada – já que “grilar”, significa também: “(...) incomodar-se, amolar-se, cacetear-se, *chatear-se*” (FERREIRA, 2009, p. 1005, grifos nossos). Entretanto, a imagem que projeta, ironicamente, é bem outra, pois a personagem demonstra desenvoltura para “chutar o balde” e desdenhar da etiqueta e dos bons modos na política.

A linguagem da personagem é excessivamente informal e caracteriza-se pelo exagero presente nos diálogos jamais imaginados nas interlocuções de uma chefe de estado. Como se observa na postagem do dia 1º de julho, durante a Copa do Mundo no Brasil: “Boa noite meus bebês. Mamãe vai dormir. Amo vocês <3! Partiu caminha! (...) #RainhaDaNação #DivaDoPovo (...)”. Este aspecto hiperbólico, utilizado em várias postagens da página fictícia, talvez encontre inspiração no universo *drag queen*. A atriz e cantora norte-americana da década de 1980, Divine¹², um dos grandes ícones da cultura pop, também utilizava estas indexações de “diva”, “divina”, “linda”, no universo cômico e atuava em papéis que exploravam o grotesco e o burlesco¹³.

A relação entre a personagem fictícia e a presidente Dilma não se manteve sempre estável. Após criar a página no Facebook e a conta no Twitter em 2010 e ter se aproximado da presidente em 2013, quando fez uma visita oficial ao Palácio do Planalto¹⁴, Jeferson Monteiro rompeu¹⁵ duas vezes com a presidente. Apesar de declarar repúdio a certas atitudes de Dilma, o autor da página manteve-se fiel à proposta de ridicularizar os adversários da presidente, defendendo a legitimidade de seu mandato, diante das constantes e crescentes

¹²Harris Glenn Milstead, que morreu em 1988 aos 42 anos, não se tornou conhecido pelo nome de batismo, mas por seu codinome artístico. Milstead era conhecido como Divine, drag queen que fez história nos cinemas e nos palcos com um estilo peculiar que flertava com o grotesco sem medo algum de ser vulgar. Disponível em: <<http://virgula.uol.com.br/famosos/no-dia-em-que-divine-faria-68-anos-relembre-trajetoria-da-drag-queen-mais-famosa-do-underground/>>. Acesso em: 09 jan. 2016.

¹³Estas categorias serão abordadas com mais profundidade mais adiante na análise do objeto deste artigo.

¹⁴Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/poder/2013/09/1348352-dilma-bolada-entrevista-presidente-dilma-em-brasilia.shtml>>. Acesso em 10 abr. 2016.

¹⁵A personagem “se matou” duas vezes:

1º) 23 de julho de 2014, logo após a Copa do Mundo, ao alegar que foi assediado por partidos de oposição, Jeferson Monteiro tirou a página do ar. Voltou seis dias depois como se nada tivesse acontecido. Disponível em: <<http://hashtag.blogfolha.uol.com.br/2014/07/23/dilma-bolada-sai-do-ar-no-facebook/>>. Acesso em 09 abr. 2016.

2º) 30 de setembro de 2015: após o anúncio de mais três ministérios para o PMDB, partido aliado ao governo, Jeferson anunciou o fim da página e a morte da personagem, ao afirmar que foi traído pelos princípios anunciados por Dilma Rousseff durante a campanha. Curiosamente, o rompimento foi anunciado após o PT anunciar o rompimento com a agência Pepper, que repassava a Monteiro, segundo reportagem da revista *época*, cerca de R\$20 mil mensais. Jeferson voltou com a personagem no dia 22 de outubro, agindo naturalmente. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/poder/2015/09/1688490-dilma-bolada-rompeu-com-o-governo-federal-diz-autor-de-parodia.shtml>>. Acesso em 09 abr. 2016.

ameaças de impeachment entre 2015 e 2016.

3. Metodologia e corpus de análise

Acreditamos que a *fan page* Dilma Bolada – devido às suas características peculiares e sua importância no contexto social/político – pode ser analisada com o suporte da abordagem de estudo de caso de Robert K. Yin. Este se define a partir de uma indagação empírica que investiga um fenômeno contemporâneo dentro do contexto real (neste caso, sites de redes sociais), especialmente quando os limites entre o objeto e o contexto são evidentes (YIN, 2005).

