

**UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO
LINHA DE PESQUISA: CULTURAS MIDIÁTICAS AUDIOVISUAIS**

EUTÁLIA SILVA RAMOS

**MONTY PYTHON E PORTA DOS FUNDOS:
OS PROCESSOS CULTURAIS E O RESIDUAL
NO AUDIOVISUAL CONTEMPORÂNEO**

João Pessoa - PB
2017

**UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO
LINHA DE PESQUISA: CULTURAS MIDIÁTICAS AUDIOVISUAIS**

EUTÁLIA SILVA RAMOS

**MONTY PYTHON E PORTA DOS FUNDOS:
OS PROCESSOS CULTURAIS E O RESIDUAL
NO AUDIOVISUAL CONTEMPORÂNEO**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal da Paraíba, como requisito para a obtenção do Grau de Mestre.

Orientador: Dr. Marcel Vieira Barreto Silva.

João Pessoa - PB
2017

Catálogo na publicação
Seção de Catalogação e Classificação

R175m Ramos, Eutália Silva.

Monty Python e Porta dos Fundos : os processos
culturais e o residual no audiovisual contemporâneo /
Eutália Silva Ramos. - João Pessoa, 2017.
109 f. : il.

Orientação: Marcel Vieira Barreto Silva.
Dissertação (Mestrado) - UFPB/CCHLA.

1. Comunicação. 2. Culturas midiáticas audiovisuais. 3.
Cultura digital. 4. Youtube. I. Silva, Marcel Vieira
Barreto. II. Título.

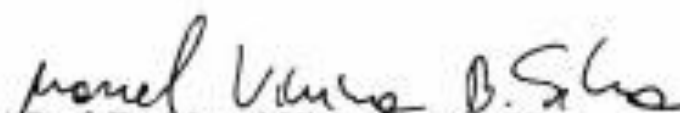
UFPB/BC

**UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO
LINHA DE PESQUISA: CULTURAS MIDIÁTICAS AUDIOVISUAIS**

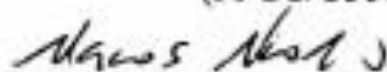
**MONTY PYTHON E PORTA DOS FUNDOS:
OS PROCESSOS CULTURAIS E O RESIDUAL
NO AUDIOVISUAL CONTEMPORÂNEO**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal da Paraíba, como requisito para a obtenção do Grau de Mestre.

Banca examinadora:


(Orientador) Prof. Dr. Marcel Vieira Barreto Silva

(PPGC/UFPB)



(Interno) Prof. Dr. Marcos Antônio Nicolau

(PPGC/UFPB)

(Externo) Prof. Dra. Gabriela Borges Martins Caravela

(PPGCOM/UFJF)

AGRADECIMENTOS

Inicialmente expresso minha gratidão a Deus através das simples palavras que aqui serão escritas. O caminho percorrido, as experiências, as angústias e as alegrias só poderiam ser vencidas com a presença do Senhor e da fé em concretizar essa etapa tão importante em minha vida.

A minha mãe Maria Edileuza que mesmo com pouca escolaridade e sem compreender a academia, lutou, deu seu apoio e fez tudo para que nunca faltasse nada em meus estudos. Dedico essa conquista a você, mãe!

As minhas irmãs Sandra e Soraya, e as minhas sobrinhas Carolina, Isabela e Giovana. Entre tapas, beijos e saudades!

Ao meu companheiro de vida, aquele que está perto de mim na maior parte dos momentos, compartilhando os bons resultados e vibrando com cada vitória. Lucas, obrigada por ter paciência, pela torcida e pela compreensão de sempre.

A amizade construída durante esses dois anos e meio que deu origem ao grupo “*I have no idea*”. Fabrícia, Natan e Nathalia vocês foram e são muito importantes, tudo que foi compartilhado e dito ficará guardado em meu coração.

Ao amigo da graduação e da vida, Tiago. Nossas conversas foram essenciais nesse período. Agradeço imensamente as indicações de leituras e as dicas acadêmicas.

Aos amigos que estão longe, mas dentro do coração; aos que estão perto, mas longe devido à correria do dia a dia, meu agradecimento pela parceria a cada novo passo.

Agradeço ao meu orientador, Marcel Vieira, que desde nossa primeira conversa ajudou a abrir os meus olhos sobre o estudo. Levarei para a vida cada orientação, conversa e conselho. Um professor que se tornou referência para a minha carreira acadêmica. Gratidão!

Ao professor Marcos Nicolau, pela presença na banca e pelos auxílios desde a graduação. Obrigada por estar sempre disposto a ajudar.

Aos demais professores do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal da Paraíba.

A todos aqueles que direta ou indiretamente ajudou para a concretização deste trabalho, muito obrigada!

RESUMO

O audiovisual contemporâneo está atrelado a constantes produções que circulam em diferentes espaços midiáticos. Boa parte disso provém das novas tecnologias de comunicação que propicia espalhamento e disponibilização do conteúdo nesses espaços. A partir disso, presenciamos o crescente desenvolvimento de objetos multifacetados que transitam entre a televisão e internet. O movimento nos apresentou aos processos culturais e atuais de intermedialidade (RAJESWKY, 2005) e convergência de formato, estilo e linguagem que ressignificam produções audiovisuais. Com isso, observamos o feito como uma prática recorrente na cultura digital. Entretanto, há no YouTube, a disponibilização de conteúdos de épocas anteriores que por meio desta prática, (re) apresenta modelos de organização e produção. Diante deste cenário, identificamos dois grupos humorísticos que representam nosso objeto de estudo e os dois lados das práticas culturais relatadas, o Porta dos Fundos (2013) e o Monty Python (1969). Tendo em vista a distinção entre culturas, os modos de produção e principalmente, em sua tecnologia de circulação, verificamos que ambos fazem parte hoje de um mesmo ambiente cultural e atuam similarmente no YouTube. Com o objetivo de compreender esse fenômeno cultural e a relação entre eles, descobrimos a cultura residual (WILLIAMS, 1970; JENKINS, FORD, GREEN, 2014) como base para nossa análise. Isso resultou em um estudo comparativo entre três esquetes dos grupos “*Spam*” e “*Rola*”, “*Job Interview*” e “*Entrevista de Emprego*”, e “*Birth*” e “*Oh, Meu Deus!*”. Nos resultados dessa pesquisa, identificamos resíduos no formato da linguagem, estrutura narrativa e estilo. Averiguamos que os esquetes analisados são integrantes da produção audiovisual atual, que buscam referência em resíduos de um estilo nostálgico que representam significados e valores.

Palavras-chave: Audiovisual. Cultura residual. Monty Python. Porta dos Fundos. YouTube.

ABSTRACT

The contemporary audiovisual is linked to constant productions that circulate in different media spaces. Much of this comes from the new communication technologies that spread and makes available the content in these spaces. From this, we witness development of multifaceted objects that transit between television and internet. The movement presents us to current processes of intermediality (RAJEWSKY, 2005) and convergence of format, style and language audiovisual productions and remediation. In this way, to observed this as recurring practice in digital culture. However, there is on YouTube old contents that through this practice present news models of organization and production. On this, two groups of humour were identified to represent our study object and two sides of the cultural practices presented in, *Porta dos Fundos* (2013) and Monty Python (1969). Different cultures, models of production and especially in their circulation technology, we find both are part of the same cultural environment today and act similarly on YouTube. In order understand this cultural phenomenon and the relation between them, we discovered residual culture (WILLIAMS, 1970; JENKINS, FORD, GREEN, 2014) a basics for our analysis. We carried out a comparative study between three sketches of the groups “Spam” and “*Rola*”, “Job Interview” and “Job Interview”, and “Birth” and “Oh, My God!”. In the results of this research, residues in format, language, narrative structure and style were. We verified that sketches analyzed are part of current audiovisual production, which seek reference in residues of a nostalgic style which have meanings and values.

Keywords: Audiovisual. Residual culture. Monty Python. Porta dos Fundos. YouTube.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Imagem que relaciona objetos simbólicos dos grupos.	11
Figura 2: Apresentação do movimento dos grupos entre as mídias.	12
Figura 3: Monty Python hoje. Da esquerda para direita: Eric Idle, Terry Jones, John Cleese, Terry Gilliam e Michael Palin.	26
Figura 4: Da esquerda para a direita: Terry Gilliam, Terry Jones, John Cleese, Michael Palin, Graham Chapman e Eric Idle.	26
Figura 5: Da esquerda para direita: Antonio Tabet, Fabio Porchat, Gregório Duvivier, Ian SBF e João Vicente de Castro.	31
Figura 6: <i>Printscreen</i> do canal oficial do Monty Python na plataforma do YouTube.	65
Figura 7: <i>Printscreen</i> do canal oficial do Porta dos Fundos na plataforma do YouTube. ..	66
Figura 8: Cartelas iniciais dos esquetes no YouTube.	67
Figura 9: Vinheta de finalização dos esquetes do Monty Python.	78
Figura 10: Vinheta de finalização dos esquetes do Porta dos Fundos.	78
Figura 11: Captura de tela da cena inicial em <i>Spam</i> (1970).	80
Figura 12: Captura de tela da cena inicial em <i>Rola</i> (2013).	80
Figura 13: Captura da tela do segundo plano utilizado em <i>Spam</i> (1970).	81
Figura 14: Captura da tela do segundo plano utilizado em <i>Rola</i> (2013).	81
Figura 15: Captura de tela em <i>Spam</i> (1970).	83
Figura 16: Captura de tela em <i>Rola</i> (2013). ..	83
Figura 17: Cena após a vinheta de finalização em <i>Rola</i> (2013). ..	84
Figura 18: Captura de tela em <i>Job Interview</i> (1970).	88
Figura 19: Captura de tela em Entrevista de Emprego (2013)	88
Figura 20: Captura de tela em <i>Job Interview</i> (1970).	89
Figura 21: Captura de tela em Entrevista de Emprego (2013).	89
Figura 22: Animação gráfica em <i>Job Interview</i> (1970)	91
Figura 23: Animação gráfica em Entrevista de Emprego (2013).	91

Figura 24: Captura de tela em <i>Birth</i> (1983).....	96
Figura 25: Captura de tela em Oh, Meu Deus! (2013)..	96
Figura 26: Os figurinos em <i>Birth</i> (1983).....	97
Figura 27: Os figurinos em Oh, Meu Deus! (2013).	97
Figura 28: Captura de tela dos dois esquetes em questão. Momento de ponto de ligação ao chamar pessoas para a cena..	98

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	9
1 A CONTEMPORANEIDADE DO HUMOR E DO FORMATO EM TRUPES DOS ANOS 1970 E 2000	15
1.1. UMA BREVE PERSPECTIVA EM TORNO DO HUMOR	16
1.2. OS GRUPOS HUMORÍSTICOS E AS PRODUÇÕES: SEPARADOS POR ANOS	24
1.2.1. Monty Python: referência humorística dos anos 70	26
1.2.2. Porta dos Fundos: produzindo humor para a internet	30
1.3. FORMATOS REMEDIADOS: TELEVISÃO E YOUTUBE	34
2 TRIPÉ DOS PROCESSOS CULTURAIS NO AUDIOVISUAL.....	45
2.1. A PERMANÊNCIA DE UM MATERIAL RESIDUAL.....	50
2.2. O FORMATO DE UM MEIO EM OUTRO: REUTILIZANDO TÉCNICAS E REMODELANDO A MÍDIA	55
2.3. ATRAVESSANDO PRODUÇÕES POR ENTRE AS FRONTEIRAS MIDIÁTICAS.....	58
2.3.1. O movimento dos grupos nos meios: identificando práticas	60
3 OS FORMATOS DO MONTY PYTHON E PORTA DOS FUNDOS: METÓDO E ANÁLISE	64
3.1. PERCURSO METODOLÓGICO.....	64
3.2. ANALISANDO OS FORMATOS.....	69
3.2.1. Monty Python na televisão, cinema, teatro e YouTube.....	69
3.2.2. Porta dos Fundos no YouTube, televisão e cinema	73
3.3. ANALISANDO OS ESQUETES	76
3.3.1. Spam (1970) e Rola (2013).....	76
3.3.2. Job Interview (1970) e Entrevista de Emprego (2013)	85
3.3.3. Birth (1983) e Oh, Meu Deus! (2013).....	92
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	100
REFERÊNCIAS	104
APÊNDICES	107

INTRODUÇÃO

A internet e os seus espaços múltiplos permitiram o desenvolvimento e a prática de processos que modificaram a comunicação, os indivíduos e as relações. Assim, é o meio de comunicação mais utilizado e presente em todos os lugares no cotidiano da sociedade, desde o *smartphone* a televisão. A cibercultura, a cultura da Internet, do digital e da convergência são resultados desses processos que transformaram toda a cadeia da comunicação midiática. Por esta razão, os ambientes irradiados pela tecnologia e internet afetam a ordem comum das coisas.

O sociólogo espanhol Manuel Castells (2005), verificou que a internet pela primeira vez permitiu a comunicação de muitos com muitos em qualquer localização geográfica e horário. A partir disso, creditamos aos constantes avanços tecnológicos em torno da internet as novas possibilidades que são apresentadas.

Dessa maneira, o poder da comunicação para uma extensa quantidade de pessoas modifica o comportamento comunicacional do indivíduo, afetando sua vida particular e toda a vida em sociedade. O conjunto de transformações ocorridas como as tecnologias acarreta também novas formas culturais relacionadas aos usos, apropriações e participações no mundo *online*.

Com isso, a internet e a tecnologia digital contribuíram para o surgimento de uma cultura convergente. Em suma, a cultura definida por Henry Jenkins (2009), é o fenômeno de cruzamento entre as mídias em que o poder de produzir se desloca para uma relação mais interativa com os indivíduos. Todavia, essa união não se limita à dimensão material, mas abarca outros aspectos ligados aos processos socioculturais que reconfiguram e ressignificam formatos, linguagens e estéticas nas diferentes telas.

Entre as muitas práticas realizadas na internet, observamos os vídeos *online* espalhados nas plataformas digitais. Notamos o surgimento cada vez maior de espaços que propiciam recursos para produção, consumo e compartilhamento de produções audiovisuais. Nessa direção, o YouTube se consagra por disponibilizar um ambiente midiático em que circulam produtos originais incentivados pela empresa, bem como conteúdos replicados do cinema, rádio e televisão.

A cultura da Internet molda o ambiente e nos apresenta o encadeamento de práticas dos produtores/usuários e consumidores/usuários (CASTELLS, 2003) e fãs/usuários. Dessa forma, observamos os indícios de uma cultura participativa, que

transforma o produto midiático. Por conseguinte, ela apresenta possibilidades de ferramentas comunicacionais assumirem novas configurações.

A recirculação de produções audiovisuais oriundas de outros meios comunicacionais para a internet é considerada como um gerador de mix de forças que perpassa culturas e entre elas determinam como serão compartilhadas (JENKINS; FORD; GREEN, 2014). Por sua vez, na atual circunstância, o material percorre facilmente por diferentes cenários culturais e suportes tecnológicos, seja pelo uso em determinada mídia ou pela iniciativa da empresa que detém os direitos autorais de obras audiovisuais.

Assim, levando em conta o processo de recirculação das produções, é possível promover uma reflexão sobre o conteúdo inserido em distintas culturas, uma vez que ao ser reconfigurado, adapta-se ao meio. Dessa forma, quais seriam as relações entre os objetos midiáticos diferentes, se um faz parte da mídia tradicional enquanto o outro está inserido na internet?

Constatamos no YouTube uma repetição frequente desse feito. Somos apresentados, em cada página da plataforma, a vídeos produzidos para o site e os de outras mídias misturados e espalhados, como se todos tivessem sido elaborados para a internet. Essas produções misturam-se às realizações dos usuários/consumidores/fãs e de grandes empresas. Por esta razão, percebemos o YouTube como um espaço para compreender os processos midiáticos, bem como as práticas da cultura participativa e as relações entre as produções audiovisuais originais e as replicadas.

Atentamos para duas produções humorísticas no YouTube. As relações iniciais se deram pelo gênero e formato trabalhado. Logo, reconhecemos um processo midiático da cultura da convergência, pois, as duas produções estavam disponíveis na televisão, mas realizaram um papel inverso. As produções em questão eram dos grupos Monty Python e Porta dos Fundos, constituintes do universo de trupes humorísticas cujos produtos, de épocas distintas, circulam pelo teatro, cinema, televisão e internet. O Monty Python que surge na televisão em 1969 e vai para o cinema e se firma na internet, em específico, no canal oficial no YouTube. Porta dos Fundos, por sua vez, é um grupo reconhecido no Brasil que surge em 2013 no YouTube, e em conjunto, atua na televisão e cinema.

Sendo assim, o reconhecimento dos movimentos realizados pelos grupos ampliou o leque de possibilidades relativas a resposta sobre as relações entre produtos midiáticos de meios distintos. Porém, nos questionamos a respeito de como ocorriam

tais relações, pois são produções audiovisuais de grupos que se distanciam por mais de quarenta anos de criação e realização.

Inicialmente, a única relação partia-se da plataforma na qual são inseridas e do gênero, até o momento em que nos deparamos com uma notícia e uma imagem. A notícia vinculada ao site R7, mas que infelizmente não está disponível, afirmara que o Porta dos Fundos era “o nosso” Monty Python da atualidade. Enquanto a imagem encontrada nas pesquisas de imagens do Google.com (de autoria desconhecida), apresenta uma ligação entre dois símbolos dos grupos, como pode ser observado abaixo.

Figura 1: Imagem que relaciona objetos simbólicos dos grupos.



Fonte: desconhecida.

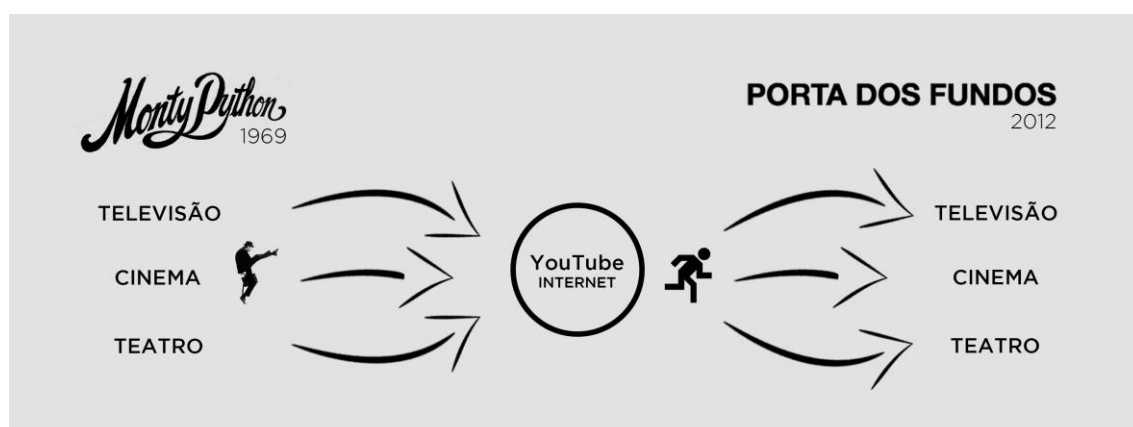
De acordo com o apresentado pela imagem, é evidente que uma associação já havia sido apontada. Com isso, pensamos na recirculação das produções audiovisuais do Monty Python no YouTube. Do mesmo modo na permanência, na cibercultura de um estilo similar nas produções do Porta dos Fundos. Ao pensar no grupo Monty Python a partir do canal oficial no YouTube, verificamos os processos de convergência em seus produtos. Essa recirculação acarreta o fenômeno ligado a intermedialidade (RAJEWSKY, 2005) e a remediação (BOLTER; GRUSIN, 2000), gerando a permanência dos esquetes no ambiente virtual-digital.

Desse modo, levando em consideração a similaridade das produções enquanto produtos inseridos no meio digital, a permanência nos remete a cultura residual definida por Raymond Williams (1979). O residual tem por base, para o autor, em “certas experiências, significados e valores [...] ainda são vividos e praticados a base do resíduo” (p. 125).

Seguidamente, observamos o grupo Porta dos Fundos que surge no YouTube e disponibiliza seu conteúdo semanalmente no canal oficial. A produção para a plataforma apresenta a ação da cultura da Internet, dos criadores da internet (CASTELLS, 2003) e da remediação (BOLTER; GRUSIN, 2000) com os formatos remediados. Realizando o papel inverso do Monty Python, o grupo surge na internet, com suas produções audiovisuais e os instalam na televisão. Logo, passam a de fato produzir para a televisão, para o teatro e cinema.

Todo esse movimento, incluindo o de transposição dos conteúdos de uma mídia em outra, demonstra igualmente o fenômeno da intermedialidade. Tendo em vista todo esse percurso, desenvolvemos uma imagem que resume os movimentos dos grupos e transpõe as relações entre Monty Python e Porta dos Fundos:

Figura 2: Apresentação do movimento dos grupos entre as mídias.



Fonte: desenvolvido pela autora desta pesquisa.

Observamos que a intermedialidade propicia o crescimento ininterrupto do conteúdo, mesmo diante da pluralização de produtos nos meios de comunicação audiovisual. Tanto no que tange a produção focada para meio, quanto a transposição ocorrida de um meio para o outro.

Nesse contexto, a importância do estudo consiste em identificar os resíduos audiovisuais entre produtos de mídias, os modos de organização, a produção e a circulação. Assim como as culturas distintas apresentadas pelas produções. Ademais, verificamos que a cultura residual representa de forma significativa a cultura digital, os seus processos de convergência e o tensionamento entre mídias.

O objetivo principal dessa pesquisa é realizar um estudo sobre os resíduos audiovisuais de linguagem e formato encontrados nos esquetes da trupe Porta dos

Fundos do Monty Python, como esses mesmos resíduos perpassam distintas culturas e permanecem em um cenário multiplicador de convergências midiáticas. Para atingir esse propósito, temos como objetivos específicos, demonstrar a partir de um método comparativo entre Monty Python e Porta dos Fundos de que forma as produções midiáticas possuem similaridade e distinção no mesmo ambiente virtual-digital. Apesar da diferença de origem temporal e mídias entre eles.

Então, analisamos como ocorre o processo de transposição de um conteúdo de um meio para outro, a fim de apresentar as práticas e aspectos característicos da cultura. Almejamos compreender como as produções antigas retornam ao contexto contemporâneo e compõe novos espaços capazes de ativar a permanência nesse cenário de relíquias de outras épocas. Como último objetivo específico, identificamos as produções de ambos os grupos nos canais oficiais no YouTube que dialogam entre si, através da temática e do formato, para apresentar analiticamente resíduos audiovisuais de um em outro.

Apresentamos de início as perspectivas dos pensadores em torno do cômico, riso e humor para situar os objetos em questão. Citaremos dos mais antigos, como Henri Bergson (1980) e Vladimir Propp (1992), que abordaram os primeiros aspectos do humor em sua época através de visões aristotélicas. E os da atualidade, como Verena Alberti (2002), Brett Mills (2008), Steve Neale e Frank Krutnik (2001) e Roberto Elísio dos Santos e Regina Rossetti (2012).

Em seguida, demonstramos o histórico dos grupos, suas produções e formatos, com o intuito de conhecermos de forma mais profunda. Após, apresentamos o conceito de residual proposto por Williams (1979) para promover a compreensão a respeito do retorno de produções antigas, como no caso o Monty Python. De semelhante modo, abordamos o uso de linguagem e formato remediado em Porta dos Fundos.

Por fim, a intermedialidade será focada com o intuito de apresentar como, em teoria, o fenômeno do uso do formato pode ser observado de um meio em outro. A partir do conceito é possível perceber quais práticas são realizadas pelos grupos, além de reconhecer que as ações responsáveis por permear as produções em todos os meios de comunicação são partes desses fenômenos de travessia entre as mídias (RAJWESKY, 2005).

No segundo capítulo, o caminho epistemológico é iniciado com o reconhecimento dos processos de convergência que modificam o ambiente cibercultural. Buscamos em Pierre Lévy (1999), André Lemos (2010), Jenkins (2009) e Williams

(1979), entender este universo em constatação e o desenvolvimento de práticas que ressignificam o cenário. A inserção breve dos estudos culturais, pela perspectiva de Williams (1979), nos auxilia no desenvolvimento teórico da pesquisa, bem como a compreender a mediação dos objetos e as ligações entre os meios de comunicação. Esses conceitos são trabalhados por autores como Jay David Bolter e Richard Grusin (2000) e Irina Rajewsky (2005).

A partir disso, analisamos o estudo comparativo ideal para conseguirmos interpretar as produções em questão. Para isso, buscamos no método de decupagem analítica, e realizamos as análises de, ao total, seis esquetes humorísticos. Logo, a verificação entre produtos dos dois grupos, especificamente os esquetes do YouTube, indicou as relações residuais de um grupo em outro.

Entretanto, verificamos que apenas a decupagem analítica impossibilitaria a interpretação dos resíduos, o que inviabilizaria um dos objetivos do estudo. Com isso, desenvolvemos uma categorização que tem por base a técnica, a linguagem, a estética e a encenação das produções audiovisuais. Ao todo, são três categorias que apontam os resíduos de um grupo em outro, a linguagem-audiovisual (o sonoro, visual, cenários, personagens e figurinos), linguagem-verbal (roteiro, narrativa, diálogos e entonações), e por último, linguagem-encenação (interpretação e atuação dos personagens).

Com efeito, as categorias residuais desenvolvidas apontam para as características estilísticas que residem e permanecem nos produtos de grupos. Uma vez que mesmo sendo de épocas distintas são parte de um processo cultural, transformados e mediados no contexto audiovisual contemporâneo.

Desse modo, a análise do objeto estudado, através do método desenvolvido para a interpretação dos esquetes permite o olhar analítico singular. Em outras palavras, o desenvolvimento das categorias é importante para a pesquisa, pois, viabiliza o entendimento das correspondências das produções audiovisuais dos grupos. Assim, apesar de serem produzidos para diferentes mídias, eles se relacionam no YouTube e provocam uma semelhança a partir dos encontros residuais.

1 A CONTEMPORANEIDADE DO HUMOR E DO FORMATO EM TRUPES DOS ANOS 1970 E 2000

Conforme exposto, revisitamos pensadores que abarcam o tema e são importantes para o presente estudo. Apresentamos então, a primeira parte do percurso teórico que nos leva a encontros particulares necessários no estudo. Por este motivo, consideramos este capítulo primordial para a compreensão do objeto. Atentamos para uma série de fatores importantes que são as relações entre o humor, os grupos, o formato e os meios de comunicação. A correspondência entre esses aspectos são explicadas a seguir levando em consideração a ambiência que cerca a pesquisa.

A partir da perspectiva de produção audiovisual contemporânea que presenciamos percorrendo a internet, visualizamos formatos e/ou modelos de conteúdos audiovisuais se reconfigurando e se replicando. Dessa maneira, eles adquirem características que dizem respeito à linguagem, a estética e o modo organizacional. Com isso, percebemos o movimento de readaptação de antigas produções a meios diferentes, seja da televisão para a internet ou vice-versa.

A escolha dos dois grupos teve como intuito compreender como estes se reconfiguram em suas produções. Conforme apresentado, os grupos escolhidos são Monty Python e Porta dos Fundos, a partir destes foi possível reconhecer e demonstrar a permanência do humor. Assim, entendemos como um formato reconfigurado, elaborado na televisão e posteriormente remediado para a internet, perpassando culturas.

Logo, nesta primeira parte, percorremos de forma breve por perspectivas em torno do humor. Por ser um conceito extenso e possuir diferentes visões, acreditamos que somente um pensador não conseguiria proporcionar uma compreensão da abrangência do conteúdo. Tendo em vista que o nosso objetivo é interpretar os grupos a partir de seus esquetes (disponíveis na plataforma do YouTube), verificamos a necessidade maior em verificar os processos em que são parte.