O período do recorte compreende as publicações no Facebook da *fan page* durante a Copa do Mundo no Brasil (12 de junho a 13 de julho de 2014). A coleta se justifica pelo fato da competição, ter sido a de maior interação da história do Facebook¹⁶ (350 milhões de usuários geraram “conversa” recorde, com 3 bilhões de publicações, comentários e curtidas). Além, disso, o evento foi marcado por uma forte oposição de algumas camadas da população e setores da mídia que colocaram em questão se haveria ou não Copa em virtude do atraso¹⁷ das obras.

Neste ambiente conturbado, o desafio para o governo federal era, de certa forma, negar esta realidade e mostrar que a Copa poderia ser agradável e divertida. Advogando neste sentido, Menezes (1974) compreende que o riso pode ser comparado à fantasia dos jogos. Ambos, segundo o teórico, utilizam do lúdico, a negação do real por meio da ficção, aí incluídos a diversão, a farsa e o prazer.

Dilma Bolada buscou ser o outro lado do pêndulo para tentar equilibrar o jogo (ao menos nas redes sociais digitais). Por meio de piadas, sátiras, ironias e muito deboche, tentou criar alternativas, propondo um caminho diferente, trilhado com a intervenção do riso. Elementos não faltavam neste ambiente de ambivalência. Qualquer deslize no cenário político era aproveitado e transformado em mensagem cômica.

Na tentativa de encontrar ou refutar estas evidências, utilizaremos na segunda parte da metodologia, a análise de conteúdo, de Bardin (1977), que consiste em um conjunto de técnicas de observação das comunicações, utilizando procedimentos objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, com inferências do pesquisador sobre o objeto de pesquisa. O objetivo é identificar se elementos do riso descritos pelos pensadores acima elencados são evidentes durante o período de análise das postagens da personagem Dilma Bolada. Utilizaremos as categorias do riso: 1) *Irônico*; 2) *Burlesco*; 3) *Cínico*; 4) *Paródico*; 5) *Grotesco* e 6) *Debochado*.

3. Tipos de riso presentes em Dilma Bolada

No período analisado de realização da Copa do Mundo no Brasil, houve 81 postagens (ver Tabela em Anexos) na *fan page* Dilma Bolada no Facebook. Deste total, apenas duas publicações foram exclusivamente de uma categoria: 18 de junho (irônico) e 11 de julho (paródico). As 79 restantes foram evidentes em mais de

¹⁶Disponível em: <<http://br.reuters.com/article/internetNews/idBRKBN0FJ1PU20140714?pageNumber=1&virtualBrandChannel=>>>. Acesso em 09 abr. 2016.

¹⁷Ver mais em: <<http://esportes.estadao.com.br/noticias/futebol,brasil-entra-no-mes-da-copa-com-varias-obras-atrasadas,1503685>>>. Acesso em 07 abr. 2016.

uma categoria, devido à complexidade da linguagem cômica utilizada pela personagem. Dentre estas, foram identificadas 47 relativas ao riso burlesco, 41 ao paródico, 25 ao debochado, 19 ao irônico, 16 ao cínico e 2 ao grotesco.

A categoria mais recorrente nas postagens, o *burlesco* (cat. 2), se caracteriza por uma lacuna entre o que se espera e o que se apresenta. Diz respeito a uma inadequação que vem da rigidez, como se o objeto do riso não conseguisse se adequar a uma maleabilidade, flexibilidade que a sociedade exige. Isso se apresenta de forma exagerada nos gestos, posições, vestuário, etc. Para Bergson ([1899] 1983), o burlesco consiste em “apresentar uma articulação visivelmente mecânica de acontecimentos humanos, ao mesmo tempo conservando deles o aspecto exterior da semelhança, isto é, a maleabilidade aparente da vida” (BERGSON, [1899] 1983, p.21).

Em Dilma Bolada, observamos esta característica com frequência. Em uma das postagens, no dia 1º de julho de 2014, a presidente aparece em uma colagem de imagens, de camisola, sorrindo, fazendo um *selfie* para os fãs e se autodenominado “#RainhaDaNação” e “#DivaDoPovo”. Transparece aí a concepção de Bergson ([1899] 1983) segundo a qual, quando se desdobra um símbolo (no caso a presidência da República), mantendo-se a sua materialidade, obtém-se um efeito cômico.

O mesmo teor de exagero (PROPP, 1992) está presente na categoria riso *paródico* (cat. 4). Presente 41 vezes nas postagens, permeia quase metade do conteúdo publicado durante a Copa. Esta expressão do riso consiste em, de certa forma, destruir “a unidade existente entre o caráter de uma pessoa, tal como o conhecemos, e seus discursos e atitudes, substituindo as figuras eminentes ou suas enunciações por outras, inferiores” (FREUD, [1905] 1996, p. 131). Dilma Bolada persegue este efeito, ao imitar Dilma Rousseff, desconstruindo sua imagem única e revelando outras faces da presidente, justamente aquelas que a autoridade política precisa manter recônditas. É um meio de desvendar o interior do que é parodiado (Dilma Rousseff) e o demonstrar com desenvoltura (PROPP, 1992).

A paródia é, ainda, um poderoso instrumento de crítica social (PROPP, 1992). Como atua na demonstração das características mais marcantes do que é parodiado, permite, “rir”, até mesmo, de uma figura regida pela seriedade e polidez como é o caso de um presidente da República. Isto é visível, em uma postagem na qual Monteiro brincou de publicar um decreto dizendo: “Declaro oficialmente o fim do expediente em todo o território nacional” (DILMA BOLADA, postagem no Facebook, 4 de julho de 2014). Este tipo de riso também tem como intenção mostrar “a fragilidade interior do que é parodiado” (PROPP, 1992, p. 87). Enquanto a Dilma real enfrenta momentos intensos de crise, Dilma Bolada mostra uma presidente “Diva”, “poderosa”.

Identificado 25 vezes em diversas publicações da *fan page*, o riso de *deboche* (cat. 6) é uma das marcas mais ácidas de Dilma Bolada. Ridicularizar adversários é uma de suas melhores especialidades. O principal alvo é o concorrente das eleições presidenciais, Aécio Neves (PSDB) – derrotado em outubro de 2014. Este riso de zombaria [deboche] está permanentemente ligado à esfera do cômico e é marcado pela escolha dos aspectos

negativos e pelo total desprezo aos adversários: “(...) nasce do desnudamento repentino de defeitos. Ele é possível como uma explosão e é de curta duração. Depois de rir, o homem volta a seu estado normal (PROPP, 1992, p. 182).

É o que foi demonstrado anteriormente, quando expostos os comentários de Dilma Bolada a respeito do adversário nas eleições presidenciais ao chamá-lo de “Aécio Never”. A personagem, na ocasião, havia compartilhado uma notícia do portal Brasil 247¹⁸ em que dizia, “Sucesso da Copa faz Aécio mudar linha de discurso”. O concorrente que, até então tinha manifestado uma forte oposição ao evento, denunciando irregularidades e dando a entender que seria um fracasso, mudou de ideia. Este comportamento foi um dos alvos preferidos da personagem fictícia.

O riso *irônico* (cat. 1), percebido em 19 postagens de Dilma Bolada durante a Copa, era um recurso pedagógico muito utilizado por Sócrates. Consiste em se dizer uma coisa, quando no fundo a mensagem que se quer passar é outra (PLATÃO, 1980). É o que está presente, por exemplo, em uma postagem do dia 15 de junho, na qual Dilma Bolada conversa com o jogador da seleção brasileira de futebol David Luis no programa de conversa instantânea para celulares *WatsApp*, e este se diz alegre ao ver a torcida feliz com o time. O meme mostrou uma presidente com “jogo de cintura” e bem relacionada com os atletas que disputavam o certame: “E isso porque vocês não queriam Copa, imagina se quisessem!?! Desse jeito vou fazer a Copa de 6 em 6 meses” (DILMA BOLADA, postagem no Facebook, 15 de junho de 2014).

Com 16 evidências durante o período da análise, o riso *cínico* (cat. 3) traz desprezo pela coletividade, pelo interesse comum e mostra defeitos escondidos. Para Propp:

O riso cínico (...) é um riso individual e expressa aquele triunfo de um único homem que não corresponde ao instinto moral da coletividade, mas a ele se opõe. Este tipo de riso suscita repulsa e indignação e não possui a propriedade de contagiar (...) O riso com o que estabelece a inferioridade humana e conseqüentemente a social de quem se torna objeto de riso. O riso faz visível a todos um defeito escondido (PROPP, 1992, p. 182).

Este defeito denunciado por Dilma Bolada, talvez, tenha sido certa hipocrisia daqueles que, a princípio, se opunham ao evento, mas compareceram aos estágios para prestigiar a Copa.