Portanto, considerando os elementos expostos, o formato esquete e os meios em que se propagam é o principal foco da pesquisa. Resgatamos a questão do formato para abarcar a pesquisa e aclarar as considerações iniciais. Dessa forma, trabalhamos de maneira elementar, pois assim como o conceito de humor, o formato possui diversas faces. A respeito do histórico dos grupos, apresentamos de forma individual as suas produções e estilo. Finalizando, expomos os formatos remediados que percorrem os espaços da televisão e do YouTube.

1.1. UMA BREVE PERSPECTIVA EM TORNO DO HUMOR

O humor, em seu modo atual de apresentação na sociedade midiaticizada, não se difere, de todo, dos seus primórdios. Há uma diferenciação a propósito de cômico, riso e humor. Para Henri Bergson (1980, p. 12), “não há comichão para fora do que é propriamente humano”, geralmente, rimos de coisas que essencialmente não foram feitas para sorrir. Compreendemos, dessa maneira, que é necessária uma anestesia momentânea para que o cômico possua efeito. Por outro lado, Vladimir Propp (1992, p. 32) afirma que “cada época e cada povo possui seu próprio e específico sentido de humor e de cômico, que às vezes é incompreensível e inacessível em outras épocas”.

O riso, por sua vez, é considerado resultado da comichão e do humor. Segundo Roberto Elísio dos Santos (2012, p. 34), o humor está presente em diferentes manifestações humanas, assumindo formas em que se transformam em “uma narrativa que, determinada por condições sociais, culturais e históricas, gera um efeito em seu receptor, o riso”. Por conseguinte, o mesmo autor afirma que para ser compreendido, o riso precisa estar ligado a algo da sociedade ou com uma cultura para poder fazer sentido e suscitar o resultado satisfatório.

As perspectivas em torno do humor geram compreensões pertinentes para os grandes pensadores, ocasionando constantes reflexões. Entretanto, não há um consenso a propósito do seu real significado. Assim, existem muitos exemplos de visões a respeito do tema. De Aristóteles, com suas perspectivas iniciais sobre a tragédia, a comédia e o sublime; Propp, com as considerações sobre o cômico e o riso; Hipócrates com o “humoralismo” e a relação do cômico com a medicina; Bergson com o riso mecanizado, o riso de um grupo; Freud vinculando o humor às emoções reprimidas; e entre outros. O rumo que vem da Grécia antiga percorre períodos e se molda perante o contexto atual.

A respeito do tema, os professores Roberto Elísio dos Santos e Regina Rossetti (2012) organizaram um livro com artigos de diferentes pesquisadores que realizaram um levantamento acerca do humor e do riso no cenário midiático contemporâneo, resgatando teorias iniciais proporcionando uma atualização a propósito do tema¹. Com isso, buscamos através desses estudos, adentrar nas questões que envolvem o gênero

¹ SANTOS, Roberto Elísio dos; ROSSETTI, Regina. (orgs). Humor e Riso na Cultura Midiática: variações e permanências. 1ª Ed. São Paulo: Paulinas, 2012.

humorístico. Adicionalmente as produções dos pensadores responsáveis pelo desenvolvimento das teorias em torno do tema foram trabalhadas.

Assim, entendemos a evidência do humor como objeto que possui características peculiares e distintas em todo cenário de produção audiovisual. Tendo em vista o contexto brasileiro, observamos o humor como um gênero que une, lembrando-se de Bergson (1980, p. 13) sobre “o riso parece precisar de eco”; gera comentário, “repercutindo aqui e ali”; e compartilhamento, já que “o nosso riso é sempre o riso de um grupo”.

Dessa maneira, compreendemos que essa variedade não é oriunda da cultura vigente mas, faz parte de um percurso histórico. Segundo Steve Neale e Frank Krutnik (2001), a comédia sempre foi marcada por uma diversidade mesmo em um universo restrito do cinema e da televisão, possuindo uma imensa variedade de formas existentes.

Acrescentando-se ao pensamento de Andrew Horton (1991), que considerou o território vasto e incluiu não só a comédia, mas o riso, o humor, e as formas em que se apresentam (sátira, paródia, farsa, entre outros), dificultando para ele possíveis generalizações acerca do assunto. O autor, ainda afirma que nenhuma teoria do humor desenvolvida é totalizante e consiga de fato abraçar a pluralidade que o gênero apresenta, e por isto, pode ser estudada por várias perspectivas. Isso se torna claro, ao conhecermos os estudos teóricos em torno do tema que serão retratados posteriormente.

Definido como a Teoria do Humor por muitos, o conceito trabalhado inicialmente por Aristóteles surge por meio do desenvolvimento dos gêneros literários em seu livro *Poética*, produzido por volta de 335 a.C.. O filósofo não define teoricamente o humor. Segundo Verena Alberti (2002, p. 45), sua influência “talvez seja a mais marcante na história do pensamento sobre o riso, principalmente no que concerne à consagração de sua definição do cômico”. Por isso, compreendemos a importância do reconhecimento do trabalho do autor a propósito do tema.

Assim, por meio da poesia, Aristóteles inicia as interpretações sobre o universo humorístico que se desdobra em diferentes áreas de conhecimento. Dessa forma, o entendimento do cômico está ligado e em oposição às questões da tragédia e epopéia. Para Lígia Militz Costa (1992), ao estudar a poética de Aristóteles, percebe-se que,

a *Poética* reconhece explicitamente como gêneros somente a tragédia, a epopéia e a comédia, ou seja, as espécies miméticas que implicam a transformação do caráter do modelo (homem comum) para melhor (tragédia e epopéia) ou para o pior (comédia) (p. 12).

Contudo, Alberti (2002), em seu livro, comenta sobre a visão de outros autores perante as perspectivas aristotélicas, afirmando que o livro citado não contribuíra para o cômico. Compreendemos que a explicação para isso vem da falta de prestígio que percorreu por um tempo ao lado do conceito da comédia, enquanto a tragédia e a epopéia possuíam reconhecimento.

De mesmo modo, Hipócrates buscou compreender o tema através do seu campo de atuação. Para Santos (2012), o médico atribuía as causas das enfermidades aos fluidos corporais, aos humores. Com isso, o humor adquiriu um novo sentido, distinto do apontado por Aristóteles. No entanto, se distanciou deste campo ao longo do século XVIII e se caracterizou por outros vieses do âmbito do conceito.

Adicionalmente aos pensadores do humor, existem os trabalhos em torno da compreensão do riso e risível. Dentre eles, estão os mais populares, Thomas Hobbes, Immanuel Kant e Sigmund Freud. O riso era julgado por Hobbes em sinal de desprezo para aquele que ri da falha de outrem (SANTOS, 2012). Enquanto, na teoria do riso em Kant, o principal foco era saber por que o risível regozija, não tentando apenas explicar as causas.

Segundo Alberti (2002), que nos traz a perspectiva kantiana, o objeto do riso não é o belo, mas “um sentimento de saúde do corpo” que resulta na ausência do pensamento. Logo, assimilamos os estudos de Kant aos de Hipócrates. Uma vez que mesmo contendo visões distintas, consideram o corpo humano para expor suas análises a respeito da temática.

Com uma visão mais abrangente, Bergson (1992, p. 14) aponta anteriormente para uma função social do riso. Compreende que, “o riso deve corresponder a certas exigências da vida em comum” e com isso, estar presente de forma natural na sociedade para possuir uma significação social.

Por último, resgatamos os registros de Freud a partir do apresentado por Santos (2012). O autor afirma que Freud tinha como objetivo descobrir o prazer que se obtém do humor. Para isso, ele apontava uma distinção entre chiste, o cômico e o humor.

O primeiro (o gracejo, a piada, a anedota, o trocadilho) provoca o riso por meio de palavras ou ideias e cria prazer pela economia da inibição. O cômico aflora a partir de eventos ou objetos lúdicos, gozados, alegres, ridículos, levando ao riso pela percepção de contrastes e gerando economia do pensamento. Já o humor surge da postura de dar

pouca importância aos infortúnios, causando o riso ao ver o lado engraçado e proporcionando a economia do sentimento (p. 28).

É evidente que, todos eles nutriam o mesmo objetivo: a compreensão do humor. Para Brett Mills (2008), a teoria do humor é uma área complexa e que se posiciona como tema de fenômeno social e radical. Sendo assim, percorre distintos campos que se interligam e decifram questões que envolvem a Medicina, a Filosofia, a Linguagem, o Teatro, e atualmente, as Mídias Digitais.

Portanto, iniciamos o percurso histórico por Aristóteles que estabeleceu a tragédia e comédia como instrumentos de representação dramática. Era natural, para ele, tratar da definição da essência da comédia opondo-se a tragédia, já que o último gênero possuía significado primado (PROPP, 1992). Logo, a tragédia era a representação dos homens importantes e/ou superiores, enquanto a comédia apresenta os homens inferiores, com pouco valor.

Por ser o pioneiro na definição de gêneros artísticos, foi referência para a sequência de encontros e complementação teórica acerca do tema. Com isso, logo se apresentaram oposições tocantes ao pensamento de Aristóteles. Eis que surge Propp (1992), desacreditando da justaposição do trágico e cômico diante das estéticas dos séculos XIX e XX.

Por meio da perspectiva de Propp em seu livro *Comicidade e Riso* (1992), buscamos compreensões a respeito do riso e do cômico para enriquecer nossa pesquisa. O autor afirma que é preciso estabelecer o motivo do riso das pessoas e para isso, é fundamental reconhecer a natureza do ridículo para elas. E prossegue:

[...] veremos que é possível rir do homem em quase todas as suas manifestações. Exceção feita ao domínio dos sofrimentos, coisa que Aristóteles já havia notado. Podem ser ridículos o aspecto da pessoa, seu rosto, sua silhueta, seus movimentos. Podem ser cômicos os raciocínios em que a pessoa aparenta pouco senso comum; um campo especial de escárnio é constituído pelo caráter do homem, pelo âmbito de sua vida moral, de suas aparições, de seus desejos e de seus objetivos. Pode ser ridículo o que o homem diz, como manifestações daquelas características que não eram notadas enquanto ela permanecia calado. Em poucas palavras, tanto a vida física quanto a vida moral e intelectual do homem podem tornar-se objeto de riso (PROPP, 1992, p. 29).

Por esta ótica, o conceito do riso torna-se abstrato e de difícil compreensão enquanto uma única perspectiva que o defina. Baseia-se em aspectos pessoais e outrora

sociais, que se envolvem com outras características do mundo externo. Dessa forma, Propp (1992) visualiza o riso como um processo de condições e causas, de maneira que as causas devem ser estudadas.

Anteriormente, Bergson (1980, p. 12) nos traz outra perspectiva sobre o riso – com proximidade aos anteriores – ao afirmar que “não há comicidade fora do que é propriamente humano”. Adicionalmente, o filósofo, relaciona o seu pensamento à vida social como função de ligação entre o homem, um grupo de pessoas e o humor, quando afirma que o riso deve ter uma significação social. Considerando a afirmação do autor a respeito do riso ser sempre o riso de um grupo e precisar de eco para repercutir, é possível refletir na contemporaneidade. Uma analogia viável é a dos vídeos virais que ecoam na rede como o riso em conjunto, compartilhado.

Decerto, o humor e o riso em conjunto não permeiam apenas os vídeos virais, mas estão presentes nas redes sociais, com a utilização de memes² que aplicam imagens da vida real em contextos distintos de sua origem. Compreendemos que rimos não apenas em grupo, mas que ao estarmos “dentro” de uma conversa provavelmente iremos sorrir em conjunto; caso estejamos “fora” desta conversa é provável que não tenhamos vontade de sorrir (BERGSON, 1992).

O filósofo ainda caminha sobre a comicidade e seus gêneros: as relações com os movimentos e suas expressões, a força de expansão, a comicidade de situações, das palavras e do caráter. Nesse percurso, ele encontra a mecanização do riso, e aponta que o cômico é “todo arranjo de atos e acontecimentos que nos dê, inseridas uma na outra, a ilusão da vida e a sensação nítida de uma montagem mecânica” (BERGSON, 1980, p. 42).

Posteriormente, Bergson (1992), faz analogias aos brinquedos e a comédia, apontando o brinquedo como imitação da vida, em que mesmo com resultados previstos ao final sempre há uma diversão³. O autor ainda certifica, diante as relações da comicidade com os gestos e movimentos, que as atitudes demonstradas pelo corpo humano atrelado aos seus gestos e movimentos causam o riso. Isso ocorre até quando

² Termo que surge na cultura digital, o meme significa, em seu cerne, imitação. É também um fenômeno de viralização de imagens, vídeos, notícias e etc. em contextos divergentes de sua origem que são espalhados pelas redes sociais, adquirindo popularidade e rápida propagação.

³ A analogia criada por Bergson (1980) com o boneco de mola em seu livro segue o que ele acredita ser uma imitação da vida. O autor afirma que há um conflito de obstinações, apertamos a tampa da caixa do boneco e quando abrimos, ele salta de novo; um gênero de divertimento universal. É uma ação mecânica, da qual o resultado já se conhece, mas que se repete e sempre uma parte irá ceder, levando assim, no final das contas o divertimento do outro.

tais demonstrações não nos levam a pensar em um simples mecanismo automático, sucedendo dessa forma o não riso nos espectadores, telespectadores, usuários, fãs e etc.

Em outra vertente, recorremos a Alberti (2002) em prol de guiar-nos sobre a inconsciência do risível e/ou cômico. Assim, a ideia do inconsciente diz respeito a um desprendimento do eu para dar espaço à comicidade. Segundo a autora, há a vinculação do riso a um “não-lugar” do pensamento, no qual é possível se distinguir em dois movimentos. O primeiro, pertence ao riso e risível que remete ao não sentido (*nonsense*⁴) que existe apesar do consciente e do sentido, como saber rir, se posicionar no espaço do impensado. O segundo, por sua vez, relaciona o “nada” à cessação de ser o “nada” passando para a morte do inconsciente do ser, sendo nesse caso, saber e experimentar rir do impensável ou ainda sair da finitude da existência.

Alberti (2002) prossegue com a questão do duplo movimento chamando o riso de conceito filosófico e histórico, considerando-os individualmente. Sendo filosófico porque se torna um conceito definido por pensamentos modernos; e histórico, por ser objeto de pensamento com diversas definições historicamente marcadas (ALBERTI, 2002). O argumento da autora liga-se ao raciocínio de Neale e Krutnik (2001), eles perceberam que diante dos diversos contextos e critérios filosóficos e históricos sobre o tema, o humor adquiriu multiplicidade – uma variedade identificada e mencionada na maioria dos estudos.

Na atualidade, entendemos que há um movimento de adaptação de pensamento ao fato de estarmos cercados à multiplicidade dos recursos digitais. São livros, revistas, *sites*, *smartphones*, *notebooks*, televisores que nos apresentam diariamente, eventualmente de hora em hora, atualizações ou novidades em diversos contextos e situações. Para Mills (2008), em consonância aos autores apresentados, o campo do humor é vasto e variante. Ele incorpora a comédia, esquete, *stand-up*, publicidade e animação, bem como a inserção da comédia em outros gêneros como o drama e programas de auditório. Na sua perspectiva de teoria do humor, há campos opostos:

As teorias do humor têm sido tradicionalmente divididas em três campos separados: superioridade, incongruência e alívio. Embora tratados de modo separado e conflitantes, é claro que eles se

⁴ *Nonsense* é uma expressão inglesa que significa algo sem sentido, absurdo ou sem coerência. Característica apresentada geralmente no humor ou como humor nonsense/absurdo.

sobrepõem em diferentes graus de relevância para os meios de comunicação (MILLS, 2008, p. 75)⁵.

Cada qual com sua especificidade, o autor apresenta teorias que abordam o humor, sendo aplicadas em estudos e análise a fim de compreender o ambiente humorístico e suas aplicações. Sendo assim, os três campos definidos por Mills (2008) atualizam a teoria e abordam o conteúdo de acordo com as questões de interesse para esta pesquisa.

O primeiro campo é o da teoria da superioridade (*superiority theory*), o autor sugere que o humor surge no momento que o riso se caracteriza por posição superior da situação que ocasiona o riso e é tido socialmente como algo negativo. Em relação à teoria da incongruência (*incongruity theory*), realiza-se quando o humor está baseado na “transformação de uma expectativa elevada a nada” (KANT *apud* MILLS, 2008) - é o que Mills (2008) considera como choque de discursos incompatíveis. Por último, temos a teoria do alívio (*relief theory*), que se baseia em um alívio psicológico, de repressão e possui papel importante na relação do humor com debates sociais.

Há uma ação próxima à incongruência sugerida por Koestler (*apud* HORTON, 1991) como um evento de bioassociação cômica (*comic biosociation*). Assim, o fenômeno é referente a ocasião na qual uma piada ou *gag* inicialmente cria uma associação de expectativa no espectador. Ao mesmo tempo em que ao cruzar com uma segunda associação, proporcionada pelo curso da narrativa, se colide e resulta na quebra da seriedade que esperávamos.

Adiante, no conteúdo introdutório do livro *Comedy/Cinema/Theory*, Horton (1991) cita Ludwig Wittgenstein e a teoria da comédia trabalhada por ele não como gênero, mas uma forma de jogo em que podemos – aos poucos – descobrir como jogar. Dessa forma, para Wittgenstein seria uma opção jogar as fases para conhecer melhor a linguagem cômica – o que Bergson (1980) também afirmara, mas não desconsiderando o humor como gênero.

Visualizamos para a perspectiva de Wittgenstein, como uma analogia ao fato de que mesmo diante de pesquisas, programas e formatos, é difícil olhar para pontos específicos do gênero e apontar características que o definam. Assim, é provável que o

⁵ Tradução livre. “*Humour theories have traditionally been Split into three separate camps: superiority, incongruity and relief. Although these have been treated as separate and conflicting it is clear that they overlap, with varying degrees of relevance to media communication.*” (MILLS, 2008, p. 75).

jogo fosse um método facilitador para entender o humor aplicado às diferentes produções artísticas.

Outro caminho percorrido para o estudo foi analisado por Palmer em *The Logic of the Absurd* (1988) e surge da semiótica. Distinto do exposto até o momento, segundo Horton (1991), Palmer encontrara junto à semiótica os significados necessários para ler as formas artísticas e orgânicas da comédia, apontando que o riso não é garantia do humor. (Próximo ao que consideramos suceder em parte das produções audiovisuais dos grupos em questão).

Até aqui, as teorias descritas revelam a abrangência característica do universo humorístico, que desde o surgimento busca definições que abarquem o tema, tanto com divisões entre gêneros, quanto com uma perspectiva idêntica aos predecessores. Além, compreendemos que a natureza do riso e cômico sempre está remetida ao indefinível. Todavia, vemos que costumamos rir em grupo e necessitamos fugir da emoção para não inibir o lado cômico das situações.

Não buscamos com a exposição das teorias, apontar uma definição que consiga abarcar as produções no ambiente virtual-digital no qual essa pesquisa se enquadra. Porém, temos a intenção de apresentar o universo humorístico dos grupos posteriormente analisados a partir das investigações acerca da temática em que consideramos que estão inseridos. Para isso, consideramos as interpretações do humor, tema abrangente, de acordo com o exposto e conceituado por Bergson (1980) sobre o riso estar relacionado a uma interpretação social e que rimos em eco com a comunidade o que relacionamos com as comunidades virtuais. Em seguida, o conceito de bioassociação cômica conceituada por Koestler (*apud* HORTON, 1991). E por último, as considerações de Alberti (2002) ao afirmar sobre o desprendimento em relação à comicidade apresentada nas produções, apontado também por Bergson, que rimos ao nos distanciar das situações e/ou emoções.

Para adentrar na questão que permeia os grupos e seus conteúdos, consideramos que essas teorias humorísticas adquirem novos contextos e aparências a cada novo estudo. Todavia, há em muitos dos casos reorganizações do gênero que presenciamos anos atrás. As mudanças são nítidas do reconhecido humor do rádio admitido posteriormente na televisão, passando a ser ouvido e visto. Com isso, verificamos a possibilidade em observamos a permanência de uma essência humorística que percorre produções e se repete (seja através do gênero, estilo e/ou modo a abordar as questões do mundo).

Os vídeos virais são um exemplo deste fenômeno. A rápida propagação, a comédia, e a atração dos usuários⁶ emergentes do meio tradicional para a internet é afirmado por David Gurney (2011), como a possível chave para explicar o vídeo viral. O que, hipoteticamente, nos indica as causas para o excessivo acesso e/ou visualizações nos vídeos cômicos (caseiros ou profissionais) na internet. Segundo o site de informações sobre tecnologia TecMundo⁷, no Brasil e especificamente na categoria geral no YouTube, dos 10 vídeos mais acessados, a maioria é cômico ou humorístico.

A repetição, nesse caso, surge da tentativa de reprodução de situações cômicas, especificamente em produções caseiras que viralizam na rede. Dessa forma, supomos que é por meio desta propagação o reconhecimento e permanência humorística de estilos consagrados em produções que atuam na internet. A menos que, ao ser admitido como um estilo de repetição seja na realidade uma referência que o remete para o original.

Conforme apresentado, com o intuito de verificar essa repetição observamos duas gangues humorísticas que estão inseridas na temática. Primeiramente, visualizamos o Porta dos Fundos, considerado o fenômeno do humor na internet com produções originais. Assimilamos com o grupo britânico de humoristas Monty Python, reconhecidos até a atualidade por representar o humor *nonsense* (ou humor do absurdo)⁸ desde 1969.

Para verificarmos a repetição e/ou referência, percorreremos pelo histórico dos grupos, suas produções e o formato que utilizam. Em nosso entender, é a forma que adquiriremos o conhecimento e a compreensão do modelo de produção e organização em que ambos se movimentam. Assim, nos pontos seguintes os cenários humorísticos dos grupos serão expostos.

1.2. OS GRUPOS HUMORÍSTICOS E AS PRODUÇÕES: SEPARADOS POR 40 ANOS

Ao observamos as particularidades dos grupos, reconhecemos que as suas produções audiovisuais convergiam na plataforma de vídeos *online* YouTube. Por este

⁶ O termo “usuários” recorrentemente é utilizado quando buscamos nos referir às pessoas que possuem um canal e/ou perfil numa rede social, ou em plataformas de *streaming*, e usufruem do conteúdo presente no site. Também utilizamos devido a presença do mesmo termo no site Youtube.

⁷ Ver mais detalhes em: <https://www.tecmundo.com.br/YouTube/112528-so-tops-confira-os-videos-populares-YouTube-brasil-2016.htm>.

⁸ Ver nota de rodapé 4, pág. 21.

motivo, recorremos ao histórico do modo organizacional, da produção e circulação dos grupos e seus vídeos. Dessa forma, foi possível reconhecer os aspectos que os caracterizam e as relações que o tornam similares e ao mesmo tempo distintos. Ademais, verificamos o uso da tecnologia como via de disponibilização e circulação desses conteúdos.

Partindo desses aspectos iniciais, adentramos no ponto primordial: compreender como dois grupos humorísticos, Monty Python (1969) e Porta dos Fundos (2012), distintos de épocas, de modos de produção e, principalmente, em sua tecnologia de circulação fazem parte do mesmo ambiente cultural e atuam de modo análogo na mesma plataforma da internet.

O grupo Porta dos Fundos que produz conteúdo para a internet, logo passa a produzir conteúdos para televisão, cinema e teatro – adquirindo lugar nos meios. O grupo Monty Python, por sua vez, realizou as suas primeiras produções para televisão e posteriormente para cinema e teatro, e são atualmente propagados na internet, encontrando assim um ambiente de disponibilização dos seus vídeos.

O fenômeno de transpor conteúdos entre os suportes midiáticos da televisão e internet já faz parte dos processos atuais de convergência de linguagem, estilo e formato que iremos trabalhar mais adiante. Tais processos são capazes de influenciar as produções audiovisuais atuais e demonstrar a importância que um exerce em outro.

Portanto, apresentamos a seguir os grupos por ordem de surgimento no gênero humorístico e o meio no qual estão inseridos atualmente. O Monty Python, que surge no final de 1969 na Inglaterra, com seis integrantes que revolucionaram o gênero e contribuiu com seu tom⁹ para as posteriores produções humorísticas de todo o mundo. E o Porta dos Fundos surge em 2012 no Brasil, precisamente na internet, com cinco integrantes utilizando o formato esquete (da linguagem televisiva) e possui, como uma de suas referências, o grupo britânico Monty Python¹⁰.

⁹ Segundo Elizabeth Bastos Duarte (2007) o tom é o que conquista o telespectador a uma emissão. O tom tratado de um programa, seja ele leve ou com determinada seriedade, tem o poder de deter qualquer um frente a uma tela mais que qualquer outra faceta. A autora acredita também estar relacionado ao ponto de vista do discurso produzido pela narrativa, ou seja, o modo como é abordado os temas dentro da narrativa proposta pelo programa.

¹⁰ Ver em: <https://oglobo.globo.com/cultura/com-humor-levado-ao-extremo-monty-python-inspira-brasileiros-11002842>.

1.2.1. Monty Python: referência humorística dos anos 70

Há cerca de quarenta e seis anos, a sociedade britânica – e logo, o mundo – tomava conhecimento sobre o grupo humorístico Monty Python. No dia cinco de outubro de 1969, seis comediantes surgiam com a produção da série de TV *Monty Python's Flying Circus* na emissora BBC – sendo esta, a primeira aparição televisivada do grupo. O episódio piloto, composto por diferentes esquetes e animações, possuía um conteúdo irreverente. Assim, com críticas a situações e fatos ocorridos no país, surpreendeu a todos com o humor *nonsense* e a personificação dos personagens a cada esquete que era transmitido.

O grupo é composto por cinco britânicos e um americano. Na época de estreia, os jovens criadores, atores e pensadores principais: Eric Idle, Graham Chapman (1941-1989), John Cleese, Michael Palin e Terry Jones; e o sexto componente responsável pelas animações: Terry Gilliam; logo passaram a produzir conteúdos para as outras mídias, como o cinema, teatro, programas de rádio e livros. Por utilizar temáticas que abordam a religião, política, sexo, nazismo, morte e outras infinidades de temas polêmicos para época – e até para os dias atuais –, o grupo foi surpreendido pela proporção alcançada com as produções humorísticas.

Figura 3: Da esquerda para a direita: Terry Gilliam, Terry Jones, John Cleese, Michael Palin, Graham Chapman e Eric Idle.



Fonte: <http://goo.gl/oxBDme>

Figura 4: Monty Python hoje. Da esquerda para direita: Eric Idle, Terry Jones, John Cleese, Terry Gilliam e Michael Palin.



Fonte: <http://goo.gl/LyQG0r>

A respeito do nome, não há uma definição concreta sobre o significado. No documentário *Live At Aspen* (1998), eles afirmaram que foi escolhido por Eric Idle durante uma reunião em que estavam buscando aleatoriamente o nome para o grupo. Logo, ele seria um tributo a um marechal britânico chamado Lord Bernard Montgomery

a partir disso, surge o “Monty”. Quanto ao complemento, eles afirmam que o motivo da escolha “Python”, foi porque combinava com “Monty”. Entretanto, é um relato que se modifica a cada vez que é perguntada a origem do nome. Acreditamos que, independente do significado, provavelmente o sentido será equivalente ao modo singular pelo qual representam o humor em sua produção.

A originalidade do grupo pode ser explicada pela diversidade de habilidades dos componentes que optaram por mudar de profissão para ingressar no universo do humor, foi adquirindo espontaneamente os olhares da crítica e da audiência. Os componentes se conheceram através de produções audiovisuais, Graham Chapman, John Cleese e Eric Idle, na Universidade de Cambridge. Michael Palin e Terry Jones, por conseguinte, se conheceram na Universidade de Oxford.

Dessa forma, cada *Python*¹¹ possui uma carreira acadêmica e/ou profissional distinta da que seguiram como humoristas. Contudo, eles se conheceram nos grupos de teatro das universidades que frequentaram. O grupo começou a atuar como Monty Python a partir de um convite realizado pela BBC para produzir uma obra exclusiva para televisão. Assim, John Cleese e Graham Chapman se uniram aos outros e surgiu a primeira produção do grupo: *Monty Python's Flying Circus*.

A série que apresentou ao mundo o grupo ficou no ar de 1969 a 1974, com 45 episódios distribuídos por quatro temporadas. Em cada episódio, havia esquetes intercalados com animações, os temas abordados eram diversos. A obra, até hoje memorada, consagrou o estilo do grupo possibilitando a expansão de suas produções para outros meios após a grande audiência conquistada. Os *Pythons* vivenciaram o estrelato após a série. Eles se diferenciaram por causa do humor, através do processo de produção como um todo, tais como o roteiro, as encenações e as animações, etc.

O humor do grupo caricato é influente, inspirando obras atuais através das produções que são utilizadas como modelo base para a estrutura narrativa humorística¹². O aspecto singular do grupo que fez o humor do absurdo, sem noção, utilizando como tema principal fatos cotidianos para criticar e interpretar os acontecimentos da sociedade, (o que não era comum) tornou-se sua marca registrada. Segundo Neale (2008), o *nonsense* não é o mesmo após o humor do grupo.

¹¹ Os *Pythons* foi como os integrantes do grupo ficaram conhecidos.

¹² O humor peculiar reflete em produções brasileiras que influenciados pelas performances do grupo, o adquiriram como modelo de formato e humor a ser reproduzido. Como exemplos, citamos: *TV Pirata* (1988 - 1992), *Os Trapalhões* (1977-1993), *Casseta & Planeta* (1992 - 2010) e o mais recente e atuante *Porta dos Fundos* (2012).

As produções se deslocaram da televisão para as filmicas tais como: *E Agora para Algo Completamente Diferente* (*And Now For Something Completely Different*, 1971), *Em Busca do Cálice Sagrado* (*Monty Python and the Holy Grail*, 1975), *A Vida de Brian* (*Life of Brian*, 1979), *Monty Python Live at the Hollywood Bowl* (1982) e *O Sentido da Vida* (*The Meaning of Life*, 1983). Lamentavelmente, após o último filme, os *Pythons* encerraram a parceria.

Em 1989, Graham Chapman faleceu, reunindo novamente o grupo para um memorial marcado pela presença do humorismo do grupo, que cantou uma música composta por Eric Idle conhecida no filme *A Vida de Brian*, intitulada *Always Look On The Bright Side Of Life* (ou no português, Sempre olhe pelo lado bom da vida)¹³. Um momento inesquecível para os fãs e admiradores do grupo.

Após um longo período de inatividade, sem produzir e sem a possibilidade de rever o Monty Python atuando, Eric Idle criou o musical *Monty Python's Spamalot* (2004) baseado no filme *Em Busca do Cálice Sagrado*, e assim, partiram das telonas para o teatro. Em 2014, os *Pythons* retornaram aos palcos do teatro após trinta anos separados. O espetáculo teatral, segundo os humoristas, seria a última oportunidade de vê-los juntos.

Com o título *Monty Python live (mostly): One down, five to go* (em português Monty Python ao vivo (ou quase): um a menos, cinco para ir), faz referência a Graham Chapman. O objetivo predominante com o retorno ao teatro, não era presentear aos fãs novos esquetes, porém exibir antigos esquetes de sucesso no teatro. Assim sendo, com a pretensão de obter economicamente bons resultados diante os dez espetáculos que realizariam¹⁴. Além do retorno ao teatro, o espetáculo foi gravado para posteriores apresentações nos cinemas e *uploads* no canal oficial do YouTube.

A peculiaridade que se era apresentada o humor, se tornou a característica essencial do grupo que ironizava grandes nomes da cultura partiu atada à possibilidade de tornar replicável o seu próprio conteúdo, seja com um esquete que se concretizou, sejam personagens que adquiriram certo afeto para com o público telespectador.

Em janeiro de 2006, eles criaram um canal oficial. Observando um espaço expansivo e mercadológico, o grupo buscava instalar-se – oficialmente – nos novos ambientes midiáticos que moldam a cultura do digital. Os *Pythons* visualizaram ao

¹³ Possível ver em: <https://youtu.be/LXtaerWaoxk>.

¹⁴ Disponível em: <http://oglobo.globo.com/cultura/por-dentro-da-volta-do-monty-python-13082918>. Acesso em: julho/2015.

permeiar no YouTube que já estavam presentes muito antes de entrar. Havia carregamento e compartilhamento dos vídeos (dos filmes e dos esquetes da série de TV) do Monty Python por canais de usuários desconhecidos – provavelmente fãs que desejavam disponibilizar o conteúdo para os outros que não tinham acesso.

A obra mais antiga disponibilizada no canal está datada em novembro de 2006¹⁵ e conta com milhões de visualizações – inclusive com legenda em português. Com isso, a escolha do grupo de tornar acessíveis seus conteúdos partiu da seguinte justificativa presente na descrição do canal no site:

Por sete anos vocês, usuários do YouTube, foi “nos rasgando”, pegando nossos vídeos e colocando no YouTube. Agora os papéis se invertem. É hora de fazer isso com nossas próprias mãos. Nós sabemos quem você é, onde mora e que poderíamos ir atrás de você. Mas sendo bons camaradas como somos, descobrimos da melhor forma como voltar: nós lançamos o canal do Monty Python no YouTube. Vocês não terão mais esses conteúdos sem qualidade que estão postando. Estamos dando a coisa real – vídeos de alta definição diretamente do nosso “cofre” (tradução nossa)¹⁶.

Entretanto, somente após dois anos de criação eles realizaram o *upload* do primeiro conteúdo audiovisual¹⁷. Dessa maneira, com o canal oficial no YouTube, os *Pythons* identificaram uma oportunidade, por ser um espaço pluralista com capacidade de consumo e multiplicação do conteúdo.

O canal oficial passou a adicionar os esquetes – da mesma forma que fazia os usuários/fãs –, separados do episódio completo, tornando fácil a visualização por serem vídeos de curta duração. Dessa separação do programa, observamos a reconfiguração do formato com a pretensão inicial de estar e fazer parte do espaço digital. Com isso, a presença intensificou o reconhecimento do grupo, proporcionando novos olhares e perspectivas perante a cultura que estavam se inserindo. Então, adicionaram outros conteúdos do grupo que não estavam disponíveis na internet.

¹⁵ Ver em: <https://youtu.be/AZgQinsCILQ>.

¹⁶ Tradução livre. “For 7 years you YouTubers have been ripping us off, taking tens of thousands of our videos and putting them on YouTube. Now the tables are turned. It's time for us to take matters into our own hands. We know who you are, we know where you live and we could come after you in ways too horrible to tell. But being the extraordinarily nice chaps we are, we've figured a better way to get our own back: We've launched our own Monty Python channel on YouTube. No more of those crap quality videos you've been posting. We're giving you the real thing - HQ videos delivered straight from our vault.” Citação retirada do canal oficial do Monty Python no YouTube. Possível ver também em: <https://www.youtube.com/user/MontyPython/about>.

¹⁷ Ver em: <https://youtu.be/dhRUe-gz690>.

Os *Pythons* compreenderam o valor cultural de um material ao perceber a internet como um cenário multiplicador. Em específico pelo oferecimento do acesso, consumo e compartilhamento do material em variadas proporções.

No canal do YouTube, transitam os conteúdos de todos os meios nos quais o grupo produziu (televisão, cinema e teatro). Em sua maioria, possuem grandes acessos¹⁸ e muitos dos vídeos que estão sendo disponibilizados não estão disponíveis em outros canais – estratégias que aumentam os acessos. As disponibilizações são variáveis mas, a produção mais recente são os vídeos esquetes do último espetáculo teatral que o grupo realizou em 2014. Assim, o canal virou uma espécie de acervo que arquiva os conteúdos de forma *online* e oferece aos fãs a possibilidade de acesso a qualquer momento.

Entre reconhecimentos e ressignificações, a permanente presença de um material dos anos 70 e a influência exercida em outros materiais humorísticos, gira em torno do que Arlindo Machado (2001) caracteriza como repertório. Um produto da televisão que possui uma importante produção cultural se consagra através da qualidade em que foi desenvolvida e produzida. Assim, torna-se uma referência cultural, não apenas por representar uma época, mas por promover aspectos imprescindíveis na televisão no mundo inteiro.

1.2.2. Porta dos Fundos: produzindo humor para a internet

Porta dos Fundos é um coletivo criado por Antonio Tabet, Gregório Duvivier, Fabio Porchat, Ian SBF e João Vicente de Castro, cinco amigos que se dividem na criação e desenvolvimento dos roteiros, atuação e produção. O grupo se tornou o maior fenômeno de produção humorística da cultura do YouTube no Brasil. Considerado um dos maiores canais do mundo, conta com mais de 13 milhões de inscritos no canal oficial e cerca de três bilhões de visualizações.

Em março de 2012, eles criaram o canal oficial no YouTube mas, foi só no dia seis de agosto do mesmo ano que realizaram o *upload* do primeiro vídeo no canal. Com 15min de duração¹⁹ o vídeo se distancia das atuais produções do grupo. Segundo Antonio Tabet, em uma entrevista no programa Agora é Tarde na SBT (Sistema Brasileiro de Televisão), essa duração foi programada, pois o grupo queria começar de

¹⁸ Os vídeos mais assistidos do grupo possuem cerca de 10 milhões de visualizações.

¹⁹ Ver em: <https://youtu.be/eQmDdD5f-Ic>.

uma forma diferente. Era um programa dos sonhos na televisão e eles não tinham uma emissora a disposição para colocar no ar, apenas o Kibe Loco²⁰ e o YouTube.

Antes de produzirem juntos, cada criador percorria caminhos distintos. Antonio Tabet é publicitário e criador do site humorístico Kibe Loco, blog popular e conhecido entre os brasileiros. Ian SBF, por sua vez, é fundador do canal Anões em Chama no YouTube, também foi redator e diretor de programas televisivos na Rede Globo e no Multishow. Fabio Porchat é ator, trabalhou em programas da Rede Globo e começou a fazer humor no Rio de Janeiro com shows em *stand-up* (era sócio do Ian SBF no canal Anões em Chama). Atualmente, é apresentador de um programa televisivo na emissora Rede Record. João Vicente de Castro é redator publicitário, e além de dirigir trabalhou como roteirista na Rede Globo (atualmente trabalha como ator na Rede Globo). E por último o Gregório Duvivier, ator, roteirista e escritor, possui uma coluna no site Folha além de produções bibliográficas e peças teatrais.

Figura 5: Da esquerda para direita: Antonio Tabet, Fabio Porchat, Gregório Duvivier, Ian SBF e João Vicente de Castro.



Fonte: <http://goo.gl/q4TZjK>

Os primeiros humoristas que se conheceram e produziram juntos foram Antonio Tabet e Ian SBF. A primeira produção audiovisual que realizaram foi o CSI: Nova Iguaçu (2011)²¹, disponibilizado no canal Anões em Chama. Essa produção é considerada por eles o embrião do que viria a se tornar o grupo Porta dos Fundos. A ideia inicial era fazer o que gostavam. No livro lançado um ano após a criação do grupo, eles descrevem, na parte introdutória, a liberdade que adquiriram ao migrar para uma mídia em que eles seriam os próprios chefes.

²⁰ Um site humorístico brasileiro criado em 2002 por Antonio Tabet.

²¹ Sátira da série televisiva *CSI: Miami* (2002-2012).

O Porta surgiu no momento em que se começou a perceber que um produto para a internet não precisa ser necessariamente tosco. Ou involuntário. O povo da internet não é diferente do resto do povo: ele quer qualidade (PORTA DOS FUNDOS, 2013)²².

Antes de ser Porta dos Fundos, o grupo refletiu acerca do nome que seria Kibe em Chamas mas, mudaram de ideia. Na verdade, o nome do grupo surgiu de uma mímica feita por Ian SBF em uma brincadeira do jogo Imagem & Ação, numa das reuniões do grupo. Essa mímica caracterizou o momento em que nenhuma pessoa compreendia o que Ian SBF tentava descrever. Por ser um momento que aconteceu durante as reuniões e com todos juntos, decidiram que a expressão daria nome ao grupo.

Há também uma relação com o nome a entrada do grupo na internet: pela porta dos fundos. O significado nos remete ao que buscavam com a criação do canal, trabalhar o humor com liberdade. Em temas específicos, como religião, política, sexualidade e acontecimentos em geral, eles trabalham formas para criar a comicidade buscando de modo realista apresentar o humor absurdo sem perder a verdade cênica²³, bem como produzir livre de censura.

Além dos programas de 15min e os esquetes unitários disponibilizados semanalmente no canal oficial – um ano após a criação, a disponibilização de novos vídeos ocorria toda segunda e quinta-feira. Atualmente, aos sábados há atualização –; o grupo produziu duas webséries com quatro e cinco episódios de narrativa seriada e história com início, meio e fim. A primeira se chama Viral (Abril, 2014) e a segunda Refém (Novembro, 2014). Há também no canal Fundos da Porta a disponibilização dos erros de gravação e *making of* dos esquetes.

Os conteúdos do grupo estão migrando para outros meios. Com a publicação do livro em 2013 que contém os roteiros originais de alguns esquetes do canal, o grupo deu um passo significativo. O primeiro movimento se iniciou na série de TV transmitida pela FOX intitulada Porta dos Fundos. Na produção, os esquetes do canal do YouTube foram organizados em modo seriado para transmissão na TV com cerca de 30 min – bem próximo aos primeiros programas de 15min. A primeira temporada foi ao ar no ano de 2015, e a segunda temporada em 2016.

²² Essa citação foi retirada do livro do grupo intitulado Porta dos Fundos, produzido em 2013.

²³ Afirmação retirada de uma entrevista informal gravada, realizada pela autora com um dos componentes do grupo Porta dos Fundos, Gregório Duvivier, na cidade do Rio de Janeiro, em setembro de 2015, no Teatro Leblon. Disponível no APÊNDICE A.

Diferente desse processo, o grupo criou outra série televisiva de produção original, O Grande Gonzalez (2015), que foi ao ar na FOX com dez episódios – todos disponíveis hoje no canal oficial. Ainda na televisão, Fabio Porchat comanda Porta Afora no Multishow, um programa semanal de viagens em que pessoas famosas e/ou anônimas conta suas histórias.

No teatro, por conseguinte, parte do grupo levou a peça Portátil para os palcos pelo Brasil e Portugal. No elenco encontramos os criadores Gregório Duvivier e João Vicente de Castro, além de um dos atores do elenco Porta dos Fundos, Luis Lobianco. A peça foi gravada em apresentações de diferentes estados, e se transformou em formato seriado transmitido pelo Comedy Central (canal de TV fechada).

O grupo, que já havia participado individualmente de produções cinematográficas brasileiras, em junho de 2016 estreou o seu primeiro filme. Porta dos Fundos: Contrato Vitalício (2016) com roteiro de Fabio Porchat e Gabriel Esteves e direção de Ian SBF. A película chegou aos cinemas e eleva o grupo para outro circuito do cenário audiovisual – que já era esperado há tempos.

Realizando o papel inverso do comum, saindo da internet passando por livro, televisão e cinema, Porta dos Fundos deixa sua marca no contexto atual de crescentes produções audiovisuais para a internet. A surpresa tida pelos próprios criadores após os primeiros meses de criação do canal desencadeou além de outras produções audiovisuais, espaços nos meios analógicos sendo identificados em diferentes ambientes. Dispostos a conquistar o meio e os internautas, eles passaram a produzir com qualidade técnica distinta dos vídeos virais que surgiam na internet, a exemplo dos vídeos virais caseiros sem qualidade técnica.

O Porta dos Fundos agora é uma produtora audiovisual e segundo a informação retirada do site oficial do grupo²⁴, produz seriados para internet, TV e cinema, com um escritório e mais de 35 pessoas na equipe. Entretanto, recentemente a Folha de S. Paulo²⁵ publicou que a Viacom, dona da MTV e de outras empresas de rede de televisão por assinatura e do cinema, comprou o controle da produtora Porta dos Fundos. Dessa maneira, adquiriu uma parte do direito de produção do grupo. Para divulgar a ação, o grupo preparou um esquete em que fala sobre o negócio e a possível reação dos

²⁴ Ver mais: <http://www.portadosfundos.com.br/>.

²⁵ Ver mais detalhes em: <http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2017/04/1877058-video-do-porta-dos-fundos-vai-brincar-com-temores-de-interferencia.shtml?cmpid=twfolha>.

espectadores e fãs diante a notícia²⁶. Segundo Antonio Tabet, um dos criadores, nada irá mudar nos conteúdos do grupo. Na verdade, ele avalia como uma internacionalização para produzir e criar.

1.3. FORMATOS REMEDIADOS: TELEVISÃO E YOUTUBE

Após a exposição a respeito da organização dos grupos, buscamos compreender as formas em que se apresentam. Portanto, exploramos os campos teóricos em torno dos formatos produzidos por eles, com o intuito de englobar ao estudo todo o processo concebido para os resultados finais.

Desse modo, verificamos que o gênero compõe uma organização de categorias de conteúdos discursivos ou audiovisuais que está diretamente relacionado aos subgêneros e aos formatos que manifestam. Refletimos que existe uma proposta de gênero, na qual ele é o elemento responsável pela configuração dos diferentes formatos televisivos nos meios de comunicação. Observamos também, como o gênero se torna parte dos processos de convergência atuais que o transformam caracterizando-os de distintos modos²⁷.

O professor francês François Jost (2007), buscou compreender a televisão tendo como referência a produção televisiva francesa e o seu modo organizacional. Para o pesquisador, o gênero pode estar ligado aos mundos que define como: mundo real, mundo fictivo e mundo lúdico²⁸. Essa delimitação o leva para questões relacionadas ao gênero, chegando à grade de programação e ao formato adequado para as escolhas das emissoras.

A noção de formato recobre realidades um pouco diferentes, quer seja aplicada aos enlatados ou às emissões de fluxo. Para a ficção, o formato estrutura-se como uma bíblia, que enumera e descreve todas as restrições que recaem sobre a concepção do roteiro: duração do

²⁶ Disponível em: <https://youtu.be/cKSr5xQecEY>.

²⁷ Buscamos nos referir precisamente neste caso ao universo do humor.

²⁸ Os mundos, criados por Jost (2007), fazem parte do que ele acredita ser possível explicar os gêneros e formatos a partir dessa criação exemplificando individualmente o que se caracteriza para ele como fundamento suficiente para abarcar o assunto. Lembrando que a análise realizada pelo autor baseia-se na televisão francesa, porém é possível a comparação com a televisão brasileira. O primeiro mundo definido é o mundo real, que tenta abordar a questão de toda imagem necessariamente para ser entendida deve ser comparada com a realidade, quer “somente dizer que o primeiro reflexo do telespectador é determinar se as imagens falam do mundo ou não” (p. 62); o segundo é o mundo fictivo, se opondo ao mundo real, se aceita imagens e/ou acontecimentos que não é possível a crença diante a realidade; e por último, o mundo lúdico, é baseado ao respeito das regras, considerado como “intermediário entre o mundo da ficção, ao que se conferem regras, e o mundo real, ligando de formas diversas o jogador ao mundo do jogo” (p. 64).

episódio, caráter dos personagens, tipos de histórias possíveis. [...]. Para as emissões de fluxo da telerrealidade, comportando o direto (ao vivo), o formato define as grandes regras, os cenários, as situações, mas cabe notar que ele é muito mais permeável às mudanças: a televisão atual, buscando seus métodos no marketing, testa diferentes elementos de uma semana a outra (JOST, 2007, p. 78).

Considerando esta perspectiva de Jost (2007), contemplamos o universo humorístico e o formato de ficção tratado pelo professor. Uma vez que o modelo possui regras a serem seguidas, imaginamos uma forma enlatada com relação ao gênero em questão. Dito de outro modo, é uma configuração “quadrada” que possui suas mudanças, mas mantém uma estrutura original regada pela ideia inicial proposta no roteiro.

Partindo de uma definição mais simples em relação ao formato, a pesquisadora Elizabeth Bastos Duarte (2007), afirma que o formato integra todo o processo de um produto audiovisual, desde a concepção a realização final. Portanto, a forma audiovisual projetada nas telas, para ela, surge em decorrência de uma relação desenvolvida entre o gênero/subgênero e o formato de realização desse produto. Tendo sempre em contrapartida a estrutura comercial da emissora ou produtora que irá produzir ou transmitir a produção. Contudo, a autora compreende que a estruturação de um formato, em concordância com Jost (2007), possui regras, caracteriza cenários, temáticas e tons.

O termo formato, nomenclatura bastante empregada pelo meio, identifica a forma e o tipo de produção de um programa. [...]. O formato é a forma de realização de um subgênero, na medida em que pode mesmo reunir e combinar vários subgêneros em uma mesma emissão (DUARTE, 2007, p. 16).

Essa combinação de subgêneros citada por Duarte (2007), possui semelhança com a afirmação de Jost (2007) sobre a “mistura de gêneros”, ao tentar decifrar as uniões de gêneros percebidas durante a sua análise da televisão francesa. Transferindo essa realidade para o ambiente cibercultural – de produção independente em grande escala -, verificamos casos de misturas de gêneros/subgêneros, facilmente encontrados no YouTube. A hibridização de linguagens e formatos conseqüentemente permite uma mistura de gêneros em uma só produção.

A partir do exposto sobre o formato, percebemos de que modo se configura a tradição na televisão brasileira, em específico, há três formatos que representam o cômico, o riso e o humor. As três formas são reconhecidas dentro da grade de

programação das emissoras do país, denominadas e divididas por diferentes autores, como Furquim (1999) e Machado (2001), por *stand-up comedy*, *situation comedy* (*sitcom*) e o *sketch comedy* (esquete).

Contudo, relacionado ao humor, as categorizações de formatos possuem características facilmente reconhecidas, pois – geralmente – apresentam uma narrativa e duração “fixa”. Comumente se costuma repetir a duração e o estilo de uma produção do mesmo gênero.

Para entender os formatos citados, descreveremos as três formas que surgem em nossa programação televisual semanalmente. O destaque maior será para o formato esquete, na qual os grupos humorísticos, objeto de estudo da pesquisa, se apresentam nos canais oficiais do YouTube.

O primeiro formato citado é o *stand-up*, em que o humorista individualmente busca na vida cotidiana a matéria-prima para suas apresentações (CANNITO, 2009). Para Newton Cannito (2009, p. 161), “a despreensão e o tom naturalista formam um novo tipo de humor”. Sendo assim, a duração varia, de espetáculo para espetáculo, no caso das apresentações em teatro, ou de mídia para mídia, modificando-se nos casos dos programas de televisão e dos canais de compartilhamento de vídeo na internet.

O formato *stand-up* é costumeiramente apresentado em teatro e/ou casas de shows. Encontramos o formato também em canais no YouTube (vídeos originais produzidos para a plataforma ou vídeos gravados no teatro e replicado no site). Como exemplo, citamos o canal do Whindersson Nunes que inicialmente produzia *stand-up* sem qualidade técnica e perceptivelmente sem estrutura suficiente para produção profissional. Ao passo que foi adquirindo renome, justamente por utilizar um formato simples e com naturalidade, o canal se tornou um dos maiores do YouTube no Brasil. Nele, os vídeos possuem o mesmo formato, mas encontramos a gravação do seu *stand-up* no teatro (especialmente a gravação do DVD) replicado na plataforma. Ou seja, temos um formato em dois espaços distintos e adaptáveis.

O segundo formato, a *situation comedy*, ou simplesmente *sitcom*, se refere à comédia de situações, baseada nos acontecimentos e conflitos do dia-a-dia do personagem. O formato mais comum utilizado nas séries televisivas, ele possui uma duração que varia de 20 a 22 minutos, sem os intervalos comerciais de cada emissora responsável por sua transmissão (FURQUIM, 1999).

Apresentamos como exemplo dois programas, sendo uma produção brasileira e outra americana. No Brasil, temos A Grande Família, produzido e transmitido pela Rede

Globo de 2001 a 2014. O programa retratava o dia-a-dia de uma família e seus conflitos, dentro de casa e no bairro. A produção americana, por sua vez, é a série *Two and a Half Men*, criada por Chuck Lorre e Lee Aronson. Foi transmitida inicialmente pela CBS e estreou em 2003, encerrando atividade em 2015. Inclusive, a emissora SBT (Sistema Brasileiro de Televisão) transmite em sua grade de programação temporadas da série, porém renomeada com a tradução do título original, *Dois homens e meio*.

O último formato humorístico citado é o esquete (ou *sketch*). Apresenta pequena duração – ou estrutura de cena única –, são vídeos curtos baseados em diferentes situações, uma conversa, um relacionamento, o modo de falar (NEALE, 2008), que possam levar aos lados cômicos destes momentos. Para exemplificar esses usos e contextualizar nosso estudo, conforme apresentamos, trazemos os grupos Monty Python e Porta dos Fundos.

Ambos os grupos trabalham com o mesmo formato, tanto no canal do YouTube, como nos outros meios em que estão presentes. No entanto, focamos apenas nos canais do YouTube, porque nosso objetivo é reconhecer nos vídeos online disponíveis as similaridades e as distinções desse formato. O exemplo que apresentamos descritivamente é simples, geralmente o formato esquete é feito a partir de esboços de ideias curtas. São usados poucos cenários e poucos personagens interagindo em acontecimentos cômicos e com trocas de enquadramentos para interpretar a noção de diálogo ou de um bate-volta.

Segundo Neale (2008, p. 76), o esquete se derivou das instituições e tradicionais performances que eram associadas ao entretenimento teatral no século XIX e XX. Entretanto, foi durante o século XX que o esquete e os atores da época conseguiram espaço no rádio, no cinema e na televisão. Dessa maneira, o modelo que prosperaria pelos meios de comunicação foi formalizado. O autor adentra na questão da presença do esquete assim como outros formatos do cômico, na televisão dos anos 40, logo após a Segunda Guerra Mundial. “Os esquetes [...] foram transmitidos ao vivo, geralmente em contextos de revisões e shows de variedade. Na mesma época, artistas como Milton Berle e shows como *The Toast of the Town* (CBS, 1948) estabeleceram-se nos Estados Unidos”²⁹.

²⁹ Tradução livre. “In the early years of television after the Second World War, sketches (and other forms of comic performance) were broadcast live, usually in the context of revues and other kinds of variety shows. It was at this time that performers like Milton Berle and shows like *The Toast of The Town* became established in the USA.” (NEALE, 2008, p. 76).

Um pouco mais adiante, por volta dos anos 1950/1960, foram realizadas transmissões ao vivo através de apresentadores conhecidos da televisão americana. A ideia do ao vivo encantava o público. A faceta de poder apresentar o esquete tanto nele quanto no pré-gravado, permitia ao formato o uso da edição e outras técnicas presentes na televisão naquele tempo. E o esquete acabava por possuir características distintas dos outros formatos.

Um dos pioneiros a explorar as técnicas do formato esquete e desenvolver novidades a partir do já havia sido produzido, foi o grupo Monty Python. A série televisiva *Monty Python's Flying Circus*, transmitida pela BBC de 1969 a 1974. O grupo foi responsável também pelas primeiras formas e combinações de trabalhar na televisão aberta. Adaptaram suas apresentações do esquete aos ritmos e estrutura segmentada da televisão para a grade de programação disponível.

Com isso, atinamos para a importância do grupo Monty Python para o humor e o formato esquete. Deste modo, compreendemos as referências constantes ao trabalho humorístico do grupo em produções audiovisuais. Uma das produções é o coletivo Porta dos Fundos, que se projeta como uma espécie de Monty Python brasileiro. Conforme apresentado, o grupo atua semanalmente com a disponibilização de esquetes em diversas temáticas no YouTube, além de trabalhar com formatos seriados.