O *grotesco* (cat. 5), evidente 2 (duas) vezes durante as publicações da personagem na competição, revelou uma face divertida, e ao mesmo tempo, bizarra da presidente. Propp descreve o grotesco como “o mais elevado e extremo do exagero” (PROPP, 1992, p. 91). Este recurso explora o antinatural, o caráter monstruoso, confundindo fantasia e realidade, tendo sido muito utilizado na comédia grega por meio do uso de máscaras: o grotesco e a hipérbole caminham de mãos dadas (PROPP, 1992). Na postagem mais “grotesca”, a presidente aparece vestida do mascote da Copa, Fuleco (um tatu), com os dizeres: “Mascote do dia: FULECA #DILMASCOTE # Partiu São Paulo... VAAAAAAAI BRASIL !!! (DILMA BOLADA, postagem no Facebook, 12 de junho de 2014).

¹⁸Disponível em: <<http://www.brasil247.com/pt/247/minas247/145891/Sucesso-da-Copa-faz-A%C3%A9cio-mudar-linha-de-discurso.htm>>. Acesso em 05 abr. 2016.

Considerações finais

A complexidade e a riqueza do caráter cômico da personagem Dilma Bolada no Facebook foram evidentes em um total de 81 publicações, nas quais foi possível detectar seis categorias diferentes do riso. A Copa do Mundo no Brasil de 2014, o maior evento realizado no país naquele ano, como descrevemos, aconteceu em um cenário conturbado com denúncias de corrupção e protestos contra a competição. Dilma Bolada, por meio do riso, buscou, de certa forma (ao menos nas redes sociais digitais) inverter o caos e instituir ordem (mesmo que fictícia), ao sugerir que as circunstâncias estavam sob controle e que a Copa seria um sucesso.

É possível estabelecer paralelo entre o papel desempenhado pela personagem e a atuação do bobo da corte no cenário medieval, “um governante às avessas”, autorizado a tudo dizer e a criticar, sobretudo adversários, ostensivos ou incógnitos. A personagem ficcional compõe-se na forma de paródia, cópia imperfeita da presidente, que desvela suas fragilidades, sua faceta mais prosaica, e, ao mesmo tempo, busca projetar e afirmar a imagem de uma Dilma firme, com domínio e autoridade. O estudo identificou também que a personalidade rígida da presidente foi tomada como oportunidade para Jeferson Monteiro explorá-la e dela fazer comédia. O modo truncado de se expressar oralmente e o jeito durão de Dilma Rousseff foram explorados sob o enfoque do exagero, da hipérbole, de modo a criar uma atmosfera divertida – uma panaceia em meio à desordem política e social.

Com o emprego da ironia, perseguiu-se uma estratégia pedagógica capaz de dissuadir aqueles que eram contra o evento. Pelo cinismo, a personagem tentou reequilibrar a imagem desgastada de Dilma, em queda nas pesquisas de opinião. É fato que a presidente melhorou sua avaliação¹⁹ junto ao público após a competição, por uma série de fatores. É provável que Dilma Bolada, por meio do recurso ao riso, tenha contribuído de alguma forma para isso.

O artifício do deboche foi essencial para a tarefa de desconstrução do adversário na eleição presidencial de 2014, Aécio Neves (PSDB). Como a campanha na internet foi autorizada pelo TSE no dia 6 de julho – a sete dias do fim da Copa – a personagem aproveitou o período para desgastar a imagem do oponente de Dilma. O sucesso da audiência no Facebook, como relatado anteriormente, com mais de 3 bilhões de curtidas, comentários ou postagens sobre o evento, pode ter contribuído, em certa medida, para uma maior visualização da página fictícia. Porém, é preciso reconhecer que, para uma análise mais precisa, seria necessário um estudo quantitativo de audiência da *fan page*.

Por fim, o burlesco, expressão do cômico mais evidente em nossa análise, cumpriu um papel importante ao explicitar uma presidente que, até então, não conhecíamos. Se Dilma real, assídua em nosso cotidiano, projeta uma imagem pública de mulher rígida, “durona”, que gagueja ao falar e não abre muitos sorrisos, Dilma Bolada mostrou uma face inversa (diva, linda, bem-humorada, carismática e divertida). Num momento em que

¹⁹Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/poder/2014/07/1480175-com-copa-do-mundo-humor-do-pais-melhora-e-dilma-cresce.shtml>>. Acesso em 10 abr. 2016.

todas as atenções estavam voltadas para a Copa, a personagem construiu uma imagem positiva da presidente e confirmou, como indicou a reportagem da revista americana Forbes em 2014, ser uma importante aliada da propaganda política governamental, capaz de provocar efeitos, de fato, invejáveis.