A analogia criada entre as produções, primeiramente surge do formato que utilizam: o esquete. Através dos relatos do Porta dos Fundos em possuir o Monty Python como referência no modo de fazer humor em sites como O Globo, Folha e Saraivaconteudo.com, percebemos as relações. Além, houve a realização da uma entrevista informal com um dos integrantes do Porta dos Fundos (APÊNDICE B), em que detectamos a possibilidade real nas possíveis relações entre os grupos³⁰.

Por conseguinte, isso nos guia para uma compreensão acerca dos processos envoltos dos grupos – em relação aos meios de comunicação – que possibilita encontrar e estabelecer os vínculos que perpassam a técnica de produção.

A perspectiva das mídias digitais em torno dos meios analógicos percorre os assuntos relacionados aos efeitos de transformações e reconfigurações da linguagem, que surge oriunda de uma união entre esses espaços. É evidente que os avanços

³⁰ Notícia do O Globo, ver em: <https://oglobo.globo.com/cultura/com-humor-levado-ao-extremo-monty-python-inspira-brasileiros-11002842>;

Folha, ver em: <http://www1.folha.uol.com.br/ilustrissima/2014/06/1469887-a-lucidez-alucinada-dos-britanicos-do-monty-python.shtml>;

Saraivaconteudo.com, ver em: <http://www.saraivaconteudo.com.br/Materias/Post/58016>.

vivenciados até o século vigente modificam todo o cenário que – todos nós – nos habituamos a conviver. Tal como assistir televisão a partir da grade de programação sem poder administrar essa experiência mesmo com controle remoto em mãos - um controle que na realidade nunca tivemos.

Compreendemos que o cenário se modifica com a inserção da internet, com a oferta de inúmeras possibilidades que remodelam a experiência de espectador e telespectador³¹, do assistir e do controle. Um pouco do que é sempre apresentada na publicidade de *streaming*³², a opção da escolha de ver o que quiser, onde quiser e no horário escolhido.

Não pretendemos aqui, apontar as diferenças entre o que foi/é o meio televisivo e o que se tornou após a internet mas, apresentar a atuação dos grupos nesses espaços. Porém, inevitavelmente recorreremos ao impacto da internet para demonstrar a reconfiguração na forma e no estilo causadas pelas novas tecnologias associadas à rede, que apresentaremos adiante.

Entretanto, sabemos que o surgimento de ambos os grupos se deram em cenários distintos, de sociedade, cultura, política e etc. Além disso, as oportunidades na televisão tempos atrás – e até hoje – não eram fáceis. A televisão dos anos 1970, ano que surge o Monty Python, é sem dúvida diferente da televisão do século XXI, que possui influência da internet e/ou das novas mídias. A internet, por conseguinte, foi o espaço no qual o Porta dos Fundos obteve a oportunidade de disponibilizar seu conteúdo humorístico para todo o mundo. Logo, entendemos que são cenários totalmente opostos.

Nesta mesma esfera de convergência midiática e cultural, o Monty Python passa a atuar na internet – sendo assistido pelo mundo, fãs e novos públicos –, lado a lado com o Porta dos Fundos, convergindo em um mesmo ambiente, o YouTube.

O YouTube, foi desenvolvido em 2005 por Chad Hurley, Steven Chen e Jawed Karim. A plataforma adquiriu popularidade aos poucos, fora inicialmente criada para *uploads* e compartilhamentos de vídeos entre amigos. Atualmente é como uma plataforma de divulgação, produção original e acervo digital com ferramentas que incentivam produtores de conteúdo (usuários, consumidores e fãs) a criarem produtos autorais e/ou originais para compartilhamento no site.

³¹ Segundo François Jost (2007), o espectador é aquele que escolhe o filme que vai assistir, enquanto o telespectador é aquele que vive a experiência de se deparar com programas das quais ele não conhece através do *zapping* (de passar os canais televisivos até encontrar o que deseja ver).

³² É o termo usado para a tecnologia que envia e codifica dados multimídia com o uso das redes da internet. O Youtube é uma plataforma que utiliza o *streaming* para transmitir os vídeos ao clique.

Para Cannito (2010), o YouTube inovou ao ajudar os usuários a exibirem os seus vídeos e assumir o site como uma ferramenta para que ocorram as exibições. Por outro lado, com um novo olhar diante da cultura participativa e dos avanços da sociedade, Henry Jenkins, Sam Ford e Joshua Green (2014) apontam que o sucesso do YouTube está vinculado, em parte, a flexibilidade que apresenta, podendo ser acessado por diversos usuários e se tornar valioso para eles independente do lugar.

Ao utilizar inicialmente o *slogan* “*Your Digital Video Repository*” (no português, “Seu repositório de vídeo digital”), o YouTube buscou atuar como uma plataforma midiática funcional. Dessa maneira, a plataforma apresentou inicialmente a proposta de armazenar e circular os vídeos *online*. Com isso, encontramos diversos tipos de conteúdo em um lugar específico.

Ao viabilizar o encontro dessas produções audiovisuais, inclusive da grande mídia – a televisão e/ou cinema -, é possível constatar um novo espaço de convergência. Assim, no momento da abertura de um espaço disponível para todos que Monty Python, entre diversos grupos e produções audiovisuais, enxergam a possibilidade de retorno. Para Jenkins, Ford e Green (2014) as empresas, em meio a tudo isso, descartam a viabilidade de um conteúdo antigo possuir valor cultural, como podemos constatar através do recorte a seguir:

Há vários relatos horríveis de redes de televisão ou empresas de produção jogando latas de filme no lixo, convencidas de que elas não teriam nenhuma importância no longo prazo. No entanto, no presente momento, nós todos estamos vendo o surgimento de uma série de canais alternativos nos quais o valor é produzido por meio da reavaliação e da recirculação do que Williams chamaria de residual. As pessoas estão interessadas em textos de mídia do passado, vasculhados através do aterro da história, e identificam artefatos que ainda têm valor monetário e capacidade de estimular o desejo (FORD; GREEN, 2014, p. 131).

Além do YouTube, como espaço de disponibilização de vídeos, a internet permite interações diversas e dispõe de espaços multiplicadores. Dessa maneira, possibilita a abertura do processo de trânsito (recirculação) além dos grupos em questão, mas de todo um acervo material inserido em um repertório cultural.

O valor que permanece nas produções audiovisuais perpassa culturas e públicos. Uma vez que ocasiona transformações, eles demonstram como uma ferramenta utilizada para distintos objetivos (expandir e/ou multiplicar conteúdo) se desenvolve em práticas da cibercultura. Como afirma Manuel Castells (2003), passamos a nos transformar

diante da internet, e ao usá-la de diversas maneiras a transformamos com as ações que realizamos.

Através das transformações e adaptações para melhor atender aos usuários, o YouTube passou a utilizar o *slogan* “Broadcast Yourself” (ou “Transmita-se”), oferecendo meios que ao serem utilizados, os transformam em produtores audiovisuais. Dessa maneira, ao prover espaços acessíveis e facilitados para todos, a plataforma tem a oportunidade de perceber novos comportamentos resultando em práticas que modificam o cenário midiático.

É possível encontrar em circulação no YouTube produções originais com programação semanal em canais criados por pessoas físicas e/ou empresas, de pequeno porte e/ou reconhecidas no mercado. Assim como ocorre com o Porta dos Fundos. Dessa forma, o site possibilita o encontro de produções originais e produções da grande mídia em um ambiente virtual único. Por isso, é compreendido por John Burgess e Joshua Green (2009) de duas maneiras distintas: como plataforma de popularização das produções da mídia comercial e como de produção de conteúdos criados por usuários.

Atualmente, são muitos os questionamentos em torno dos modos de utilização. O nível de produção original criada especialmente para canais no YouTube é reconhecido. Contudo, nos deparamos com canais de emissoras de televisão utilizando o *site* como recurso para atrair audiências e divulgar seus conteúdos na internet. Adicionalmente a presença de canais de usuários responsáveis por replicar conteúdos veiculados em qualquer mídia.

Dessa forma, as produções surgem além das práticas de disponibilização e carregamento realizado por usuários/consumidores/fãs³³, mas também de reorganizações de interesse econômico de empresas televisivas e cinematográficas junto ao YouTube³⁴. A atenção fornecida pelo *site* atrai novas audiências, gerando participações em dinheiro através de anúncios nos canais e nos vídeos (BURGESS; GREEN, 2009). De semelhante modo, a grande mídia de massa observou uma oportunidade econômica, ao se beneficiar com novas visualizações e consumos gerados na plataforma.

³³ Usamos o termo usuário/consumidor/fã para integrar os agentes responsáveis por realizar práticas (sejam conscientes ou não) sobre determinado produto de uma mídia, especificamente no espaço de convergências que a internet abriga. Assim, o usuário que possui um canal no Youtube e disponibiliza o conteúdo audiovisual; um consumidor que faz uso do conteúdo disponibilizado; e, o fã responsável por armazenar e resgatar um artefato midiático.

³⁴ Segundo Burgess e Green (2009), boa parte do conteúdo que estava disponível no Youtube em seus primeiros anos de criação foi disponibilizada por usuários e não pela própria mídia tradicional (televisão e/ou cinema) ou pelos detentores de direitos do conteúdo.

Estamos diante de uma página da internet onde circulam conteúdos originais, remixados e replicados, além de conteúdos de outras mídias disponibilizados pelos detentores dos direitos autorais, registrando uma “cultura do YouTube”. Dessa forma, há um contínuo mecanismo de mediação (BURGESS; GREEN, 2009) entre os conteúdos espalhados pelos meios e os usuários centralizados em um único lugar.

Uma parcela das produções disponíveis na internet e no YouTube são partes de uma cultura que não existiam práticas de apropriação e/ou compartilhamento da mesma forma em que estamos acostumados na cultura digital. Na verdade, consideramos que os espectadores atuavam apenas com o puro consumo. Segundo Clay Shirky (2011, p. 15-16), sem as “oportunidades de comentar o material, compartilhá-lo com os amigos, rotulá-lo, avaliá-lo e, é claro, discuti-lo com outros espectadores por todo o mundo”.

Por essa perspectiva, a reutilização de um conteúdo configura um recente processo da cultura digital que oportuniza uma ampla e multifacetada apropriação de conteúdo por parte dos usuários/consumidores/fãs. Um bom exemplo, está no texto apresentado no ponto 1.2.1 página 26, que fora escrito no canal oficial do Monty Python. Nele, há a justificativa sobre a criação do canal oficial no YouTube ser consequência da distribuição de péssima qualidade dos vídeos do grupo.

Evidentemente, no YouTube circulam diversos vídeos do Monty Python, seja da série televisiva ou dos filmes. Conforme explicitado, os primeiros responsáveis por transpor os produtos para a plataforma digital foram os fãs. Assim, ao se apropriarem dos conteúdos realizaram carregamentos dos vídeos no formato esquete. Os conteúdos são vídeos com/sem legendas, replicados em distintos canais na plataforma. Constatamos a disponibilização de um mesmo vídeo em mais de cinco canais diferentes, vale salientar que em todos há muitas visualizações. Em nosso entender, a apropriação ocorre, em alguns casos, para conseguir visibilidade. Dito de outro modo, reutilizam o conteúdo para conquistar audiências para outras produções em seu canal.

Para Jenkins, Ford e Green (2014), nem todos que replicam um conteúdo desejam atenção. No entanto, alguns compartilham esses materiais para dividir registros com valor para outros, o mesmo fenômeno que acontece com os usuários/consumidores/fãs.

Em relação à produção original no YouTube, temos como exemplo os vídeos do Porta dos Fundos, que consagraram o grupo. Na internet, eles encontraram a liberdade de poder criar o que desejavam, lucrando com isso – opção que não estava disponível em outros meios. Diferente dos produtos que são replicados todos os dias na plataforma,

Porta dos Fundos, por deter os direitos autorais de suas obras e ser um canal desenvolvido no YouTube, não possui réplicas dos seus vídeos em outros canais. Todos os conteúdos concentram-se apenas em seu canal, o que apresenta uma monetização maior das visualizações em seus produtos.

Levando em consideração as produções originais do YouTube, compreendemos que os movimentos efetuados pelos novos produtores de conteúdos geram identidades reconhecidas até nos meios analógicos. Estes realizam o transporte dos conteúdos do YouTube para a televisão, como podemos analisar o Porta dos Fundos, transformando os esquetes em série televisiva. Tais produções conquistam um valor cultural na nova mídia, bem como as grandes produções televisivas e cinematográficas.

Os processos de replicar e produzir são compreendidos, dessa forma, como conteúdos que permeiam facilmente pelos ambientes midiáticos, obtendo – em muitos dos casos – êxitos similares entre uma reutilização visual e uma produção original. Entretanto, como as criações originais do YouTube designam uma concentração de ferramentas que os favorecem publicamente e economicamente, torna-se inevitável a audiência que os vídeos obtêm.

Além disso, o conteúdo replicado em sua maioria possui valor diferente. Compreendemos o valor residual que alguns vídeos presentes no YouTube carregam e regularmente possui propagações maiores devido ao “desejo nostálgico” que está presente no público e/ou fã em reassistir as produções de outras épocas. O termo é apresentado por Jenkins, Ford e Green (2014) como cultura residual.

A questão residual apresentada é sugerida ainda em 1979 por Raymond Williams e entendida como uma prática da cultura em resgatar elementos estruturados no passado, mas continuam “a base do resíduo” (p. 125), permanentes como elementos do presente. O residual tratado pelo autor refere-se às experiências, práticas, significados e materiais que não possuem mesma atuação na cultura vigente.

Portanto, a junção das práticas realizadas passa a ser um resgate de características da formação social e cultural anterior que ocasionam transformações no contexto contemporâneo. A evidência desse processo imprime um papel de extrema importância para com as produções audiovisuais atuais. Assim como as produções que serão analisadas, apresentando um extenso campo de desenvolvimento e recriação.

A troca de presenças dos grupos nos meios registra as transformações nos espaços, nas audiências e na interação com a sociedade. Entendemos a existência de uma reconfiguração das produções audiovisuais, que modificam todo o ambiente e

trânsito audiovisual. Podemos exemplificar através dos grupos presentes, espalhados e ramificados em diferentes meios. Por consequência, eles adquirem meios para continuarem produzindo. Dessa maneira, contribuem para a compreensão de novas modificações perante o cenário digital, como desenvolveremos no capítulo a seguir.

2 TRIPÉ DOS PROCESSOS CULTURAIS NO AUDIOVISUAL

O primeiro aspecto da ambiência cultural que vivenciamos é refletido através das recorrentes mudanças nos meios de comunicação por processos tecnológicos. Esses processos modificam os modos de consumo da sociedade contemporânea. Por isso, ao falar em convergência admitimos a existência de transformações influenciadas pelas novas tecnologias.

Parte constituinte da cibercultura, tais mudanças contemplam uma nova área de ressignificações que abrange conteúdos de todos os meios, principalmente o audiovisual. Consideramos que um dos motivos das crescentes modificações está associado ao progressivo desenvolvimento de tecnologias, no qual há a viabilidade do acesso fácil ao espaço em rede. Para Santos (2010), por serem mídias interativas, elas permitem que os consumidores tenham acesso a todo o meio de comunicação independente da finalidade.

Do fácil acesso, surge a oportunidade dos consumidores produzirem de modo independente. Assim, os espectadores tornam-se capazes de produzir o que desejam, passando a ter ferramentas que viabilizam a realização. Essa particularidade modifica o antigo percurso comunicacional mais conhecido: informação, comunicação e recepção. Atualmente, possuímos uma multiplicidade de informações, modos de transmissões, usuários e produtores espalhados pelos meios, mas principalmente pela internet.

Isto ocorre, para Lucia Santaella (2003), em parte, uma vez que as tecnologias permitem o armazenamento e recuperação de informações, deixando-as disponíveis em qualquer momento e lugar, tornando acessível à população em geral opções para apropriação e criação de conteúdo. Por ser um meio de disseminação rápida e facilitar o acesso às ferramentas tecnológicas, o uso da internet apontou uma quebra no padrão de consumo do audiovisual. Houve um impacto de transformação nas produções para os meios de comunicação.

Os autores Jenkins, Ford e Green (2014, p. 24), por conseguinte, afirmam que a movimentação demonstra um modelo participativo da cultura. Para eles, as pessoas (usuários/consumidores/fãs) “estão moldando, compartilhando, reconfigurando e remixando conteúdos de mídia de maneiras que não poderiam ter sido imaginadas antes”, assim alterando todo processo comum de distribuição do conteúdo.

A entrada na cultura digital ou comentada, ainda na década de 90 por Pierre Lévy (1999), “a abertura de um novo espaço de comunicação”, permitiu uma

pluralidade de mutações nas mídias, reconfigurando a “paisagem comunicacional [...] nas dimensões sociais, culturais e políticas” (LE MOS; LÉVY, 2010, p. 73). Além de modificar o cenário cultural, que transita por processos de convergência midiática, moldam e criam novas conexões entre a cultura, tecnologia e os meios.

Ao apontar que a convergência não se limita à mídia e/ou a forma do conteúdo, Jenkins (2009) defende que a principal mudança é oriunda do interesse dos consumidores em expandir seus conhecimentos sobre determinado conteúdo, buscando-o em outras plataformas. Essas novas conexões com os consumidores são observadas pelo autor através do entrelaçamento das mídias, desenvolvendo ligações de conteúdo para ser utilizado nas diversas plataformas. Compreendemos que o uso multiplicado possibilita uma maior propagabilidade diante as múltiplas telas que podemos visualizar ao mesmo tempo.

Dessa maneira, as mudanças relativas ao consumo em qualquer meio e o poder em assumir o controle nas produções são parte da atual cultura da convergência. Entretanto, para Lemos e Lévy (2010), a mudança vai além do consumo, pois causa modificações na produção e distribuição do conteúdo.

De fato, a era digital gerou um avanço nos meios de comunicação em massa e estamos cada vez mais realizando o movimento de atravessar mudanças rápidas e intensas, que Lucia Santaella (2003) apontou há anos atrás. Assim, a evidência da tecnologia digital possibilitar o acesso aos conteúdos que convergem por entre meios e plataformas, abriu margem para uma nova cultura, intitulada pela autora como a “cultura do acesso”.

Entendemos que essa transformação apresentou espaços midiáticos férteis para o surgimento de novas práticas e produtos. Ademais, os meios analógicos adquiriram através da internet uma perspectiva para criação e desenvolvimento de produtos que, inicialmente, não faziam uso do meio para se expandir – como a televisão geralmente utiliza a internet na atualidade. Segundo Cannito (2010, p. 84), “a convergência remodela tudo: da linguagem à organização das empresas, que estão revendo seu plano de negócios e reorganizando seu modelo de produção”. E complementa:

Uma imagem produzida originalmente para cinema pode, com a tecnologia digital, ser exibida também no celular. Isso faz que as obras sejam, desde o início, concebidas com uma linguagem adequada a várias saídas [...]. Não há mais tanto sentido em separar as mídias, tudo é conteúdo digital e pode ser convertido em suportes diferentes.

[...] Essa realidade fortalece a tendência a fusões e participações cruzadas. (CANNITO, 2010, p. 84).

Este é um aspecto determinante do cenário audiovisual contemporâneo. Podemos testemunhar mudanças e origens de formatos multifacetados com propensão para atravessar meios distintos. O conteúdo pensado, planejado e produzido com linguagem que se adequa a qualquer ambiente possui um formato multifacetado, ou seja, um híbrido que transita por mídias. Uma vez que o conteúdo nasce com este artifício, a capacidade em abranger para múltiplas plataformas se apresenta forma simples e programada.

A hibridização do conteúdo é a ação responsável por permear vários produtos entre os meios e pela pluralidade em que podemos encontrar todos os conteúdos audiovisuais. De semelhante modo, as ações *crossmídia* e *transmídia* com o intuito de promover o conteúdo em diferentes suportes e expandi-lo, tanto para garantir audiência, quanto para conquistar determinado público que esteja interligado com as novas tecnologias.

O hibridismo se apresenta para Machado (2001) como ponto chave da estrutura dos produtos culturais atuais. Afirma que,

as obras [...] produzidas em nosso século não se encaixam facilmente nas rubricas velhas e canônicas e quanto mais avançamos na direção do futuro, mais o hibridismo se mostra como a [...] condição estrutural dos produtos culturais (MACHADO, 2001, p. 4-5).

Sendo assim, os produtos culturais – inseridos e produzidos neste ambiente em constante expansão – passaram a contar com o hibridismo percorrendo meios e plataformas diversas.

Verificamos o conteúdo híbrido como multifacetado, além de apresentar consumo em grande escala. Por transitar em meios diferentes, ele possibilita reconhecimentos e ligações com diversas produções, tornando-as conhecidas – novamente – por outros nichos de espectadores e/ou consumidores. Então, podemos apontar uma relação no hibridismo que ocorre nos formatos remediados. Ou seja, diz respeito ao que sai do espaço antigo para um novo como um processo de ressignificação no contexto cultural, material e tecnológico.

A partir das transformações que reconfiguram o cenário e ressignificam elementos que compõe os meios de comunicação, podemos ratificar o advento das

novas tecnologias digitais como precursor das transformações ocorridas até então, responsável por carregar importantes contribuições quando nos referimos no contexto audiovisual atual.

Verificamos a existência de uma relação com artefatos das mídias, que foi construída durante todo o processo – antigas produções/produtos que caminharam por outras épocas e retornam para os dias atuais. Como exemplo, há o grupo Monty Python, com produções antigas percorrendo os espaços digitais. A partir do contato com essas produções, apresentamos a visão Williams (1979) em referência às práticas culturais que iremos adentrar na segunda parte deste capítulo.

Dessa forma, a internet concentra grande acervo desses e de outros conteúdos antigos. Os usuários, as empresas, produtoras e emissoras de televisão estão criando sites, plataformas e aplicativos para disponibilizar o material transmitido na televisão. A possibilidade de fornecimento de produtos de nichos específicos, segundo Lemos e Lévy (2010), torna acessíveis conteúdos culturais que anteriormente estavam presos em determinado horário da televisão ou estavam restritos ao grande público.

Agora, ao “tempo real” (do receptor preso ao fluxo do aqui e agora) das mídias massivas, acrescenta-se um outro, um tempo da escolha (e de reflexão) de uma memória ampliada, planetária e viva (já que atualizada por qualquer um) do ciberespaço (LEMOS; LÉVY, 2010, p. 78).

A disponibilização fora do fluxo, comum de programação televisiva é chamada de *vídeo on demand*³⁵ (ou vídeo sob demanda ou VDO), proveniente de uma necessidade do espectador/consumidor montar a própria programação à frente de qualquer tela. Da prática em consumir os conteúdos disponibilizados na internet, compreendemos uma elevação do favorecimento tanto para com as produções transmitidas em horários específicos quanto para com as não transmitidas. Portanto, a disponibilização gera o reconhecimento e recirculação de produtos.

Para Mario Carlón (2014, p. 15), “estamos numa situação, finalmente, de infinitas opções em que podemos ver o que desejamos, quando desejamos (em tempo real ou com atraso), onde desejamos (numa variedade de telas, telefones, *websites*)”. Mais comum do que se imagina, a prática reconfigura o fluxo natural da programação televisionada. Desse modo, provoca uma mudança no atendimento ao

³⁵ O vídeo sob demanda é o conteúdo que está à espera do comando do espectador. Encontra-se disponível atualmente em ambientes digitais, como sites, plataformas de TV paga e aplicativos.

espectador/consumidor, procurando modificar sua grade a partir das escolhas da audiência.

Após o desenvolvimento de equipamentos capazes de oferecer este universo (uma gama de conteúdos audiovisuais como filmes, séries e vídeos em geral) ao meio, passou-se a observar a articulação de formatos, linguagens e estéticas, abrindo possibilidades para novos modos de interação entre espectadores e produtores (DUARTE; CASTRO, 2010).

Observamos que esse crescimento acarretou a fragmentação das audiências. Assim, os espectadores passaram a buscar conteúdo personalizado, correspondente aos seus anseios. Portanto, dessa postura surge uma programação criada partindo de uma visão mais individualista. Conforme Machado (2001, p. 87) explicita, “migraram para conteúdos mais especializados, dirigidos a nichos específicos”, ofertando espaços cada vez mais amplos para o surgimento de novas formas de produções audiovisuais.

Porém, como todo avanço acarreta mudanças, uma parcela do disponível para visualização na internet são conteúdos procedentes do cinema e da televisão transpostos para o meio digital. Observamos que não se trata (nem se caracteriza) enquanto produção própria para o espaço, é apenas um conteúdo híbrido que se torna integrante do espaço midiático.

Entendemos que o hibridismo midiático possui uma ligação direta com a remediação, conceito trabalhado por Jay David Bolter e Richard Grusin (2000), que se trata de uma reforma e/ou remodelagem de um meio ressignificado em outro. O mesmo acontece em produções televisivas em relação as criações da internet. Sendo assim, uma faz uso de técnicas e elementos estéticos da outra – mas com uma nova roupagem.

Para Cannito (2010), o hibridismo ocorre no ambiente de convergência uma retroalimentação dos produtos que compõe essas mídias. Dessa forma, o que poderia ocasionar processos negativos transpassa positivamente ao meio digital enriquecendo seu espaço – remediação. Atualmente, observamos esse fenômeno de maneira corriqueira, há conteúdo da televisão disponibilizado na internet, especificamente nos canais do YouTube ou plataformas próprias da emissora.

Assim como a televisão possui papel cultural perante a sociedade, implementou as técnicas do cinema³⁶, a internet, por sua vez, primeiramente adquiriu aspectos dos meios de comunicação audiovisual para construir relações com os outros meios. Um

³⁶ Linguagem, estética, fotografia, entre outros que compõem o cinema.

bom exemplo, são as produções em série utilizadas nos canais do YouTube. Essa técnica narrativa fora resgatada dos programas de televisão – uma ressignificação no espaço virtual.

O processo de remediação integra uma prática cultural manifestada a partir da inserção da cibercultura determinante. Assim, através da inter-relação das mídias possibilita a intermedialidade. Por ser um fenômeno de transição, como afirma Irina Rajewsky (2005, p. 52), ele ocorre de mídias para outras mídias “às relações entre mídias, às interações e interferências de cunho midiático”. Ou seja, há um “cruzamento de fronteiras midiáticas”. Verificamos a correlação ao residual e a remediação, pois o conceito aborda as inter-relações entre diferentes mídias.

Em sentido amplo, o termo abrange combinações midiáticas possíveis e se utiliza atualmente em decorrência de exemplificar reconfigurações que compõe o cenário midiático contemporâneo. Desta união ocorrida entre as mídias e suas produções, obtemos como resultado movimentos que modificam o cenário e geram ressignificações tanto a partir de como a mídia sofre quanto como reage à mudança.

A recirculação de determinados produtos (reliquias) a despeito do que acontece no ambiente cibercultural, gera processos culturais de intermedialidade. Dito de outro modo, há a mutação de conteúdos de uma mídia para outra. Esse processo está integrado hoje ao cenário midiático e busca compreender como acontece a transformação, transferência, hibridação entre duas mídias (ou mais), e se elas se “auto-representam a partir de suas relações” (MÜLLER, 2008, p.49).

Diante do exposto, aprofundaremos nos tópicos seguintes os conceitos que abrangem a temática. Buscamos as principais visões em torno deste processo midiático entre os grupos e suas produções. Com isso será exposto, em teoria, de que maneira acontece o fenômeno do uso do formato de um meio em outro.

2.1. A PERMANÊNCIA DE UM MATERIAL RESIDUAL

Além de uma simples presença, a permanência de determinado material na cultura torna-se algo de valor percorrendo na sociedade de maneiras variáveis e circulando em ambientes distintos. No meio digital, por exemplo, um ambiente em que encontramos tudo quanto desejamos a um passo de um clique, o lugar se transforma em um depósito de objetos, produtos e de ferramentas.

Na cibercultura, diante do surgimento de incalculáveis novidades, somos (re)apresentados aos produtos que fazem parte da “memória popular”, e que é “objeto de desejo nostálgico” (JENKINS; FORD; GREEN, 2014, p. 132) dos fãs. Tais produtos, existentes no contexto atual, adentram na cibercultura. Dessa forma se integram a um lugar na atividade cultural conhecido como prática ou cultura residual.