Anexos

Levantamento das postagens no período da Copa do Mundo do Brasil da fan page Dilma Bolada:

PERÍODO: 12 DE JUN A 13 DE JUL		CATEGORIA					
DIA	QUANTIDADE DE POSTAGENS	BURLESCO	CÍNICO	DEBOCHADO	GROTESCO	IRÔNICO	PARÓDICO
12/jun	15	8	2	5	1	4	4
13/jun	5	3	2	1		2	1
14/jun	SEM POSTAGENS NO DIA	0	0	0	0	0	0
15/jun	4	2	1	2		2	1
16/jun	2	1					1
17/jun	4	3	1	1			4
18/jun	1					1	
19/jun	4	2	1	2			2
20/jun	4		1	2	1	1	1
21/jun	3	2	1	1		1	1
22/jun	2	1		1		1	1
23/jun	1		1				1
24/jun	1			1			
25/jun	2	1		1		1	2
26/jun	2	1	1	1			1
27/jun	3	1	1			1	2
28/jun	3	3	1			1	2
29/jun	SEM POSTAGENS NO DIA	0	0	0	0	0	0
30/jun	2	2		1			1
01/jul	2	2	1			1	2
02/jul	3	3		1		1	2
03/jul	2	1	1	1			1
04/jul	2	3		1			1
05/jul	3	1		1			3
06/jul	1	1					1
07/jul	1						1
08/jul	3	3		1		1	2
09/jul	1		1			1	
10/jul	1	1					1
11/jul	1						1
12/jul	SEM POSTAGENS NO DIA	0	0	0	0	0	0
13/jul	3	2		1			1
TOTAL	81	47	16	25	2	19	41

Referências Bibliográficas:

BAKHTIN, Mikhail Mikhailovich. **Cultura popular na idade média e no renascimento**: o contexto de François Rabelais – 7ª edição. Tradução de Yara Frateschi Vieira. São Paulo: Hucitec, 2010.

BERGSON, Henri. **O Riso**: ensaio sobre a significação do cômico. 2ª Ed. Rio de Janeiro: Zahar, 1983.

FREUD, Sigmund. **O humor**. Obras Completas, tomo XXI. Buenos Aires: Amorrortu, 1994. (Trabalho original publicado em 1927).

_____. **O Inconsciente**. In S. FREUD, Obras Psicológicas de Sigmund Freud, Vol. 2: Escritos sobre a Psicologia do Inconsciente (pp. 13- 74). Rio de Janeiro: Imago. (Trabalho original publicado em 1915).

_____. **Os chistes e sua relação com o inconsciente**. In: FREUD, S. Edição standard brasileira

das obras psicológicas completas de Sigmund Freud. Vol. VIII. Rio de Janeiro: Imago, 1996. (Trabalho original publicado em 1905).

_____. **Totem e Tabu**. In: FREUD, S. Edição standard brasileira das obras psicológicas completas de Sigmund Freud. v. 13. Rio de Janeiro: Imago, 1990. (Trabalho original publicado em 1913).

GOFFMAN, Erving. **A representação do eu na vida cotidiana**. Petrópolis: Vozes, 15ª ed., 2008.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 9. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2004.

LACAN, Jacques. **O seminário**, livro 5: as formações do inconsciente. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1999.

LIPOVETSKY, Gilles. **A era do vazio**: ensaio sobre o individualismo contemporâneo. Tradução Miguel Serras Pereira; Ana Luísa Faria. Lisboa: Relógio d'água, 1989.

MENEZES, Eduardo Diatay. **O riso, o cômico e o lúdico**. In Revista de Cultura Vozes, Petrópolis, nº 1, p 5-14, 1974.

MINOIS, Georges. **História do riso e do escárnio**. Trad. Maria Elena O. Ortiz Assumpção. São Paulo: UNESP, 2003.

MOTTA, VÉRA. **Humor: Nudez e Máscara**. In revista Cógito. Salvador, n. 10, p. 72 – 77, out. 2009.

PLATÃO. **Hípias Maior**. Belém, Editora Globo, 1980.

PROPP, Vladimir. **Comicidade e Riso**. Tradução de Aurora Fornoni Bernardini e Homer o Freitas de Andrade. São Paulo: Ática, 1992.