Por outro lado, também reconhecemos a remediação em torno do material que permanece por entre culturas. Como Bolter e Grusin (2000) destacam, a remediação é uma espécie de reaproveitamento (*repurposing*) do valor de determinado objeto e essa ação pode ser trabalhada em duas direções: pelos usuários dos meios tradicionais que podem procurar remodelar (*refashion*) e inserir esse objeto no digital; ou o digital pode definir remodelações nos meios tradicionais para utilizar o objeto em seu suporte. (Compreenderemos sobre o conceito de remediação no tópico seguinte).

Verificamos, portanto, que as permanências dos materiais de valor cultural, a prática residual e o reaproveitamento dos meios estão atrelados – em sua maioria – às ações dos usuários/consumidores/fãs. Com o ato de disponibilizar conteúdos, eles compartilham o conservado na fita cassete ou no DVD, e assim, resgatam o material de determinada cultura. Portanto, entendemos a partir desse resgate o movimento de transformação do/no cenário midiático.

Os autores Jenkins, Ford e Green (2014), afirmam com base na descrição de Williams (1979) sobre as práticas culturais – em específico a prática residual – que as produções consideradas relíquias culturais integram no cenário atual e se tornam um produto midiático permanente. Por uma compreensão mais exata, buscamos em Williams (1979) seus esboços sobre o residual. Para o autor, um processo cultural é tido como um sistema de características dominantes em determinada cultura e qualquer cultura inclui elementos do seu passado. Sendo assim, toda cultura possui resquícios da anterior. Em outras palavras, encontraremos uma cultura dentro de outra e assim por diante.

A complexidade de uma cultura se encontra não apenas em seus processos variáveis e suas definições sociais – tradições, instituições e formações – mas também nas inter-relações dinâmicas, em todos os pontos do processo, de elementos historicamente variados e variáveis. Naquilo que chamei de análise “de época”, um processo cultural é tomado como um sistema cultural, com determinadas características dominantes; [...] Na análise histórica autêntica, é necessário, em todos os pontos, reconhecer as inter-relações complexas entre movimentos e tendências (WILLIAMS, 1979, 124).

Dos resquícios, entre uma cultura e outra, surge o que o autor intitula residual e emergente. Na sua perspectiva, o residual é formado no passado, mas é ativo na cultura como elemento do presente. O resíduo de uma produção antiga na atual – Monty Python e Porta dos Fundos. A respeito de emergente, o mesmo autor entende enquanto existência contínua de novos significados e valores na cultura. Contudo, ao se misturar nos processos culturais, a identificação do novo é dificultada.

Por “residual” quero dizer alguma coisa diferente de “arcaico”, embora na prática seja difícil, com frequência, distingui-los. Qualquer cultura inclui elementos disponíveis do seu passado, mas seu lugar no processo cultural contemporâneo é profundamente variável. [...]. Por “emergente” entendo, primeiro, que novos significados e valores, novas práticas, novas relações e tipos de relação estão sendo continuamente criados. Mas é excepcionalmente difícil distinguir entre os que são realmente elementos de alguma fase nova da cultura dominante [...] e os que lhe são substancialmente alternativos ou opostos: emergente no sentido rigoroso, e não simplesmente novo (WILLIAMS, 1979, p. 125-126).

Observamos, então, a visão do autor com referência aos produtos e/ou objetos midiáticos que estão em torno do cenário atual, espalhados e multiplicados nas partes da cibercultura, que dificilmente é reconhecível sua origem e trajetória. Com isso, percebemos a utilização do arcaico como emergente, bem como o processo emergente ser visto como arcaico. É uma espécie de clico que se retroalimenta como havia apontado Cannito (2010).

Há também a observação perante a uma reorganização produtiva e econômica de algo que, porventura, tenha perdido seu valor cultural perante a grande mídia. Assim como expõe Jenkins, Ford e Green (2014) ao se referirem a respeito do valor perdido de um objeto que possui audiência em declínio. Os autores enxergam no conceito de Williams (1979) uma forma de representar o movimento de transporte dos conteúdos dos meios tradicionais para a internet. Nesse momento, compreendemos que o audiovisual indica uma realidade pouco imaginada tempos atrás, porém sempre praticada.

Há vários relatos horríveis de redes de televisão ou empresas de produção jogando latas de filmes no lixo, convencidas de que elas não teriam nenhuma importância no longo prazo. No entanto, no presente momento, nós todos estamos vendo o surgimento de uma série de canais alternativos nos quais o valor é produzido por meio da

reavaliação e da recirculação do que Williams chamaria de residual. As pessoas estão interessadas em textos de mídia do passado, vasculhados através do aterro da história, e identificam artefatos que ainda têm valor monetário e capacidade de estimular o desejo (JENKINS; FORD; GREEN, 2014, p. 131).

Ainda no que tange a palavra residual, notamos que ela deriva de resíduos, ou seja, daquilo que resta ou sobra de algo. Assim, o residual presente nos grupos em questão nos apresentam características que apontam determinados resíduos audiovisuais entre os grupos.

Contudo, economicamente falando, o conceito obtém um novo significado. O residual, por sua vez, é caracterizado pelo “valor do residual”. Tal valor possui uma terminologia similar a de “valor de recuperação”, ou seja, o resíduo que é recuperado de determinado material (JENKINS; FORD; GREEN, 2014). A perspectiva econômica é também trabalhada como visão mercadológica para determinadas produções (e produtos). Entendemos que o sentimento e a memória popular acionam no consumidor/fã o afeto quanto a produção audiovisual. Assim, gera uma relação individual de vínculo sentimental, sendo facilmente manipulados por um lado pelo valor residual e por outro pelo nostálgico.

“Residual” diz respeito ao valor econômico gerado por meio da vida após a morte de objetos materiais e performances de mídias. Esses usos múltiplos do “residual” sugerem que o interesse sentimental e simbólico contínuo dos materiais pode ainda gerar lucro muito tempo depois de seu intercâmbio inicial e seu valor de uso terem desaparecido da memória. (...). Os fãs podem, então, “apreciar” esse material em termos econômicos também, aumentando o valor potencial desses artefatos ao ampliar a sua vida útil e torná-los acessíveis a novos mercados potenciais. (JENKINS; FORD; GREEN, 2014, p. 140).

Entendemos que o valor residual (dos objetos e das produções audiovisuais) entre as culturas perpassa a barreira da “falta de audiência”. Atualmente, o YouTube é considerado o maior aglutinador de mídia de massa da internet no início do século 21 (BURGESS; GREEN, 2009). O site permite acesso a produções de diferentes épocas. Dessa maneira, somos reapresentados a conteúdos que apreciávamos nos meios tradicionais. Esses conteúdos recirculam, propagam e se dispersam na cultura digital.

Ao citar Bob Rehak, os autores Jenkins, Ford e Green (2014)³⁷ indicam um movimento popular crescente na cultura e mídia residual, e que ao unir esse universo ao ambiente virtual, cria-se a multiplicidade de conteúdos espalhados *online*. Por este motivo, a prática em transportar produções cinematográficas e televisivas por entre os meios se torna comum entre as principais emissoras do Brasil.

Com a prática, novas plataformas são desenvolvidas com o intuito armazenar os conteúdos, sejam eles da televisão ou exclusivamente da internet. Essas plataformas servem como um depósito das produções para o livre acesso do público. Assim como o YouTube, mas com a distinção dos canais que possibilitam envios de vídeos³⁸.

Sobre essa realidade, Katharina Niemeyer (2014) comenta que nunca se pensou em um futuro tecnológico desta forma, marcado por um empório de expressões e objetos nostálgicos propagados pela rede. Pensou-se em novas formas, linguagens e produções, mas não na internet – em seus momentos iniciais – como um espaço de projeção e propagabilidade de materiais que acendessem a memória popular de uma cultura.

O pesquisador alemão Dominik Schrey (2014), diante do exposto a respeito do uso da plataforma para armazenar antigas produções e o processo de remediação incluso, acredita que o espaço digital pode servir para acessar virtualmente o passado. Desse modo, se torna um recurso importante para a memória cultural. Essa busca por objeto nostálgico pode ser o conteúdo, o estilo de representação do meio ou o próprio meio consegue se tornar parte da nostalgia. O sentimento pode ser em relação à materialidade, a estética ou a outra propriedade sutil desse universo que circunda a memória.

Portanto, percebemos que o valor de um material nostálgico é capaz de transpassar culturas. Dessa maneira, ele se propaga no ambiente digital, assim como qualquer outra produção original para a internet. As produções do Monty Python que indisponíveis na televisão ou em mídias alternativas, estão na internet - se tratando aqui do Brasil - são amostras para os usuários/consumidores/fãs de relíquias que ativam a memória. Assim, elas expressam nostalgias individuais e coletivas, propagando-se por entre os nichos que se enquadram.

³⁷ Retirado pelos autores no livro expandido (Cultura da Conexão).

³⁸ Inclusive, há emissoras brasileiras que utilizam a plataforma do Youtube como armazenador de suas produções. Como exemplo, citamos a emissora Rede Record que disponibiliza os conteúdos dos programas de sua grade. Geralmente cada programa transmitido na televisão possui um canal individual em que são enviados os vídeos semanalmente.

Porta dos Fundos, por sua vez, realiza uma movimentação contrária, apresenta na cultura vigente uma ressignificação das produções da internet para a televisão. Supomos que no futuro elas se tornarão relíquias da cultura popular e permanecerão na memória coletiva em diferentes modelos.

Observamos que o Porta dos Fundos aciona uma ligação de resíduo do Monty Python e ativa a memória dos consumidores/fãs do grupo dos anos 70. Dessa maneira, não há dúvidas que o YouTube é uma plataforma de ruptura cultural e econômica que apresenta um novo modelo de ambiente midiático, transformando o cenário audiovisual (BURGESS; GREEN, 2009). O site realiza esse feito por intermédio de práticas residuais e formatos remediados que retornam para o presente. Assim, a prática residual e o fenômeno da remediação se chocam produzindo culturalmente fenômenos atuantes na produção midiática.

2.2. O FORMATO DE UM MEIO EM OUTRO: REUTILIZANDO TÉCNICAS E REMODELANDO A MÍDIA

Para compreender o conceito de remediação, Bolter e Grusin (2000) apontam o processo de remodelação enquanto característica definidora da mídia digital. Assim, ao observarmos anteriormente a atual ambiência – bem antes das evoluções tecnológicas – conhecíamos os processos de reaproveitamento e reutilização de objetos midiáticos – hoje, artefatos – de um meio em outro. Essa incorporação ao ser cumprida renova o objeto original, pois apresenta modelo e suporte distintos.

Nesse contexto, de espaços múltiplos da internet, há a possibilidade de não reconhecermos os processos caracterizadores da remediação. Assim, estamos diante de plataformas diversas passando de um ambiente para outro facilmente (MASCARENHAS; FRANÇA; NICOLAU, 2012) sem tal movimento seja observado detalhadamente. Claus Clüver (2011), apontava a migração de mídias digitalizadas para a internet como parte – também – dos processos de remediação, encarregado de reformulações ocorridas nas mídias e nos objetos. Desse modo, a suspeita que surge deste processo considera-se nova (CLÜVER, 2011), mas o termo “remediação” é tratado pela primeira vez nas pesquisas de Bolter e Grusin (2000) no livro *Remediation: Understanding new media*.

O conceito de remediação apresentado por Bolter e Grusin (2000) denota as transformações e os movimentos individuais realizados por mídias. Portanto, ao serem

remodeladas (ou *refashioned*), compõem outras mídias e se modificam diante dos antecessores. Os autores apontaram as ações de imediação e hipermediação envolvidas nos processos de remediação. Desse modo, são responsáveis por transformar a mídia contemporânea – a ideia da invisibilidade do meio e aumento da realidade virtual.

Contudo, nosso intuito é apresentar o movimento de elementos característicos de uma mídia em outra. Por isso, entendemos a remediação, a partir do conceito de Bolter e Grusin (2000), como reforma e remodelagem. Em paralelo, intentamos observar como a mídia digital se apropria e ressignifica mídias anteriores, como o cinema e a televisão³⁹.

Os processos de remediação que interligam a mídia digital e os meios tradicionais (BOLTER; GRUSIN, 2000) renovam artefatos culturais e os ativam no ambiente virtual. Com isso, a remodelação que a mídia e/ou seus objetos sofrem, carregam significados além do fenômeno de reconfiguração. Compreendemos que são agentes transformadores, que adicionam elementos culturais de uma época *x* e passam a convergir com elementos culturais de outras épocas. Dessa forma, realizam um movimento complexo de tensionamento de valores culturais.

Os objetos que são reutilizados apresentam sentidos diferentes para um mesmo público. Assim, adquire ressignificados no suporte tecnológico que abriga. Empregamos o exemplo da Bíblia utilizado por Bolter e Grusin (2000) para explicar o reaproveitamento (ou *repurposing*) do objeto de um meio reutilizado em outro. Seguindo nessa lógica, os pintores ilustram histórias presentes no livro. Há uma distinção de espetatorialidade, por um lado aos que leram e observaram a pintura. Por outro lado, os que apenas contemplaram e não a leram.

Sendo assim, tais experiências distintas como afirmam os autores Bolter e Grusin (2000):

a reutilização acontece e surge uma necessária redefinição, mas não haverá relações de interação entre os meios de comunicação. A interação acontece só para o espectador que reconheceu ambas as versões e pode compará-las⁴⁰ (p. 45).

³⁹ No que se refere aos conteúdos audiovisuais, consideramos que os usos em outras plataformas e formatos são reconfigurações dos próprios conteúdos e dos espaços originais de criação. Sendo o ato de reutilizar não só parte da cultura da convergência, da cultura participativa, mas de um processo maior que atua em nossa sociedade antes mesmo da entrada da mídia digital.

⁴⁰ Tradução livre. “*The contemporary entertainment industry calls such borrowing “repurposing”: to take a “property” from one medium and reuse it in another. With reuse comes a necessary redefinition, but there may be no conscious interplay between media. The interplay happens, if at all, only for the reader or viewer who happens to know both versions and can compare them*” (BOLTER; GRUSIN, 2000, p. 45).

O mesmo ocorre para os espectadores (usuários/consumidores/fãs) ao assistirem uma série televisiva (na televisão) e a mesma em fragmentos de vídeos na internet. São meios e objetos diferentes com o mesmo conteúdo, mas com objetivos e formatos que os distinguem e evidenciam novas experiências individuais.

O fato de assistir uma série televisiva completa e dentro do fluxo de programação, denota uma larga distinção de espectralidade em assistir a série fragmentada na internet – fora do fluxo e *off-line*. De semelhante modo, o resgate ou a assimilação com a Bíblia e pintura (meios diferentes), demonstrar a distinção entre um usuário/consumidor/fã que conhece um filme adaptado e não a obra literária que deu sua origem – e vice-versa.

Resgatamos, dessa forma, a afirmação de Marshall McLuhan (1964) nos primeiros ensaios acerca dos meios de comunicação, de que um conteúdo de uma mídia é sempre outra mídia. Uma mídia consequentemente terá relações e remeterá a outra mídia, tanto ela texto-fonte para sua criação, quanto uma renovação (ou *remake*) do existente. Essa relação análoga, em alta, tem surgimento devido às produções de determinado meio estar disponível em outro meio – especificamente, quando nos referimos ao meio virtual e seus processos convergentes.

Os recursos fornecidos por aplicativos, buscadores nos navegadores, principalmente os que permitem *download*, facilitam acesso a livros e sua obra audiovisual adaptada, caso haja. Assim, os usuários/consumidores/fãs podem reconhecer com facilidade uma remodelagem e/ou reutilização de uma história que na atualidade se faz presente em outra mídia.

Assim pode ocorrer com o YouTube e o acervo que lá se encontra. Utilizado de maneira diversificada acrescentou e modificou “nossa relação com a propriedade intelectual, o entretenimento e o conteúdo audiovisual”, como também o modo de absorver esses conteúdos (BURGESS; GREEN, 2009, p. 9).

Ademais, o YouTube se tornou um espaço de acervo digital (uma biblioteca virtual do audiovisual) no qual são depositados conteúdos diariamente. Um acervo das produções dos meios tradicionais de diferentes épocas depositadas na plataforma que mistura-se com os conteúdos originais desenvolvidos para o site.

Ao refletirmos por essa perspectiva convergente, podemos identificar uma cultura que remedia e recicla artefatos da mídia. A travessia de produtos entre as mídias reflete, por meio de práticas de cunho residual, no acesso as produções em um único espaço.

2.3. ATRAVESSANDO PRODUÇÕES POR ENTRE AS FRONTEIRAS MIDIÁTICAS

O registro do percurso da transição dos conteúdos para outros meios carrega significações. Elas sinalizam uma prática midiática além da convergência. Na realidade, ocorre uma espécie de renascimento de um material, a oportunidade de resgate de uma época, de fãs, utilizações de proveito econômico. Assim, há a permanência de um passado presente.

Neste espaço multiplicador, um conteúdo se torna vários, cada um com sua particularidade. Por isso, buscamos compreender como se dá essa movimentação de transposição das produções, ao observar os grupos Monty Python e Porta dos Fundos. Conforme apresentado, um grupo que produziu série televisiva, espetáculos teatrais e filmes; e ao disponibilizar o conteúdo na internet encontrou um campo propagador e de permanência. Enquanto o outro realiza o movimento inverso, sai da internet e vai para a televisão, teatro e cinema; com suas características individuais que chamam a atenção do público, seus modos de produção e divulgação.

Os primeiros indícios da travessia de fronteiras das produções da televisão e internet manifestam uma integração entre duas mídias. Assim, os esquetes disponibilizados nos canais oficiais do Monty Python e Porta dos Fundos no YouTube são parte as produções a serem observadas dos grupos no ambiente virtual. Dessa forma, elas serão um guia para interpretar a integração entre a televisão e internet.

No canal oficial do Monty Python nos deparamos com parte considerável das produções audiovisuais produzidas pelo grupo para o cinema, televisão e teatro. De semelhante modo, há produções realizadas para internet e televisão. O canal do Porta dos Fundos disponibiliza seu material próprio da internet e as produções feitas para a televisão (há a disponibilização do filme Contrato Vitalício (2016), mas é necessário o aluguel do mesmo).

Dito isto, o nosso interesse reside no reconhecimento de como acontecem as práticas intermediáticas nos grupos, a partir da visão estudada por Rajewsky (2005). A autora conceitua a intermedialidade como o cruzamento entre mídias. Adicionalmente, divide o conceito em três categorias: “transposição midiática”, “combinação de mídia” e “referência intermediática”⁴¹.

⁴¹ Originalmente em inglês: *Medial transposition, media combination e intermedial references*.

[...] intermedialidade pode servir como termo genérico para todos os fenômenos que (indicados pelo prefixo *inter*) de alguma maneira tem lugar entre mídias. “*Intermedial*”, portanto indica as configurações que tem a ver com a travessia de fronteiras entre mídias⁴² (RAJEWSKY, 2005, p. 46).

Há uma classificação a partir de distintas práticas fundamentadas na história. Especialmente se aponta os avanços tecnológicos que modificam os meios de comunicação. Sendo assim, a primeira categoria referente aos conteúdos adaptados por meio da intermedialidade transforma um produto da mídia em outro subproduto (o original e a fonte). Em segundo, temos a combinação de mídia com base na multiplicidade dos meios.

A partir da combinação dos objetos a meios distintos, cada um se torna particular na própria materialidade. Dito de outro modo, ainda que se refira ao mesmo material, há desigualdade nas manifestações ocorridas no meio em que se encontra. Por último, temos a referência midiática, caracterizada pela transposição de material utilizado como referência para a criação de outro em um meio divergente do principal.

Portanto, do fenômeno do cruzamento, surgem renovações a partir de convergências de características, técnicas e modelos de determinados espaços – em destaque, do âmbito audiovisual do cinema, televisão e internet – reconfigurando a mídia. Ainda segundo Rajewsky (2005), em uma mídia aparentemente distinta da outra podem conter descrições de relações a partir do uso do conceito de intermedialidade que fornece categorias dos fenômenos que apresentam inter-relação com o produto.

A categorização realizada por Rajewsky (2005) sofre mínimas releituras por Clüver (2011). No entanto, ambas são classificadas através de distintas práticas. Em específico ao referente sobre os usos das ferramentas técnicas que modificam os objetos midiáticos. Portanto, sendo a internet o espaço de convergência entre o Monty Python e Porta dos Fundos e suas produções, apresentaremos as práticas intermediáticas dos grupos. Utilizamos como fundamento as categorias da intermedialidade definidas pelos autores Rajewsky (2005) e Clüver (2011).

⁴² Tradução livre. “[...] *intermediality* may serve foremost as a generic term for all those phenomena that (as indicated by the prefix *inter*) in some way take place between media. “*Intermedial*” therefore designates those configurations which have to do with a crossing of borders between media” (RAJEWSKY, 2005, p. 46).

2.3.1. O movimento dos grupos nos meios: identificando práticas

Inicialmente, atentamos quanto a prática da transposição midiática conceituada por Rajewsky (2005) como uma produção “genérica” tornando um texto original de determinada mídia a fonte de novo produto em outra. Dito de outro modo, transforma um produto da mídia em subproduto para outra, como veremos a seguir.

Conforme apresentado no capítulo anterior, após 30 anos separados, o grupo Monty Python retorna ao teatro em 2014 com o espetáculo *Monty Python live (mostly): One down, five to go*” (em português “Monty Python ao vivo (ou quase): um a menos, cinco para ir”). O espetáculo buscava o cerne de reviver antigos esquetes de sucesso da televisão no teatro. Parte do roteiro do espetáculo provém da série de televisão *Monty Python’s Flying Circus* (1969-1975), que apresenta os maiores sucessos do grupo. No teatro, os esquetes foram reformulados e adaptados perante o palco, público e ao grupo – que conta com a falta de um dos humoristas. Com esse feito, reconhecemos a categoria da prática da transposição midiática.

De semelhante modo, o texto original ou texto-fonte são os elementos estilísticos. Os diálogos, cenários, personagens e etc., são adaptados se moldando para o objetivo escolhido. Assim, geram produtos diferentes dos originais, assim “o novo texto retém elementos do texto-fonte” (CLÜVER, 2011). A nosso ver, o texto do produto recém-formado (o espetáculo teatral) possui como texto-fonte os esquetes da série. Dessa forma, a série criada para a televisão foi adaptada em espetáculo teatral, por isso, se tornou parte de uma nova produção do grupo.

Observamos a mesma prática no grupo Porta dos Fundos, com a transposição midiática em seu livro, publicado em 2013. Em menos de um ano após a disponibilização do primeiro esquete no canal do YouTube, houve o lançamento do livro com 37 roteiros dos esquetes presente na internet. Nele, além dos roteiros originais, estão comentários dos autores do texto, além de imagens e detalhes caracterizados pelo grupo como inéditos. Aqui, percebemos uma transposição midiática distinta, pois se origina de uma modificação no suporte midiático. Porém, denota uma adaptação no texto do produto recém-formado adequado a mídia a partir do texto-fonte que, no caso, são os roteiros presente no livro.

Esse fenômeno é apontado por Clüver (2011) como prática da transposição midiática dos produtos em questão, substituindo o olhar do espectador sentado no auditório pela câmera cinematográfica. Sendo assim, há a mudança da câmera

cinematográfica pelo olhar atento de um leitor de livros. Em suma, são mídias com cenários diferentes, mas observados por um olhar humano em ambos os suportes.

Ao abordar a segunda categoria da intermedialidade, nos deparamos com outra situação definida como combinação midiática por Rajewsky (2005). Sendo esta prática a mais nítida realizada pelos grupos, pois apresenta a forma de combinar dois meios distintos ou duas formas de mediação. Uma integração genuína, como afirma Rajewsky (2005), entre duas mídias que gera novo significado ao meio e ao produto.

Assim, somos apresentados a uma combinação midiática na qual o meio se torna representativo para o material. Dito isso, verificamos a presença do material, seja na televisão e/ou na internet, ao mesmo tempo em que se cruzam e se modificam. Em primeira instância, a pesquisa demonstra a internet como o espaço de convergência entre os grupos Monty Python e Porta dos Fundos e suas produções audiovisuais.

Dessa combinação midiática, refletimos a respeito do grupo Porta dos Fundos, que produz para a internet. Entretanto, utiliza estilo, linguagem e formato de outro meio. Com isso, acaba se inter-relacionando através dos esquetes no YouTube com as produções do Monty Python que produziu para o cinema, televisão e teatro, mas está presente na internet.

O formato esquete presente no teatro, cinema, rádio, televisão (atualmente percorre a internet), carrega um ressignificado a partir da circulação no ambiente virtual. As combinações das propriedades televisivas e das atuais ferramentas tecnológicas registram um processo (novo) dos produtos remediados.

Partindo do pressuposto de que os materiais buscam na combinação apenas o crescente consumo, nos limitamos a refletir a respeito dos possíveis casos de mídia combinada, desenvolvidas a partir das ideias iniciais sobre a intermedialidade. Há uma analogia interessante, apresentada por Clüver (2011), ao se referir à música no cenário atual e às novas possibilidades que a internet viabilizou para as criações de materiais voltadas a esse campo.

Notamos que esse fenômeno é conceituado anteriormente por Lemos (2005) de ciber-cultura-*remix*, como a prática de reutilizar um produto e transformá-lo em algo novo. Sem dúvida, não é uma novidade, mas acreditamos que a partir da transformação do meio onde está inserido, o reconhecimento das novas características em seu formato se torna viável. As mudanças apresentam como a convergência midiática remodela a comunicação entre os produtores - grandes empresas - e os consumidores, que passam a produzir conteúdos remixados e/ou originais.

Jenkins, Ford e Green (2014), por conseguinte, atribuem tais mudanças ao surgimento de um modelo participativo da cultura, pelo qual o público não é mais visto apenas como consumidor. Em específico, as pessoas que utilizam os conteúdos da mídia de diferentes formas - até que não foram imaginadas – passam a integrar comunidades de redes que multiplicam o conteúdo além de sua vizinhança geográfica.

Portanto, mais do que um pensamento cultural com base na massificação do material, há um questionamento sobre como são encontradas no presente a linguagem dos produtos. Assim sendo, notamos um humor tanto que permite referências quanto exerce influência em outras produções humorísticas.

Com o intuito de compreender as memórias incorporadas à internet, Will Straw (2007, p. 3), se dispôs a interpretar como o processo se revelava. Para isso, o autor recorreu a remediação e a maneira como “as novas mídias incluem o antigo”. Sua análise, iniciada por um site de perfumes, obteve perspectivas a respeito do peso cultural do passado que a internet reforça.

Não é simplesmente que a Internet, como um novo meio/mídia, reflete o passado através das linguagens do presente para que os vestígios do passado se mantenham vivos. [...] O fato é que fortalece o peso cultural do passado, aumentando sua inteligibilidade e acessibilidade (STRAW, 2007, p. 4).

A disseminação ocorrida do conteúdo reflete no ambiente multiplicador em que um texto, vídeo ou qualquer conteúdo inserido na internet está predestinado a se espalhar pela ação do usuário/consumidor/fã. Essa prática, em geral, é realizada sem a consciência ser integrante de um movimento maior. Assim, as práticas se tornam consequências da intermedialidade midiática que modificam o cenário da mídia e dos produtos.

Em último lugar, temos a categoria definida por Rajewsky (2005) de referência intermediária que tem como característica o material utilizado como orientação para a criação de outro em um meio divergente do principal. É um processo comumente realizado por usuários/consumidores/fãs e produtoras integrantes da criação e produção de conteúdos – audiovisuais e textuais - que utilizam produtos como referência para seu desenvolvimento. São usos do estilo, texto e características de outra mídia com objetivos diversos (CLÜVER, 2011).

Conforme exposto, notamos que os dois grupos utilizam esta prática. Além do referencial do Monty Python no Porta dos Fundos, mas nos aspectos humorísticos, em

particular, as referências aos contextos do cotidiano da cultura. Dessa maneira, nos apresentam uma categoria (prática) que gira no entorno do cenário audiovisual bem antes do cibercultural.

Com isso, percebemos que a partir das práticas categorizadas no âmbito da intermedialidade e realizadas por usuários/consumidores/fãs do ciberespaço. Desse modo, surgem marcas de reconfigurações que designam novos significados em relação à – antigos - objetos das mídias.

Identificamos não só uma prática intermediática presente em aspectos culturais distintos e se intensifica no digital em consequência da multiplicidade disponível no virtual. Mas um processo convergente que envolve linguagem, estilo, formato e novas práticas. Diante disso, resulta em uma nova ordem de organização, produção e circulação, que estabelecem com a remediação a possibilidade de renovar produções audiovisuais e desenvolver ressignificações no ambiente que são parte – principalmente nas plataformas digitais.

3 OS FORMATOS DO MONTY PYTHON E PORTA DOS FUNDOS: METÓDO E ANÁLISE

Em primeiro lugar, as teorias expostas até aqui serão utilizadas para interpretar os resultados finais deste estudo. Desse modo, neste capítulo, explicaremos o percurso metodológico desenvolvido para chegarmos ao processo de análise dos formatos. Ao empregarmos os conceitos apresentados, buscamos entender como a cultura digital propaga produções audiovisuais da atualidade e de épocas/culturas passadas.

Nossa análise se inicia com a apresentação dos formatos trabalhados pelos grupos Monty Python e Porta dos Fundos, nos meios de comunicação além do ambiente da internet. Com isso, visualizamos o estilo e linguagem no qual se organizam. Logo, resgatamos os canais oficiais no YouTube, expondo o modo de organização atual de ambos, evidenciando tanto as similaridades perceptíveis quanto as distinções das produções audiovisuais e da disponibilização dos conteúdos.

Por fim, com a análise de três esquetes (vídeos) de cada grupo, escolhidos a partir da temática utilizada na produção, apresentamos os resultados comparativos do formato e do estilo que apontam as características similares (e distintas) entre eles. Assim, procuramos os pontos de convergências entre os grupos no mesmo espaço midiático.

3.1. PERCURSO METODOLÓGICO

Nosso estudo se iniciou com a proposta de compreender como dois grupos, separados por épocas e culturas distintas, poderiam possuir uma ligação entre o humor e suas produções audiovisuais. Dessa forma, visualizamos os canais oficiais no YouTube como um ponto de convergência que nos auxiliaria na observação desta ligação.

Primeiramente, nota-se que buscamos em procedimentos de levantamento bibliográfico teorias que abordavam o campo que circunda os grupos. Para assim chegarmos aos resultados finais a fim de visualizar com o olhar analítico, o objeto empírico. Diante disso, desenvolvemos um quadro explicativo (presente na parte introdutória do livro, na página 12) que demonstra a movimentação dos grupos por entres os meios. Esse quadro facilita, visualmente, o olhar para nosso objeto.

Utilizamos ícones característicos dos grupos como representação pelo percurso que estão traçando, estampando o objeto do estudo como um todo, mas

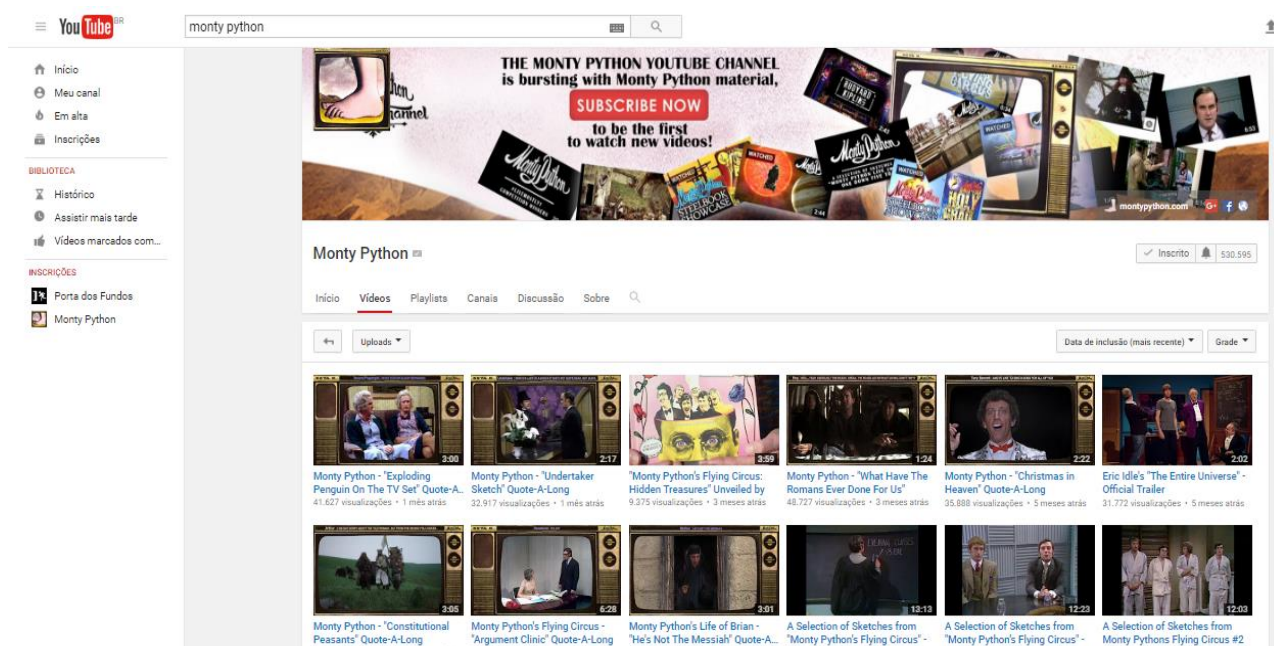
individualmente. O ícone que representa o Monty Python é o personagem do esquete *Ministry of Silly Walks* (O ministro do andar tolo); e o do grupo Porta dos Fundos, o ícone representativo da marca do grupo, que está presente em todas as chamadas finais dos esquetes.

Selecionamos o ponto de convergência, o YouTube/internet e apontamos os ícones dos bonecos em direção ao caminho que estão realizando. Por um lado o grupo Monty Python saindo da veiculação nos meios tradicionais e do outro o Porta dos Fundos fazendo o movimento inverso, saindo da internet e caminhando para os meios tradicionais. Porém, ambos continuam a pairar pelos meios.

A escolha da plataforma YouTube partiu da disponibilização ativa das produções originais do Porta dos Fundos, e de antigas produções televisivas e cinematográficas do Monty Python. Essa observação nos possibilitou ver que o formato e o estilo utilizado por ambos era idêntico, na maioria dos conteúdos.

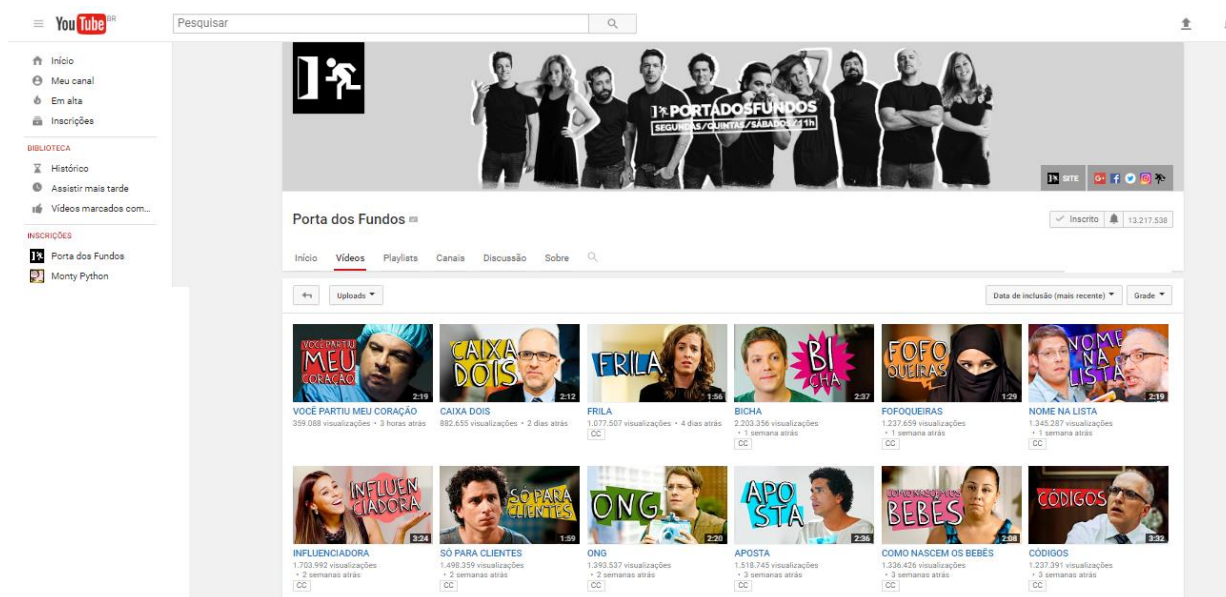
Por esta razão, trazemos a imagem do campo visual dos grupos no YouTube. São duas figuras captadas (em *printscreens*) dos canais oficiais. Através delas percebemos, o modo de organização de cada um na internet, como pode ser visto nas páginas seguintes.

Figura 6: *Printscreen* do canal oficial do Monty Python na plataforma do YouTube.



Fonte: YouTube.

Figura 7: *Printscreen* do canal oficial do Porta dos Fundos na plataforma do YouTube.



Fonte: YouTube.

Primeiramente, buscamos nos esquetes com formatos parecidos, por exemplo, com a temática musical, paródia, sobre eventos/datas comemorativas, futebol, entre outros. Logo, encontramos os que possuíam relações temáticas que apresentavam momentos cômicos nos hospitais, em entrevistas, mercado e etc. Dessa forma, montamos uma tabela com dez encontros de similaridade que podem ser vistos no APÊNDICE B.

Entretanto, dentre os dez esquetes, notadamente reconhecemos um destaque superior em três produções específicas. Com isso, escolhemos esses três esquetes para o estudo a realização da análise, sendo: *Spam* (1970) e *Rola* (2013); *Job Interview* (1970) e *Entrevista de Emprego* (2013); e, *Birth* (1983) e *Oh, Meu Deus!* (2013). Os primeiros títulos são referentes às produções do Monty Python, enquanto os outros títulos são produções do Porta dos Fundos. Os esquetes foram escolhidos por dialogarem no que diz respeito ao tema, formato, estilo, personagens, cenário e narrativa.

Em seguida, dispomos lado a lado as cartelas dos esquetes. Essas imagens são, em resumo, convites para a visualização no YouTube. À vista disso, notamos um processo cultural em torno da apresentação midiática, pois são modos congêneres de configuração.

Figura 8: Cartelas iniciais dos esquetes no YouTube.



Fonte: YouTube.

Investigando essas características, observamos pela ótica dos resíduos existentes nessas produções humorísticas. Pois, mesmo produzidos em épocas distintas, ao visualizarmos no contexto contemporâneo, observamos a permanência de um fenômeno de interligação dos processos de convergência midiática.

Desse modo, compreendemos como estudo de caso a observação para os grupos Monty Python e Porta dos Fundos. Com isso, juntamente ao conceito do residual, proporcionariam o afunilamento na pesquisa. Por isso, optamos por observar os esquetes nos canais oficiais de cada grupo no YouTube, suas temáticas, formas, estéticas e linguagens.

Tendo em vista que o humor atravessa anos de estudos e análises, contando com um acervo de autores e seus resultados particulares sobre o universo do gênero, caminhamos pelos principais pensadores que realizaram teorias acerca do tema. Teorias essas que, pela perspectiva do objeto do estudo e do cenário midiático, possibilitaria interpretações do uso do humor nas produções dos grupos.

Prosseguimos para a investigação das abordagens com as produções dos grupos. Por meio de uma perspectiva comparativa, buscaremos as maiores similaridades, através

de um olhar inicial, entre os esquetes que serão analisados. Assim como Antonio Gil (1999) afirma sobre como podemos observar os fenômenos de modo comparativo, ressaltando similaridades entre eles e reconhecendo padrões. Verificamos a possibilidade em compará-los para intencionalmente encontrarmos os resíduos do Monty Python no Porta dos Fundos.

A abordagem comparada nos caminhou para a decupagem analítica dos esquetes escolhidos. O procedimento de decupagem permitirá examinar os recortes, plano a plano, da produção, para minuciosamente explorar as partes técnicas, como estilo e estética. Por esse motivo, procuramos os autores que trabalham com questões de gênero e formato, rastreando as definições e as peculiaridades que acompanham os conceitos. Pesquisadores como Jost (2007), Duarte (2007), Furquim (1999) e novamente Neale (2008), contribuíram para o entendimento sobre a significação dos pontos envoltos ao formato esquete.

Entretanto, percebemos que apenas o uso do método de decupagem para analisar os esquetes seria insuficiente. Precisávamos então, de um artifício para comparar os esquetes decupados. Desse modo, em nossas pesquisas sobre o audiovisual, atentamos aos padrões estilísticos em diferentes produções televisivas, cinematográficas e da internet. Com isso, optamos por desenvolver categorias para a análise, tendo por base o conceito do residual proposto por Williams (1979) e repensado por Jenkins, Ford e Green (2014).

O desenvolvimento das categorias serviu para uma compreensão mais adequada, ao objetivo em estabelecer relações de estilo entre os grupos e identificar os resíduos audiovisuais existentes entre os esquetes. Tais escolhas, para Santaella (2001) são realizadas adequadamente ao método do estudo do caso e a natureza fenomenológica do estudo.

A categorização possui fundação na linguagem audiovisual⁴³ que através da narrativa utilizada e da união entre a imagem e o som, transmitem informações, mensagens e/ou códigos. Dessa maneira, dividimos em três pontos que buscam encontrar os resíduos audiovisuais presentes nos esquetes analisados: linguagem-audiovisual (o sonoro, visual, cenários, personagens e figurinos), linguagem-verbal (roteiro, narrativa, diálogos e entonações), e linguagem-encenação (interpretação e atuação dos personagens).

⁴³ Linguagem que é composta por outras linguagens que envolvem o verbal, o sonoro e o visual, e que juntas transmitem informações, mensagens e/ou códigos específicos para cada área.

A proposta com a categorização se origina na estratégia em investigar as características presentes na linguagem dos esquetes que são despercebidas e/ou imperceptíveis pelo público. Pensamos que as categorias demonstrarão com clareza os pontos similares e os resíduos estilísticos nos esquetes – consideramos a possibilidade em não encontrarmos nos esquetes cada categoria proposta. Em resumo, o que verificaremos em cada análise são as características de similaridade dos grupos, bem como as de distinções, para apresentar a forma utilizada nas produções humorísticas que estão separadas por 40 anos de atuação.

Por isso, no próximo tópico traremos uma breve análise dos formatos das produções audiovisuais dos grupos para apresentarmos, de forma geral, como se organizam e produzem em sua época. Após essa compreensão, iniciaremos as análises dos esquetes, visando constatar os resíduos do formato e estilo com a proposta metodológica do estudo.

3.2. ANALISANDO OS FORMATOS

Cada grupo se destaca por possuir particularidades humorísticas que remodelaram o gênero e os formatos nos meios televisivos, cinematográficos e na internet. O registro sobre cada é que são trupes revolucionárias para o campo do humor e do riso. Ademais, eles contribuem como referência para o crescimento do humor no contexto contemporâneo – Porta dos Fundos fortalece as produções para a internet, e o Monty Python como influência humorística atualmente.

Para entendermos como ambos se organizam, examinamos um formato trabalhado individualmente pelo grupo, em cada meio de comunicação. Assim, indicaremos como cada um se apresenta nas mídias e para a sociedade.

3.2.1. Monty Python na televisão, cinema, teatro e YouTube

Ao buscar informações sobre o Monty Python, observamos que para os anos 70, o feito do grupo modificou o cenário do humor e dos esquetes. Quando sua primeira produção audiovisual foi ao ar – o episódio *Whither Canada?*, da série televisiva *Monty Python's Flying Circus* (1969) –, causou o impacto, pois não era comum conteúdos do gênero que fizessem uso do humor sem sentido para abordar questões que pairavam a sociedade..

Esse impacto trouxe uma permanência nos meios tradicionais e principalmente, em produções de outros artistas e/ou produtoras que envolvem o humor. As ideias do grupo, expressadas nas produções, garantiram a visibilidade que proporcionaram o reconhecimento de suas obras.

No ponto 1.2.1, trouxemos o histórico do Monty Python, dos humoristas e os títulos das produções audiovisuais que realizaram – inclusive, com os novos movimentos dentro do YouTube. Aqui, faremos uma descrição da forma dessas produções a fim de conhecermos o formato audiovisual realizado por eles até hoje.

Começamos pela série *Monty Python's Flying Circus* (1969-1974), produzida em formato seriado com a junção de vários esquetes e animações que dialogam entre si, formando um episódio com duração de cerca de 30 minutos. Os esquetes são apresentados, em sua maioria, sucessivamente. Há momentos nos quais são intercalados com as animações, que servem de *punchlines*⁴⁴ para os que sucedem o episódio.

Outro aspecto corrente no formato é a aparição de personagens de episódios/esquetes anteriores nos episódios/esquetes mais atuais. Percebemos que quando isso ocorre, existe um arco maior em torno da narrativa além do esquete. Ou seja, por mais que um esquete tenha seu início e fim determinado em duração fixa, há a possibilidade de o personagem percorrer outros esquetes a fim de atribuir outro sentido para quem acompanha e conhece a série televisiva⁴⁵.

No que diz respeito ao modo de circulação, a primeira temporada foi veiculada na BBC aos domingos, normalmente às 23h. A partir da segunda temporada, foram transmitidas nas terças-feiras, no mesmo horário. Nos Estados Unidos, a série foi ao ar aos sábados, às 10h da manhã, tendo sua estreia no dia 3 de maio de 1975. No Brasil, veiculação da série ocorreu 27 anos após sua estreia na BBC, no Multishow (TV fechada), em 4 de novembro de 1996⁴⁶.

⁴⁴ Uma forma utilizada no humor para finalizar piadas ou realizar ligações com outras piadas com sarcasmo e ironia.

⁴⁵ Segundo Marcel Vieira Barreto Silva (2014), a quarta temporada de *Arrested Development* na Netflix, possui três elementos “novos”: o arco episódico focado em um único personagem, a falta de limites no seu tamanho e por último, um arco seriado multiperspectivista. Mas nos atentamos para o arco episódio focado em um único personagem e o arco seriado multiperspectivista. Ambos geram um novo ritmo para a série, pois o arco episódico se inicia e desenvolve até o final do episódio com a visão única de um personagem e o arco seriado com eventos apresentados nos episódios com diferentes pontos de vista. Entretanto, o diálogo com nosso estudo parte apenas da caracterização de novos elementos permitirem novos significados para as produções.

⁴⁶ Informações cedidas por Thiago Meister Carneiro, jornalista, fã e criador do site brasileiro andartolo.com.

Na atualidade, encontrarmos a série completa em DVD ainda sendo vendida em sites, como a Amazon.com⁴⁷. A série também pode ser acessada por assinantes de TV fechada que possuam cadastro na plataforma do VIVA Play⁴⁸. Nela, encontramos a série completa com legendas em português - além de outras produções do grupo. Outra alternativa para o acesso é assistir aos esquetes recortados dos episódios no canal oficial no YouTube (sem legendas) - também replicados em outros canais (com legendas em diferentes línguas).

Em relação aos filmes, apresentaremos o modelo dos dois mais aclamados pelo público: *Life of Brian* (1979) e *The Meaning of Life* (1983). Os filmes são distintos enquanto seu formato, A Vida de Brian é a forma convencional do cinema, com narrativa contínua. A obra se desmembra durante seu início, meio e fim, enquanto o filme em *The Meaning of Life* há o resgate do formato esquete da série que apresentou os *Python* ao mundo.

O filme *Life of Brian* com direção de Terry Jones e duração de 89 minutos, teve seu lançamento no Brasil no ano seguinte, em 1980. O filme apresenta, com um humor peculiar, a história de Brian (papel interpretado por Graham Chapman), um judeu que nascera no mesmo dia que Jesus Cristo, numa manjedoura ao lado. Criticado por parodiar o fanatismo político e a religião, A Vida de Brian apresentou um novo aspecto do grupo, capaz de utilizar o humor como meio para criticar inteligentemente os modos comportamentais da sociedade. Houve a acusação de blasfêmia e proibiram, em alguns países, a transmissão do filme por tocar em assuntos sociais e religiosos - sendo este um dos fatores que o tornou um dos filmes mais populares.

A cena final filme *Life of Brian* é outro ponto considerado como um dos marcos na história do cinema, Brian e mais personagens crucificados em um monte. O filme está disponível na íntegra na plataforma VIVA Play e recortes das cenas do filme em formato esquete no canal do YouTube.

Por outro lado, *The Meaning of Life* foi estruturado como a união de esquetes unitários, que no contexto maior, dão sentido completo ao filme. Possui cerca de 140 minutos e tem direção do Terry Jones. Esse formato se assemelha ao realizado na série televisiva *Monty Python's Flying Circus*. Contudo, no filme os esquetes buscam

⁴⁷ No site Amazon.com, encontramos o *box* do DVD com a série completa (*Monty Python's Flying Circus*), com o valores entre \$179 até \$349 dólares. Já no site de vendas Mercado Livre, encontramos em torno de R\$200 reais.

⁴⁸ O VIVA Play faz parte do conjunto de sites desenvolvidos pela GLOBOSAT, empresa pertencente ao Grupo Globo, responsável por diversos canais fechados e que passa a disponibilizar conteúdos *on demand* com conteúdos transmitidos na televisão.

dialogar entre si para mostrar a narrativa e assim, passar a mensagem desejada ao final. O filme está dividido em partes desse modo, sempre é exibida uma cartela indicando o início de uma nova parte. Ao todo, são sete partes: milagre do nascimento, crescimento e aprendizagem, encontrando um ao outro, a idade média, transplante de órgãos de pacientes vivos, os anos de outono e morte – algumas dessas estão disponibilizadas no canal do YouTube.

The Meaning of Life está disponível atualmente na íntegra no catálogo de filmes da Netflix. Outro aspecto que modifica o formato deste filme é a presença de um curta-metragem que antecede o filme intitulado *The Crimson Permanent Assurance* e possui cerca de 16min de duração. No que tange às produções voltadas para a sétima arte, ele foi uma das últimas realizações cinematográficas do grupo.

No teatro, por conseguinte, destacamos o último espetáculo que fizeram o *Monty Python live (mostly): One down, five to go* (2014). Como apresentado no capítulo 1, inicialmente com o objetivo econômico, o grupo trouxe de volta os esquetes mais famosos da série televisiva aos palcos. O espetáculo foi gravado e alguns esquetes foram disponibilizados no canal do YouTube (aos poucos o canal é atualizado com mais esquetes, mas sem uma programação de quais dias estarão disponíveis novos conteúdos).

Por último, trazemos o canal oficial do YouTube com os conteúdos disponibilizados. Há uma mistura das produções apresentadas anteriormente adicionalmente as demais produções do grupo. Assim sendo, no canal os vídeos possuem o formato esquete de curta duração, inclusive os filmes disponíveis são recortados do todo para o canal.

Podemos encontrar uma grande parcela da produção do grupo, partes dos filmes *The Meaning of Life*, *Life of Brian* e *Monty Python and Holy Grail*; os espetáculos teatrais *Spamalot* e *Monty Python live (mostly): One down, five to go* (contando também com vídeos de *making of* dos bastidores da preparação do espetáculo); e *lyric video*⁴⁹ com músicas da série, dos filmes e dos espetáculos. O primeiro conteúdo disponibilizado foi um recorte do filme *Monty Python and The Holy Grail*, com duração de 4min24s⁵⁰. Logo depois, recortes de *Life of Brian*, *The Meaning of Life* e *Monty Python's Flying Circus*.

⁴⁹ São vídeos produzidos para os fãs e/ou pessoas que desejam aprender a letra da música ou simplesmente cantar junto com a música observando (geralmente) a letra junto a uma animação.

⁵⁰ Ver em: <https://youtu.be/dhRUe-gz690>.

Além dessas produções, transpostas dos meios tradicionais para o Youtube, há vídeos mais atuais e que - aparentemente - foram produzidos para o canal. O *lyric video* é um dos exemplos, assim como um vídeo com a participação de um dos *Pythons* respondendo/comentando comentários feitos no YouTube; uma propaganda de um brinquedo de uma edição limitada do 40º aniversário de *Holy Grail*; e uma competição referente ao aniversário de um ano da peça *Monty Python live (mostly): One down, five to*, em que os fãs deveriam mandar um vídeo refazendo cenas dos esquetes para ser escolhido e disponibilizado no canal⁵¹ (buscando uma relação do grupo com os fãs).

Atualmente, o canal possui mais vídeos da série televisiva *Monty Python's Flying Circus*, são cerca de 70 esquetes dentro do canal. Visualizamos uma movimentação maior do grupo com os vídeos *online*, estão se organizando dentro desta nova perspectiva midiática, que nos permite acessar os conteúdos em qualquer hora e lugar. A descrição do canal do YouTube grupo⁵², nos apresenta a manobra que eles buscaram para eventualmente diminuíssem (ou parassem) as disponibilizações das produções sem nenhuma qualidade. O canal permite a relação usuário/consumidor/fã com as produções do Monty Python e vice-versa.

3.2.2. Porta dos Fundos no YouTube, televisão e cinema

Com a criação do canal oficial no YouTube e as primeiras produções sendo disponibilizadas para o público, Porta dos Fundos foi aprimorando seu conteúdo, o seu humor e adquirindo notoriedade. Atualmente, no canal oficial estão cerca de 700 vídeos produzidos e disponíveis, contando com o formato esquete, de websérie, série televisiva e propagandas.

Identificamos que desde a ação inicial dentro da plataforma, o grupo apresentava profissionalismo. São conteúdos de qualidade, realizados para garantir visibilidade dentro do YouTube. A confirmação do perfil aprimorado aconteceu quando os primeiros episódios da série “Porta dos Fundos”, foram compostos com os primeiros vídeos disponibilizados no canal. Posteriormente, aprofundaremos essa temática.

Assim, o primeiro formato utilizado pelo grupo no canal do YouTube, foi uma espécie de programa com vários esquetes unitários. Ao todo, possui duração de 15min23s, intercalado por um mediador que comenta entre os esquetes. Possui abertura

⁵¹ Ver em: <https://youtu.be/l32bjw2aKdl>.

⁵² Tradução da descrição presente em 1.2.1, página 30.

com os nomes dos atores e chamadas de “estamos apresentando” e “voltamos a apresentar”, como se estivesse, de fato, dentro de uma programação de emissora televisiva. Há também a criação de comerciais colocados no intervalo do “programa”.

São mais outras três produções do grupo neste formato no YouTube, mas não foram disponibilizadas em seguida⁵³. Os “programas” se misturam aos primeiros esquetes de curta duração. Logo após o quarto e último, visualizamos apenas esquetes de diversos temas. Observamos outra curiosidade no formato do “programa”. O segundo vídeo do canal é um recorte de um dos esquetes do programa – e isso ocorre com o terceiro e quarto esquete disponibilizado⁵⁴.

Entretanto, após determinado período isso mudou. Inicialmente, passaram a realizar publicidades dentro dos esquetes. Depois produziram a primeira websérie⁵⁵ do grupo, Viral (quatro websódios). No seguinte, produziram Refém com cinco websódios. Ao que tudo indica, o grupo compreendeu os usuários/consumidores/fãs e aprimoraram o canal com novos formatos a fim de obter maiores acessos e facilitar na busca de vídeos específicos⁵⁶.

Além dos esquetes mais famosos (e menos vistos), encontramos a disponibilização de uma segunda série televisiva produzida, O Grande Gonzalez que foi ao ar na FOX. Todos os episódios veiculados na televisão foram transpostos para o canal oficial (movimento idêntico ao Monty Python, mas distinto, pois possui uma narrativa contínua entre os episódios). Ao todo, são dez episódios com duração de cerca de 30min, por isso, as visualizações são menores em relação a todos os outros vídeos do canal.

Com isto, verificamos nos formatos utilizados no canal, ligações com outras produções nas quais os humoristas do grupo são integrantes, por exemplo, temos o Porta Afora e o Totorial. O Porta Fora é um programa sobre viagens que recebem convidados, veiculado na TV fechada e disponibilizado no canal no YouTube. É apresentado por Fábio Porchat (Porta dos Fundos) e Rosana Hermann. O canal Totorial, é um espaço

⁵³ Para ver os “programas” (os links estão dispostos de acordo com o número do episódio): (1) <https://youtu.be/eQmDdD5f-Ic>; (2) https://youtu.be/_YNbmchh5Xk; (3) <https://youtu.be/78SYW5JJU24>; (4) <https://youtu.be/hBMaBBBFxlU>.

⁵⁴ Assim como o grupo Monty Python realiza com a série televisiva e/ou filme recortando os esquetes e disponibilizando no Youtube.

⁵⁵ É uma série de estruturada seriada produzida e pensada para a internet. O nome é a palavra *web* adicionado ao nome *serie*, diferenciando as produções que são realizadas para esse novo espaço.

⁵⁶ No canal, os formatos se organizam por categorias que separam as produções enviadas, o *making of*, a série e websérie, o filme e os trabalhos publicitários.

dedicado a *games* apresentado por Gabriel Totoro, ator e comediante que participa das produções do Porta dos Fundos.

Esses formatos, de certa forma, não dialogam com os outros do canal, porque possui outro foco e público. Todavia, estão vinculados ao canal devido a presença de integrantes do grupo, além de ser uma produção da produtora.

Seguidamente, apresentamos uma das séries televisivas do grupo, comentada anteriormente. O primeiro movimento do grupo fora da internet foi a série televisiva intitulada Porta dos Fundos, que possui duas temporadas com 13 episódios cada. Os primeiros episódios da primeira temporada da série, são os programas iniciais produzidos para a internet. Nos demais episódios das temporadas, o grupo repetiu o formato do YouTube, trazendo um mediador para dar continuidade aos esquetes inseridos dentro do episódio.

Os esquetes são retirados do canal no YouTube e empilhados de maneira que possam ser visualizados como um episódio de série televisiva. Por isso, o mediador se torna essencial para a continuidade após as finalizações dos esquetes. Dessa forma, realiza ligações entre as produções ou simplesmente insere um tema diverso para se transformar em ponto de ligação para o esquete seguinte. De semelhante modo, também produziram a segunda temporada, mas contavam com três atores/integrantes do grupo como mediadores ao invés de um.

Por último, observamos o grupo no âmbito cinematográfico. O filme Contrato Vitalício estreou em 2016 e é uma produção do Porta dos Fundos, incluindo diretor, roteirista e elenco. Com a proposta de inovar para as telas do cinema, o grupo construiu no longa-metragem uma trama que tenta fugir do formato esquete, mas que permanece com a mesma estética conhecida dos esquetes da internet. O filme possui a duração de 100min e detém uma narrativa sem interrupções, com início, meio e fim.

Entretanto, com base nas impressões gerais, o filme não foi bem aceito pelo público cinematográfico. Segundo o site O Globo, na primeira semana em exibição nas salas do cinema, a produção teve um desempenho mediano, ficando em quarto lugar entre os filmes mais assistidos⁵⁷. Com isso, e a falta de público nas salas, o filme foi retirado na terceira semana após o lançamento.

Algumas críticas sobre o filme apontaram para a falta do cinema dentro do cinema. Em específico no site Omelete, ressaltaram o filme como uma espécie de

⁵⁷ Ver mais em: <http://blogs.oglobo.globo.com/lauro-jardim/post/estreia-do-porta-dos-fundos-no-cinema-tem-publico- apenas-mediano.html>.

esquete estendido, familiar aos trabalhos na internet⁵⁸. No YouTube, o filme está disponível para aluguel/compra para ser visto *online*, dentro da plataforma. No canal do grupo, encontramos apenas o *trailer* e vídeos dos bastidores do filme.

Em contrapartida, observamos a hipótese de o Porta dos Fundos ter sido uma das primeiras produções com planejamento e organizadas para se propagar na internet com os vídeos *online*. O grupo, desde o início, além de se apresentar com conteúdos profissionais, visualizavam as mudanças que a internet proporcionaria para o audiovisual. Em específico, principalmente aos que não possuíam liberdade em produzir o que fosse desejável, como era o caso dos humoristas. A propagação dos esquetes permite ao grupo produzir ainda mais para o YouTube e para os meios tradicionais. Dessa forma, ao visualizarmos o canal do grupo no YouTube, é perceptível o uso da internet como propagador de todas as produções que o grupo realiza e/ou faz parte.

3.3. ANALISANDO OS ESQUETES

Tendo em vista os formatos utilizados pelos grupos e a metodologia desenvolvida para a análise, nos direcionamos enfim, para a análise dos esquetes presentes nos canais oficiais do YouTube. Analisaremos cada esquete individualmente e por meio da decupagem analítica, observaremos as categorias desenvolvidas, considerando as questões técnicas de linguagem e estética. Nossa análise surgirá através de recortes (lado a lado) das cenas dos esquetes realizados durante a decupagem, apresentando o formato usado por ambos.

Como apresentado, iremos analisar os seguintes esquetes: *Spam* (1970) e *Rola* (2013); *Job Interview* (1970) e *Entrevista de Emprego* (2013); e, *Birth* (1983) e *Oh, Meu Deus!* (2013).

3.3.1. *Spam* (1970) e *Rola* (2013)

Para iniciar a análise, optamos ir de acordo com o ano de produção do esquete. Assim, temos a produção do grupo Monty Python, *Spam* produzida em 1970, durante a segunda temporada da série de televisão *Monty Python's Flying Circus*. O esquete estava em meio a outros no episódio 12, intitulado *Mortadela*. De outro lado, temos o

⁵⁸ É possível ver uma das críticas aqui: <https://omelete.uol.com.br/filmes/criticas/porta-dos-fundos-contrato-vitalicio/?key=111083>.

esquete do grupo Porta dos Fundos, *Rola*, produzido em 2013 originalmente para a internet, especificamente no canal oficial no YouTube. O vídeo possui o formato unitário, sem dialogar – em relação à narrativa - com outros esquetes disponíveis no canal. Ambos produtos percorrem espaços distintos aos de origem, *Spam* (1970) na internet e *Rola* (2013) na televisão.

O esquete *Spam* (1970) está disponível em episódio unitário com 2min13s de duração no canal oficial do YouTube⁵⁹ – além da conta oficial do grupo, podemos encontrar o mesmo vídeo replicado em outros canais. O cenário é de um café, há uma atendente atrás da bancada e grupos de *vikings* sentados à mesa. O esquete inicia com a imagem de um frango numa bancada.

Logo, visualizamos um casal içado pelo teto – são os personagens principais. Os personagens sentam-se à mesa e iniciam um diálogo com a atendente. O cliente pergunta o que tem disponível no cardápio. A atendente prontamente responde, falando o nome de vários pratos disponíveis - e (quase) tudo acompanha *spam*⁶⁰. A cliente questiona se há apenas pratos com *spam* e a atendente afirma positivamente. A atendente e os clientes entram em debate sobre a comida com *spam*. Enquanto isso, os *vikings* cantam “*Spam! Spam! Love Spam!*”. A cliente diz não gostar de *spam* e deseja algo sem *spam*. Os *vikings* reagem e continuam a cantar.

Ao final do esquete, o cliente realiza o pedido pela sua esposa e pede o prato com *spam*, mas sem *spam*. Então, surge um personagem diferente, com fardamento militar. Após a sua entrada, aparecem outros personagens o seguindo (o aparecimento acaba por “atrapalhar” o esquete e o mesmo chega ao fim). Desse modo, resgatamos as visões de Silva (2014) sobre a estrutura do arco episódico e arco seriado, a partir da perspectiva da *sitcom*⁶¹.

Os personagens que “atrapalham” são parte da narrativa do episódio 10 da série de TV *Monty Python's Flying Circus* (1969-1974) que o esquete *Spam* está presente. O esquete, por ser originalmente da televisão, possui narrativa distinta. É evidente que, a

⁵⁹ O vigésimo sexto vídeo mais visto do canal no Youtube e se encontra na categoria “Envios mais famosos”. No início do dia 28 de Julho de 2016 o vídeo constava 1.033.053 visualizações. Atualização: 9 de Junho de 2017 o vídeo contém 1.135.696 visualizações.

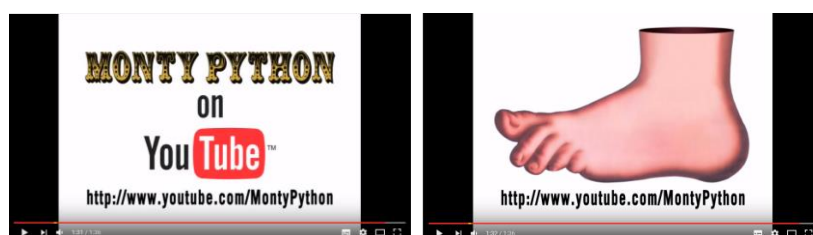
⁶⁰ Curiosidades acerca do termo *spam*: primeiramente o uso faz referência a um tipo de presunto condimentado enlatado (*SPiced hAM* ou SPAM® fabricado até os dias atuais). Mas, se você se pergunta por que o uso do termo só o humor *nonsense* (sem sentido) do grupo poderá lhe responder. Em segundo momento, o termo *spam* que conhecemos atualmente (do e-mail) surgiu justamente deste esquete do Monty Python, no qual dá significado as coisas indesejáveis.

⁶¹ Neste caso, em resumo, temos o episódio da série televisiva e o esquete no Youtube do Monty Python. O esquete com sua animação que faz parte do arco seriado, modifica a lógica estrutural do esquete ocasionando uma nova significação para quem apenas assiste no Youtube.

narrativa se completa ao assistir o episódio completo da série. No entanto, mesmo com essa aparição não deixamos de compreender o esquete.

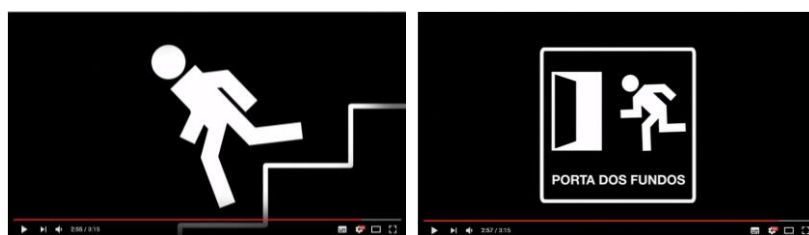
Os personagens saem de cena e o esquete se encerra com uma cartela com os seguintes dizeres: “Monty Python no YouTube”, com o link de divulgação do canal. Após, há uma animação de um pé gigante, fazendo desaparecer a “publicidade” (Figura 9) – marca registrada da abertura da série de TV *Monty Python’s Flying Circus* (1969-1974).

Figura 9: Vinheta de finalização dos esquetes do Monty Python.



Fonte: YouTube.

Figura 10: Vinheta de finalização dos esquetes do Porta dos Fundos.



Fonte: YouTube.

Por outro lado, temos o esquete *Rola* (2013) do grupo Porta dos Fundos. Diferentemente do *Spam* (1970), possui formato episódico unitário e não há relação desse esquete com outro. Com 1min17s de duração, é o vídeo mais visto do canal do grupo⁶² - não há vídeos iguais replicados em outros canais.

O esquete tem como cenário uma lanchonete em que apenas dois personagens aparecem em evidência na cena, o atendente e uma personagem que representa a cliente. Inicia com o atendente, de costas, pedindo bebidas para a cozinha da lanchonete, ao virar-se para a bancada, se depara com a cliente que rapidamente realiza o pedido. Ela

⁶² Dado coletado do canal oficial na categoria “Envios mais famosos” do grupo Porta dos Fundos. No dia 26 de Maio de 2016, constavam 20.962.037 visualizações. Atualização: 28 de Julho de 2016 constavam 21.728.019 visualizações, era então o segundo esquete mais visto. Atualização: 9 de Junho de 2017 com 25.455.083 visualizações, sendo o esquete mais visto do canal.

deseja um x-frango, salada e suco. O atendente, sem pestanejar, pergunta se ela quer rola. Sem entender, a cliente nega. O atendente prossegue com a pergunta. Enquanto a cliente diz que não, ele continua. Dessa forma, inicia uma explicação corporal do atendente, gesticulando e explicando o que é rola.

Após a insistência do atendente, a cliente aceita e pede *rola* e suco. Logo sobe a vinheta do Porta dos Fundos (Figura 10), com isso, o esquete se encerra após um dos personagens (o atendente) no mesmo cenário, finaliza o vídeo com um *punchline* junto aos créditos – é uma característica do grupo, finalizar com uma última cena que complementa o esquete.

Em uma primeira ação comparativa, observamos que no vídeo do Porta dos Fundos não aparece outros personagens, como ocorre em *Spam* (1970), apenas os dois personagens (o atendente e a cliente). Outro ponto observado são as finalizações dos esquetes. Há a distinção diante a produção midiática, enquanto um acrescenta uma imagem indicando o fim (Monty Python) outro produz uma cena adicional que complementa o esquete (Porta dos Fundos).

Buscando olhar sob a mesma ótica, os grupos usam a metáfora do alimento para apresentar uma situação incomum, em cômica. A simples tentativa de realizar o pedido que se deseja, passa a ter a perspectiva de aceitação pelo que se tem. Não se trata do mesmo assunto, mas abordam uma mesma temática, porém com perspectivas individuais (principalmente, por utilizar determinadas técnicas).

Tendo em vista o contexto cultural e os costumes da sociedade da época em que foram produzidos, compreendemos um dos fatores da diferenciação na abordagem da temática. Dessa forma, o intuito é proporcionar reflexões semelhantes à imposição a alguns produtos, mesmo que não haja desejo para com eles.

O estilo segue a lógica do formato esquete. Apresentam o típico ambiente de lanchonete/café: um cenário, poucos personagens e diálogos rápidos. São utilizados poucos planos: *Spam* (1970) apresenta seis planos e *Rola* (2013) cerca de cinco planos. Os mais usados foram os enquadramentos de primeiro plano e plano médio. No que se refere ao enquadramento, observamos o uso comum de planos similares entre os esquetes. Supomos com isso, a tentativa de replicar o estilo e denotar o mesmo significado.

Apontamos, como exemplo, o primeiro enquadramento dos esquetes (Figura 11 e 12). Os atendentes surgem em enquadramentos distintos, não visualizamos seus rostos somente uma parte do corpo que aponta o primeiro indício do cenário e de uma

identificação inicial do conteúdo do esquete. Sendo, em *Spam* (1970) as mãos da atendente mexendo no frango (Figura 11), enquanto em *Rola* (2013) aparece o atendente de costas para a câmera. A sua frente observamos frutas, sucos e demais utensílios presentes em uma lanchonete (Figura 12).

Figura 11: Captura de tela da cena inicial em *Spam* (1970).



Fonte: YouTube.

Figura 12: Captura de tela da cena inicial em *Rola* (2013).



Fonte: YouTube.

Atentamos em relação ao uso de planos comuns. Assim como em diversos momentos planos distintos. As diferenças podem ser verificadas diante a tecnologia utilizada na produção audiovisual. Na época de *Spam* (1970), não havia nas câmeras filmadoras a técnica de profundidade de campo (facilmente) como na atualidade. Nele, são utilizados planos mais abertos em relação ao *Rola* (2013), que faz uso de planos médios em ângulo próximo ao *plongée*, para apresentar o cenário e outros personagens em cena (Figura 13 e 14, na página a seguir).

Com efeito, existe uma intenção dos grupos de mostrar outros personagens sentados à mesa, sendo em *Spam* (1970) os *vikings* que participam do esquete e que nos remete ao humor *nonsense* (os personagens não significam aparentemente nada ao conteúdo do esquete, apenas a explanação em cantoria que amam *spam*).

Em *Rola* (2013), por sua vez, há a apresentação de outros personagens apenas para ambientação, sem acrescentar mais informações ao conteúdo humorístico do esquete. Assim, identificamos as primeiras características da categoria da linguagem-audiovisual do nosso estudo.

Figura 13: Captura da tela do segundo plano utilizado em *Spam* (1970).



Fonte: YouTube.

Figura 14: Captura da tela do segundo plano utilizado em *Rola* (2013).



Fonte: YouTube.

Além disso, outra parte da linguagem-audiovisual possui ligação com a linguagem-verbal. No roteiro das produções, há a descrição do local⁶³. A bancada se torna um objeto de notória atenção audiovisual no início do esquete. A descrição no roteiro e a imagem captada ambienta o cenário de antemão através do enquadramento usado para apresentar ao espectador a história que se iniciará.

No esquete *Spam* (1970) esse reconhecimento é mais evidente por parte do espectador no que se refere ao visual, pois visualizamos um frango abatido sendo limpo (Figura 11). Em *Rola* (2013), também identificamos visualmente o cenário da lanchonete por meio das frutas, mas a compreensão do cenário se torna mais evidente ao escutarmos o atendente pedindo algumas bebidas. Desse modo, aqui identificamos através do áudio.

Conforme exposto, visualizamos o ponto da categoria de linguagem-audiovisual nos figurinos e acessórios, possíveis de ser vistos nas Figuras 11 e 12. Percebemos na caracterização vestígios similares de uma cultura. Dessa forma, direcionamos nossos olhares para o figurino, especificamente para a faixa no cabelo da atendente em *Spam* (1970) e a touca na cabeça do atendente em *Rola* (2013) - acessórios que proporcionam visualmente a identificação do ambiente retratado. Por serem épocas diferentes, há a distinção dos tipos utilizados (na atualidade não são mais utilizados o tipo de touca de pano, utilizada em *Spam*), mas verificamos que reforça um estilo. Assim como a roupa que ambos os grupos fazem uso. Há um recorte na roupa similar, a utilização de cores em tons pastéis e do avental para caracterizar o personagem atendente/garçoneiro.

De maneira parecida, as duas produções surpreendem os espectadores com os produtos disponíveis no cardápio: *spam* e *rola*. A figura inevitavelmente associada à

⁶³ *Spam* (1970), disponível em: <http://www.montypython.net/scripts/spam.php>. *Rola* (2013), transcrição realizada para o presente estudo.

imaginação do espectador (pensando em cada país da produção e veiculação, as frases resultam em uma comida enlatada e industrializada ou a utilização de uma palavra de baixo calão), quebram a expectativa do que esperava ser algo natural – um pedido em uma lanchonete⁶⁴. Neste caso, associamos ao humor do absurdo e o evento de bioassociação cômica descrita por Koestler (*apud* HORTON, 1991). Inicialmente, possuímos uma expectativa e que ao cruzar com os pratos disponíveis no café/lanchonete, resulta na quebra apresentando o humor *nonsense*.

Em suma, essa quebra é compreendida com o esquete Rola (2013), pela questão linguística e a compreensão do que os personagens falam – uma vez que o esquete é produzido em português e no contexto local do Brasil. Um simples pedido realizado pela cliente de um x-frango, salada e suco, em uma lanchonete de bairro, e o atendente lhe oferece rola é no mínimo sem sentido.

Atentamos, novamente, para a linguagem-verbal dos esquetes. Apresentamos uma parte do roteiro dos os grupos em que encontramos um ponto de relação que verificamos tamanha similaridade. As repetitivas palavras ditas nas falas dos atendentes e que dão o nome aos esquetes, denotam um significado similar. Além disso, a repetição cria uma relação no diálogo dos personagens apontando outro significado no esquete: o duplo sentido da palavra. Observamos a seguir, um recorte realizado na decupagem textual dos roteiros, que apresentando a repetição de palavras e o duplo sentido⁶⁵.

Spam (1970)

WAITRESS: ...*spam spam spam egg and spam; spam spam spam spam spam spam baked beans spam spam spam...*

VIKINGS (*singing*): *Spam! Lovely spam! Lovely spam!*⁶⁶

Rola (2013)

ATENDENTE: Rola. Tu gosta de rola. Rola. Rola. Rola.

No esquete *Spam* (1970) a repetição da palavra “*spam, spam, spam, spam*” em demasia, resulta a entonação no inglês britânico da palavra *sperm*. A mesma palavra que em português fazemos a assimilação com a palavra título do esquete Rola (2013). No

⁶⁴ O acontecimento de quebra de expectativa está ligado ao que Koestler (*apud* HORTON, 1991) designa como *comic biosociation*. A primeira associação refere-se nos dois esquetes ao ambiente e o pedido do cliente, logo após estamos espantados com os produtos do cardápio. Há mudança do campo semântico de algo que possuía sua seriedade e passa a conter aspectos não comuns, nos levando ao humor absurdo.

⁶⁵ Como o roteiro guarda jogos de duplo sentido, no corpo do texto vamos preferir colocar o texto original e na nota de rodapé uma tradução livre da autora.

⁶⁶ Tradução livre da autora do roteiro *Spam* (1970): Garçonete: - ...*spam spam spam ovo e spam; spam spam spam spam spam feijão cozido com spam spam spam*. Vikings (cantando): *Spam! Amamos spam! Amamos spam!*

esquete do Porta dos Fundos, a palavra também é repetida diversas vezes pelo atendente. Aqui, observamos o duplo sentido linguístico presente na linguagem-verbal dos esquetes *Spam* (1970) e *Rola* (2013). A repetitividade cria similaridade na forma verbal, causando (ou podendo causar) no espectador repreensão ao escutar as palavras ditas pelos atendentes, sendo mais explícito, para nós, no esquete *Rola* (2013).

Figura 15: Captura de tela em *Spam* (1970).



Fonte: YouTube.

Figura 16: Captura de tela em *Rola* (2013).



Fonte: YouTube.

Com as imagens acima (Figura 15 e 16), verificamos duas ações de encenação física representadas pelos atendentes. Em *Spam* (1970) observamos a atendente reagindo fisicamente, através das expressões faciais, ao comentário da cliente – que não gosta de *spam*. Por meio desta ação, que não concorda com a cliente⁶⁷. Em *Rola* (2013), o atendente também reage ao cliente, mas através de gestos. O atendente inicia uma encenação física (uma das cenas ele bate no rosto com a embalagem de *ketchup*), para exemplificar para a cliente.

Essas encenações nos apresentam aproximações na relação personagem-encenação, que nos leva ao encontro da terceira categoria desenvolvida, denominada linguagem-encenação. Com isso, entendemos que o estilo das produções são parecidos para além da imagem. Com clareza, percebemos a referência do humor do Monty Python no Porta dos Fundos.

Chegando ao fim dos esquetes, visualizamos duas formas distintas de finalização da produção audiovisual. O esquete *Rola* (2013) por estar dentro da internet e ter sido produzido para este espaço, apresenta uma continuação de encenação após a vinheta de encerramento. Os esquetes do Porta dos Fundos são finalizados, o que consideramos como uma complementação e/ou continuação. Em específico da análise, o personagem

⁶⁷ A encenação física está comumente presente em todos os conteúdos do Monty Python e se torna uma característica de identidade da atuação humorística desde a primeira aparição do grupo.

do atendente reaparece após a vinheta, gritando diversos pedidos de pratos pouco comuns. A Figura X apresenta esse momento.

Figura 17: Cena após a vinheta de finalização em Rola (2013).



Fonte: YouTube.

Entretanto, quando falamos do esquete *Spam* (1970), do Monty Python, não encontramos o mesmo uso do outro grupo. Isso acontece, diante ao processo de transposição da produção televisiva para a internet. Em outras palavras, é referente aos processos de intermedialidade, em específico, a transposição midiática caracterizada por Rajewsky (2005). O grupo utiliza uma vinheta, apresentada na Figura 9, para finalizar.

Contudo, compreendemos que este uso simboliza uma resignificação do produto do meio tradicional para as mídias digitais. Notamos, com isso, a provável remediação do esquete, não apenas a partir da série televisiva para o YouTube, mas modificado com a adição da vinheta de finalização. Dessa forma, permite a realização de ligações com outros esquetes do grupo na plataforma.

Em conclusão, com a primeira análise percebemos os principais pontos similares nas produções dos grupos, como enquadramentos e narrativa. Verificamos a impossibilidade em comparar diretamente o humor utilizado por ambos, pois em determinadas situações pairamos no que Williams (1979) e Bergson (1980) refletiram sobre as compreensões e incompreensões (dos fenômenos culturais e do riso) que podem ocorrer nas diferentes estruturas sociais e culturas. Ou seja, há a possibilidade da incompreensão em relação ao esquete do Monty Python em relação ao Porta dos Fundos que é oriundo da nossa cultura brasileira.

Todavia, percebemos a distinção na tecnologia usada para a produção dos esquetes. Mas, conseqüentemente notamos que os grupos são parte de processos culturais que de maneira contínua se transformam. Com isso, são evidentes os indícios

indicativos da presença de resíduos de um grupo em outro. Assim, ao decorrer das análises eles serão transparentes.

3.3.2. *Job Interview* (1970) e Entrevista de Emprego (2013)

Iniciamos a segunda análise com dois esquetes que carregam o mesmo título em idiomas diferentes. Os esquetes *Job Interview* (1970) e Entrevista de Emprego (2013) possuem a mesma temática, assim como o título: uma entrevista de emprego. Possuem grande visibilidade para ambos os canais oficiais, *Job Interview* com mais de um milhão e trezentos mil visualizações⁶⁸; Entrevista de Emprego, por sua vez, com mais de nove milhões de visualizações, apresentando uma extensa diferença no consumo dos dois.

Consideramos a produção e o momento atual de compartilhamento de vídeos *online* envolvidos. O Porta dos Fundos é uma produção original para o YouTube e se propaga facilmente pela rede, enquanto o Monty Python saiu da televisão dos anos 70 para o YouTube. Por mais que utilizem o mesmo formato, as características técnicas são levadas em conta ao compararmos. Porém, a visualização do esquete do Monty Python representa indícios do desejo residual (WILLIAMS, 1970; JENKINS, FORD, GREEN, 2014) consumo em quantidades consideráveis de um produto antigo (pensando que um milhão de visualizações de um conteúdo de 40 anos atrás). Esse é um número considerável, estabelecendo o que apontamos em capítulos anteriores sobre a presença de um estilo que permanece na cibercultura.

Além disso, refletimos sobre o tema abordado nas produções. O nervosismo e a ansiedade, antecedentes aos primeiros momentos de uma entrevista de emprego, são parte da realidade comum que integra o dia a dia de uma sociedade, ou seja, é um assunto de comoção social. Conforme exposto com a afirmação de Bergson (1980), no capítulo inicial, sobre o riso corresponder a exigências da vida em sociedade e assim possuir significação social⁶⁹.

A temática da entrevista de emprego, ao ser trabalhado no campo do humor, representa momentos pelos quais os espectadores provavelmente vivenciaram. Com isso, são duas produções que abordam com um tema atemporal e que envolve a sociedade – mesmo sendo produções com anos de diferença entre si.

⁶⁸ Contagem atualizada e retirada dos canais oficiais no Youtube na data de 14 de Junho de 2017.

⁶⁹ Ver o ponto 1.1, pág. 16.

A primeira produção na qual analisaremos é a do grupo Monty Python. O esquete *Job Interview* (1970) originalmente é parte do episódio 24 (*How Not to Been See*) da segunda temporada da série de TV *Monty Python's Flying Circus* (1969). Ele foi transmitido na televisão britânica pelo canal BBC no mesmo ano de produção. Curiosamente, dentro do episódio na série o esquete possui o título *Job Hunter*. Chegamos à conclusão que isso ocorre por ter sido extraído da narrativa seriada do episódio em formato esquete e disponibilizado no YouTube, passando a ter duração de 1min36s e outro título.

Essa ação demonstra o que apresentamos no capítulo sobre a remediação utilizando os conceitos de Bolter e Grusin (2000) e os ressignificados que os produtos renovados carregam. Essa renovação midiática denota a prática de reutilizar produtos de uma mídia em outra para apresentar e/ou apresentando novos sentidos.

Dito isto, retornamos a discussão do esquete. No que tange aos personagens são dois que interagem entre si numa espécie de escritório e/ou depósito de objetos. A narrativa utiliza como referência a entrevista de emprego instituindo trocas comerciais para adquirir o que deseja: o emprego. Em resumo, traremos a situação do esquete no próximo parágrafo.

O primeiro personagem que surge em cena é editor de trocas e comércio (“o chefe”). Em sua mesa, visualizamos a placa de editor/chefe e um projetor de filme. Batem à porta e o editor guarda o projetor e em voz alta ele pede para entrar. Ao abrir a porta, conhecemos o personagem do candidato. O editor, de repente, pede ao candidato para trocar sua mala e o guarda-chuva por cinco libras. O candidato se assusta e se explica, afirmando que estava pela vaga de emprego e se senta.

No decorrer do esquete, o editor tenta trocas comerciais com o candidato. Assim, ele consegue retirar suas roupas em troca da vaga de emprego. Enquanto o candidato retira suas roupas, o editor se comunica com “uma pessoa” pelo rádio. A “pessoa” na realidade, é uma animação (parte do episódio) que realiza trocas comerciais com o editor. Dessa forma, com a interseção da animação chegamos ao fim do esquete. A imagem (vinheta) com o nome do grupo e a animação do pé (famoso da abertura da série televisiva) surge, finalizando o esquete.

Por outro lado, no vídeo *Entrevista de Emprego* (2013) do Porta dos Fundos, nos deparamos com um cenário e situação similares. Assim, visualizamos dois personagens que interagem no ambiente de escritório, sendo um com a imagem do chefe e o outro do

candidato à vaga de emprego. O esquete possui duração de 3min16s e assim *como Job Interview* (1970), o tema central é a entrevista de emprego.

O esquete inicia com uma aparente entrevista de emprego, o chefe confirma o nome do candidato, a experiência e etc. No entanto, o chefe joga uma caneta no candidato e pede para ele “pensar rápido”. Após, o questiona sobre qual animal o candidato seria. Após, começam encenações físicas para representar os objetos, animais e personagens que falam. A narrativa se desenrola ao passo que um encontra meios para driblar o outro, criando distintas situações – que comumente não aconteceriam numa entrevista de emprego. O candidato extermina o chefe com um “*hadouken*”⁷⁰. Surge a vinheta animada do grupo. Por fim, visualizamos o chefe incluso em um grafismo de *game* indicando o fim da luta, é a imagem final do esquete.

Verificamos que a entrevista ao ser iniciada, desdobra-se em situações que quebram a seriedade. Assim, há uma mudança para encenação cômica de imitação de animais e personagens ficcionais. Com isso, interpretamos essas situações a partir da teoria da incongruência de Mills (2008), o humor com choque de discursos incompatíveis.

Ao assistirmos Entrevista de Emprego (2013) por completo, somos apresentados ao arco episódico que se inicia, se desenvolve e conclui no único vídeo. Esse elemento característico de obras humorísticas como a *sitcom*, define os esquetes do Porta dos Fundos. São poucos esquetes que possuem narrativas contínuas ou repetição de personagens, evidentemente o grupo presa por esse estilo de iniciar e concluir a história em um vídeo de curta duração.

Dessa forma, observamos uma diferença nos esquetes do Monty Python, principalmente o esquete em análise. Na verdade, ocorre em *Job Interview* (1970), uma relação entre o esquete e a animação ao final do vídeo. Para quem assiste apenas o esquete no YouTube, é possível que não compreenda a relação, pois a animação faz parte de um episódio da série televisiva. No caso, o esquete está dentro do arco seriado da série. Observamos essa característica na maioria dos conteúdos disponíveis no canal do Monty Python, uma vez que são vídeos transpostos de uma mídia específica para o YouTube.

Com base nas descrições acima, adentraremos para a ação comparativa e os pontos de encontros entre os esquetes dos grupos. Observamos, de início, que a temática

⁷⁰ Golpe especial conhecido na série de jogos de luta *Street Fighter* e utilizado por alguns personagens do *game*.

do escritório e emprego ambienta, aproxima, e fornece um sentido igual aos esquetes. No que diz respeito ao modelo, os dois esquetes paralelamente fruem com a sátira à temática do universo empregatício. Sendo um com base em trocas para obter o que deseja; enquanto o outro na representação que estamos fadados a realizar para conseguir um emprego – que refletem em fatos cotidianos. Com a diferença diante do esquete do *Job Interview* (1970) que utiliza um ambiente que nos recorda um escritório, mas possui características de depósito onde são guardados objetos que indicam o acontecimento de antigas trocas no mesmo local.

Figura 18: Captura de tela em *Job Interview* (1970).



Fonte: YouTube.

Figura 19: Captura de tela em Entrevista de Emprego (2013).



Fonte: YouTube.

Entrevista de Emprego (2013), por sua vez, nos apresenta apenas uma pequena parcela do ambiente. No esquete, visualizamos a mesa, a cadeira e cortina, que nos remete a um local de trabalho (Figura 18 e 19). Tais aspectos envolvem questões temporais de produção: um dos anos 70, com poucos recursos tecnológicos, como filmadoras, impossibilidade de trocas de planos, *zoom*, profundidade de campo. Em contrapartida, com outro do digital, com inúmeros meios tecnológicos para produção, câmeras de mão profissionais que permitem a locomoção, possibilidade de troca de planos, *zoom in* e *out* durante as cenas, etc.

Em *Job Interview* (1970), são utilizados cinco planos, sendo mais em uso o plano médio e aberto. Em Entrevista de Emprego (2013), por conseguinte, são usados cerca de oito planos, sendo planos fechados, próximo ao plano médio do esquete *Job Interview*. Percebemos que o enquadramento utilizado para apresentar a imagem dos chefes possui similaridades nas duas produções (Figura 18 e 19) - observando a disposição de objetos e personagens como, por exemplo, a mesa e a imagem sendo capturada em perspectiva lateral. A distinção surge com o aparecimento de partes do corpo do outro personagem em Entrevista de Emprego (2013), assim como o

enquadramento utilizado nos personagens, candidatos à vaga de emprego (Figuras abaixo, 20 e 21).

Figura 20: Captura de tela em *Job Interview* (1970).



Fonte: YouTube.

Figura 21: Captura de tela em *Entrevista de Emprego* (2013).



Fonte: YouTube

Através da análise descritiva dos esquetes, percebemos como a linguagem-audiovisual apresenta pontos centrais que diferenciam as produções a partir da sua época de produção. Resgatamos a produção televisiva do esquete do Monty Python com características estilísticas do audiovisual da mídia, a utilização de planos abertos (uso do plano médio, poucas vezes o primeiro plano). O que difere do utilizado na produção para internet do Porta dos Fundos, com diversos planos e enquadramentos que são facilmente produzidos pelas câmeras de mão, com qualidade igual as câmeras filmadoras de grande porte⁷¹.

Verificamos agora, outro aspecto que surge na linguagem-audiovisual, o uso de figurinos e acessórios. A direção artística possui proximidade em relação ao figurino. Em *Job Interview* (1970), ambos estão com paletós e gravata, enquanto em *Entrevista de Emprego* (2013) um personagem está com paletó e o chefe está com camisa formal e gravata. Observamos também, que os esquetes possuem uma tabela de cores opostas (cinza e bege). Todo o cenário do esquete do Monty Python está composto em predominância de tons mais escuros: marrom, cinza e preto. A produção do Porta dos Fundos se distancia, trabalha com tons quentes e cores claras: bege, amarelo e branco (Figura 20 e 21).

⁷¹ Pensando na televisão – a caixa preta que fica na sala de estar – é comumente o uso de planos maiores visando à apresentação do espaço; já ao pensar no computador, *smartphone* e *tablet* com a possibilidade móvel de assistir o esquete em qualquer lugar, são necessários planos menores que apontem apenas o que interessa no contexto do esquete – envolve também questões tecnológicas relativas ao *pixel* e taxas de *downloads*.

Inicialmente no esquete *Job Interview* (1970), somos apresentados a *gags* visuais que figuram surpresas para os espectadores. Por isso, nesse momento, dissertaremos a respeito da linguagem-encenação presente nas produções. Em um primeiro momento, o personagem realiza uma ação física apontando para a placa que está em cima de sua mesa que indica o seu cargo. Na placa está escrito: editor de trocas e comércio. Logo após a entrada do candidato, os personagens iniciam as trocas. O editor aponta para os acessórios que deseja, enquanto o candidato se explica. Isso se desenvolve até o final do esquete. Com isso, somos novamente apresentados à teoria da incongruência definida por Mills (2008).

No que diz respeito o esquete do Porta dos Fundos, verificamos a intercalação das situações cômicas relacionadas aos desenhos em quadrinhos e animados, ser reconhecíveis na narrativa e na encenação (Figura 21). Nesse esquete, são citados nomes de personagens de desenhos animados e/ou em quadrinhos (como *Thundercats*, *Wolverine*, Lanterna verde, etc).

Assim, os personagens criam mundos fictícios com o auxílio de encenações físicas que complementam suas performances. Verificamos esse aspecto quando o chefe e candidato passam a dialogar através não só da fala (linguagem-verbal), mas da atuação física criando a necessidade ao espectador – que não reconhecem os personagens ditos no esquete – a observação visual⁷².

Considerando essas situações cômicas como momentos que suscitam o riso nos esquetes em questão, observamos que em Entrevista de Emprego (2013) as encenações físicas (mesmo para aquelas pessoas que não reconhecem os personagens citados), gera o riso já que o entrevistado e chefe perdem a racionalidade e passam a interpretar papéis de modo irracional, sem sentido para o contexto de entrevista de emprego. Com isso, verificamos que a encenação física auxilia o espectador a compreender a intenção dos personagens em fazer referências a situações fora do contexto do conteúdo do esquete.

Em *Job Interview* (1970), por sua vez, observamos as trocas realizadas para garantir outras e no final conseguir o emprego. Essas trocas geram situações cômicas que podem envolver pasmos (para quem assiste) em torno de todos os desdobramentos que acontecem durante o esquete. Como exemplo, há o momento no qual o entrevistado aceita trocar suas roupas para garantir o emprego. Nessas situações, verificamos tanto a

⁷² Dessa forma, o evento cômico só faz sentido para as pessoas que conhecem a personificação que ocorre em cena, o que proporciona um completo entendimento para quem assiste.

presença da linguagem-encenação para representar os feitos dos entrevistados, quanto a existência da linguagem-verbal em conjunto ao personificado.

Em Entrevista de Emprego (2013), essa ligação entre a encenação e o verbal é a mais nítida, com as falas dos personagens de desenhos animados e/ou quadrinhos são citados e encenam em conjunto. No momento que o entrevistado cita o personagem *Wolverine*, ele mostra as mãos como se houvessem garras (assim como o personagem citado) (Figura 21). Ou noutro momento, em que o chefe diz possuir o anel do personagem Lanterna verde, colocando suas mãos à sua frente em movimento de cima pra baixo como que criasse uma barreira invisível.

Ao atentarmos para a linguagem-verbal no esquete *Job Interview* (1970), percebemos que, diferentemente da produção do Porta dos Fundos, não há personagens de outros meios que se ligam com as encenações dos personagens do esquete. Há, na realidade, o que Bergson (1980) expõem em seus pensamentos sobre o riso, sobre os gestos ligarem-se as falas e servir de interpretação. As trocas em que vão se realizando no esquete - em paralelo a entrevista de emprego - são os pontos em que os gestos e as falas se ligam nos apresentando as categorias de linguagem-encenação e linguagem-verbal.

Figura 22: Animação gráfica em *Job Interview* (1970).



Fonte: YouTube.

Figura 23: Animação gráfica em Entrevista de Emprego (2013).



Fonte: YouTube

Para finalizar, encontramos outro indicador da presença de resíduos de um grupo em outro. Ambos utilizam ao final dos esquetes animações e/ou grafismo, possíveis de visualizarmos nas figuras acima (Figura 22 e 23). O esquete *Job Interview* (1970) é finalizado com a interseção da animação dialogando com o personagem do editor⁷³. Em Entrevista de Emprego (2013), após a vinheta final do esquete há uma cena com

⁷³ Essa ligação possui maior entendimento ao espectador que tem a experiência de assistir o esquete dentro da série televisiva – a questão do arco seriado citado por Silva (2014).

animação gráfica (ou *motion graphic*) que adiciona o tema do universo dos *games* para a finalização da entrevista do emprego, remetendo ao que acontece nos jogos de luta – um personagem sempre morre no final. O ponto similar aqui é justamente o uso de uma animação ou grafismo para finalizar o esquete.

Encontramos similaridades na temática e nos aspectos que aproximam as duas produções humorísticas. A análise nos permite refletir sobre os resíduos, que de forma clara se apresenta em outro produto audiovisual. Com isso, reconhecemos a repetição de uma estrutura narrativa e estética, seja proposital ou não proposital que se propaga como novo. Porém, é diante do resultado demonstrado que visualizamos o “novo esquete” desenvolvido a partir dos resíduos do “velho esquete”.

3.3.3. *Birth* (1983) e *Oh, Meu Deus!* (2013)

Por fim, seguiremos para a última análise dos esquetes neste estudo. Optamos, por esta vez, pela temática trabalhada dentro da instituição hospitalar. De um lado, temos o esquete *Birth* (1983) do Monty Python, por outro lado, o esquete *Oh, Meu Deus!* (2013) produzido pelo Porta dos Fundos.

De antemão, atentamos para a quantidade de visualizações que cada um possui. Perante os outros analisados, as produções do Porta dos Fundos são mais assistidas que as do Monty Python. Em contrapartida, nestes esquetes, percebemos que a produção do Monty Python possui mais visualizações que a do Porta dos Fundos. No esquete *Birth* (1983) são mais de oito milhões e meio de visualizações, enquanto em *Oh, Meu Deus!* (2013) são cerca de oito milhões e cem mil de visualizações⁷⁴. Mesmo o esquete *Birth* (1983) esteja disponível desde 2008, verificamos que uma produção antiga e remediada se adapta na web por meio de processos culturais.

Tendo em vista os esquetes em questão possuírem menor tempo que separam suas produções em relação aos outros analisados – são 30 anos -, observamos a possibilidade, no que diz respeito à técnica, de maiores similaridades entre eles. Entretanto, sobre o modo apresentado verificaremos distinções, pois como dito no parágrafo anterior, o esquete do Monty Python foi retirado de um filme. Como sabemos a apresentação de personagens e de histórias, em filmes, ocorre de maneira distinta e

⁷⁴ Dados coletados em 26 de Junho de 2017.

sempre visual, enquanto as produções do YouTube são realizadas de modo rápido e nem sempre requer o visual.

Para começar, apresentamos o esquete *Birth* (1983), produzido para e parte do filme *The Meaning of Life* (1983). No entanto, no YouTube o vídeo foi disponibilizado em 13 de Novembro de 2008, recortado do filme em formato esquete com duração de 4min25s. No filme, *Birth* (1983) é a cena inicial de sua primeira parte (logo após o curta-metragem e os grafismos que antecedem o filme) com a titulação *The Miracle of Birth*.

Notamos, de antemão, a reconfiguração realizada pelo grupo para a veiculação na internet⁷⁵. O recorte se torna evidente diante a cartela descritiva que surge nos primeiros segundos do esquete (com o título do filme, número e título da parte). Ou, para quem assistiu ao filme e o reconhece ao ler o nome na descrição do esquete no YouTube. Constatamos então, a apresentação do fenômeno da remediação com clareza nesse processo. Uma vez que o esquete foi retirado do filme, disponibilizado na internet - em cenário midiático oposto ao original - e é consumido por um público diverso.

O esquete se inicia com a câmera em movimento por um extenso corredor branco com várias portas. Então, surge uma cartela com as informações e logo em seguida, a câmera se aproxima de uma porta, que é aberta com a força de algum objeto. Ao abrir, visualizamos uma mulher deitada em uma maca de hospital. Em paralelo, a maca com a paciente vai abrindo as portas do corredor. Percebemos então, que há relação do conteúdo apresentado com o hospital e o atendimento socorrista.

Em seguida, o cenário muda, visualizamos dois homens com roupas de centro cirúrgico (verde e azul), jogando cartas ao chão. Retornamos para a paciente na maca pelos corredores, reconhecemos placas do hospital. Uma enfermeira sai e se aproxima da paciente. Nessa cena, percebemos que o plano está em primeira pessoa, ou seja, a câmera subjetiva se torna o olhar do personagem.

Após, retornamos para os dois homens, até que abrem a porta. Uma enfermeira avisa que as contrações estão constantes. Os dois homens se encaminham em direção à câmera, que os acompanha e em paralelo aumenta a captação do cenário. Assim, conseguimos ver o cenário completo. Os médicos colocam as luvas e ordenam que

⁷⁵ No canal oficial, encontramos outros esquetes retirados a partir das produções fílmicas do grupo. Os recortes em partes (no formato esquete) apresenta aos consumidores/espectadores/fãs, o consumo do filme de forma distinta. Provavelmente, essa disponibilização ocorre pelo formato esquete estar mais adequado ao ambiente midiático. Assim como, para a propagação mais rápida do conteúdo audiovisual.

tragam as máquinas. Em seguida, as enfermeiras entram com diversas máquinas e o centro cirúrgico está completo – para os médicos.

Um dos médicos vira-se para a porta e pede para entrarem. Diversas pessoas entram no centro cirúrgico, inclusive o marido da paciente que rapidamente é retirado do local. Eles observam com câmeras na mão registrando o momento. Todos são interrompidos ao aviso de que o administrador chegará. O personagem entra em cena, faz algumas considerações sobre as máquinas, é aplaudido pelo público presente e sai.

Depois, eles retornam a cirurgia. Contam, como que em coro, a dilatação da paciente e se preparam para o nascimento do bebê. O bebê nasce e escutamos que o show acabou. As pessoas saem e somente um dos médicos permanece, para indicar instruções à paciente. Por fim, o esquete finaliza com a informação de que o show está disponível em BetaMax, VHS e Super 8.

Por outro lado, temos o esquete Oh, Meu Deus!, do Porta dos Fundos, disponibilizado no canal oficial do grupo em 19 de Agosto de 2013. Na descrição, percebemos que o contexto envolve questões de fé e ginecologia. Assim como a maioria dos vídeos produzidos pelo grupo, este esquete possui uma duração curta, são exatos 1min39s.

Logo na primeira cena, visualizamos um médico e podemos escutar o som dele colocando luvas. A imagem está em primeira pessoa, por isso, vemos o médico e as pernas da paciente para cima (em posição ginecológica). Em seguida, a cena muda para a paciente em primeiro plano. Passamos a ver um plano e contra plano dos dois.

O médico questiona a paciente se há alguma queixa específica e a mesma responde prontamente. Até que visualizamos o médico olhando, aparentemente assustado, para as partes íntimas da paciente. Depois, ele faz um comentário, incrédulo, que a assusta. O médico está visualizando a imagem de Jesus Cristo na paciente e, portanto, chama desesperadamente a enfermeira.

A enfermeira, ao ver a imagem que o médico afirma ver também, se desespera e grita que o salvador retornou. O médico e a enfermeira se aproximam e juntos sorriem. A paciente pede para que alguém traga um espelho, mas não é atendida. Então, outro personagem de jaleco chega perguntando e ao se deparar com a paciente, grita e canta o Ave Maria. Em seguida, outra personagem entra, é a faxineira que se emociona com a imagem na paciente.

Visualizamos agora uma vela, escutamos rezas e choros. O cenário está mais escuro, a paciente continua deitada na posição ginecológica. O enquadramento muda e

observamos diversas pessoas com velas rezando e emocionadas em frente às pernas da paciente. A paciente tenta se levantar e argumenta que combinou de jantar em casa com alguém. A vinheta final do grupo surge e com isso, uma nova cena. Então, vemos os primeiros quatro personagens do esquete em frente a paciente (que ainda está na mesma posição), batendo palmas e cantando alegremente.

Em um curto exame pela descrição dos esquetes, verificamos a distinção em relação ao seu desenvolvimento narrativo. O esquete *Birth* (1983), possui um desenrolamento narrativo que possibilita uma maior compreensão em relação à história apresentada. Oh, Meu Deus! (2013), por outro lado, possui uma duração inferior, acarretando em uma história curta com pouco desenvolvimento narrativo no esquete. Com isso, pensamos na hipótese da necessidade de retorno com o intuito de compreender o início do vídeo.

Essa questão, inicialmente, se torna clara perante a duração do esquete. Mas analisamos que ambos possuem as características de seu meio original de veiculação. Portanto, os dois esquetes são partes dos processos de reconfiguração e surgem remediados no meio, sendo um reconfigurado a partir de um produto do cinema e o outro, do formato televisivo utilizado na internet (BOLTER, GRUSIN, 2000).

Concebemos a similaridade em relação ao contexto temático do esquete. O universo da saúde é amplo, mas os grupos trabalham com tema de uma mesma especialidade: ginecologia e obstetrícia. Além disso, imaginamos que o propósito tenha sido similar ao lidar com a situação produzida, uma vez que percebemos um momento como esse pode ser considerado importante apenas aos envolvidos e esquecendo-se da real importância e constrangimento da situação. Nos dois, esse aspecto está em evidência, a paciente é esquecida em meio ao contexto.

Partimos agora, para a análise da decupagem analítica dos esquetes. De início, vimos que os cenários são similares, em *Birth* (1983) visualizamos bem o hospital, o corredor, a sala dos médicos e o centro cirúrgico; em Oh, Meu Deus! (2013), por sua vez, detectamos o cenário como um consultório e/ou clínica, pois o cenário é menor em relação ao esquete comparado.

Em *Birth* (1983), percebemos o uso de cerca de oito planos com enquadramentos que captam a paciente, o corredor (em câmera subjetiva, perspectiva de primeira pessoa), os médicos na sala e no centro cirúrgico (plano americano e primeiro plano), a maquinaria, os visitantes e etc. Em Oh! Meu Deus (2013), temos cinco planos que enquadram a paciente e o médico (câmera subjetiva) e os enfermeiros e demais

personagens que surgem ao final do esquete. Na página seguinte, resgatamos o recorte dos momentos nos quais os grupos fazem uso do plano em primeira pessoa (Figura 24 e 25).

Figura 24: Captura de tela em *Birth* (1983).



Fonte: YouTube.

Figura 25: Captura de tela em *Oh, Meu Deus!* (2013)



Fonte: YouTube

Ao observarmos as figuras acima, verificamos que o uso da câmera subjetiva nas cenas iniciais do esquete do Monty Python e durante todo o esquete do Porta dos Fundos nos apontam para uma tentativa similar em estabelecer um foco para a situação da paciente e sua interpretação. Diferentemente, em Monty Python não visualizamos o médico em perspectiva de primeira pessoa e sim, o olhar de quem a empurra na maca pelo corredor do hospital. De qualquer modo, aqui há um ponto de encontro da linguagem-audiovisual que demonstra claramente o resíduo de um esquete do Monty Python no Porta dos Fundos. Dessa forma, mesmo que estejamos comparando vídeos com temáticas similares, há uma repetição do modelo técnico utilizado em *Birth* (1983).

No que se refere aos personagens, destacamos dois pontos de encontro da linguagem-audiovisual. Primeiramente, em como é apresentado a paciente. Ambas surgem em cena na maca e permanecem até o fim do esquete. Outro ponto é no momento em que o/os médicos chamam pessoas para ver/assistir o que ocorre com a paciente. Em *Birth* (1983) estão a convite pessoas desconhecidas da paciente, como se fosse um show/espetáculo. No vídeo *Oh! Meu Deus* (2013), o médico grita pelas pessoas que trabalham no consultório, como se algo extraordinário estivesse ocorrendo e ninguém pudesse perder. Nesse sentido, há um ponto de encontro da linguagem-verbal, pois está presente na narrativa como parte do desenvolvimento do esquete.

Figura 26: Os figurinos em *Birth* (1983).



Fonte: YouTube.

Figura 27: O figurino em Oh, Meu Deus! (2013).



Fonte: YouTube

Em relação ao figurino, como é possível ver nas figuras acima, não foi possível apontar similaridades. Os médicos estão utilizando roupas diferentes perante o cenário, em um esquete utilizam roupas do centro cirúrgico e outro de consultório. Assim, também ocorre com o figurino das enfermeiras e da paciente.

Por outro lado, temos a linguagem-verbal que foi citada anteriormente ao percebemos a relação com um dos pontos da linguagem-audiovisual. Aparentemente, é um ponto discreto, mas que possui importância para com a categoria. Nos dois esquetes, há momentos em que os médicos chamam pessoas para ver a cena. Verifiquemos abaixo esse momento no roteiro dos esquetes⁷⁶.

Birth (1983)

FIRST AND SECOND DOCTORS: Come on. Come on, all of you. That's it, jolly good. Come on. Come on. Spread round there.

*[A small horde enters, largely medical but with two Japanese with cameras and video equipment. The first doctor bumps into a man.]*⁷⁷

Oh, Meu Deus! (2013)

Médico: Neide! [Grita] NEIDE! [Grita novamente] NEIDE!

[A enfermeira Neide entra em cena.].

Neide: Oi doutor, o que aconteceu pra...?!

Médico: [Grita] NEIDE!

Neide: Ai meu Deus!

⁷⁶ *Birth* (1983), disponível no roteiro do filme em: https://sfy.ru/?script=mp_meanlife. Oh, Meu Deus! (2013), transcrição realizada para o presente estudo.

⁷⁷ Tradução livre. “PRIMEIRO E SEGUNDO MÉDICO: Vamos lá. Vamos lá, todos vocês. É isso mesmo, muito bom. Vamos lá. Vamos lá. Espalhe por aí. [Uma pequena quantidade de pessoas entra, em grande parte médicos mas há dois japoneses com câmeras e equipamentos de vídeo. O primeiro médico bate em um homem.]”.

Dessa maneira, percebemos uma diferença significativa entre os dois roteiros. O modo como são chamados os demais personagens para entrar em cena são distintos. No esquete do Monty Python, visualizamos que os médicos chamam tranquilamente as pessoas que estão do outro lado da porta, enquanto em Porta dos Fundos o personagem do médico está nervoso e por isso grita pela enfermeira.

Entretanto, verificamos junto com as imagens decupadas, que há esse ponto de encontro no verbal dos esquetes se faz presente no visual. Abaixo, colocaremos as imagens que facilitaram esta percepção.

Figura 28: Captura de tela dos dois esquetes em questão. Momento de ponto de ligação ao chamar pessoas para a cena.



Fonte: YouTube.

Com isso, visualizamos a semelhança em trazer pessoas em cena para assistir e/ou ver a cena de nascimento e da imagem de Jesus Cristo nas pacientes deitadas. Nesse ponto, em específico, conseguimos efetuar outra relação com o ponto da linguagem-encenação.

Em último lugar, para com este ponto, percebemos que a chamada transparece dois tipos de encenações distintas, por um lado os médicos estão tranquilos diante o milagre, por outro lado, o médico se emociona com o milagre à sua frente. Dessa vez, o humorista que interpreta o personagem do médico em *Oh, Meu Deus!* (2013), busca na encenação física demonstrar suas reações e sentimentos (além da linguagem-verbal). Em *Birth* (1983), os humoristas não utilizam em constante a encenação física – o que é

comum em produções do Monty Python -, porém não significando que compreenderíamos sem ver a aparência do esquete.

Outra perspectiva da encenação se encontra nas personagens que interpretam as pacientes. Ambas estão deitadas na maca e não conseguem se comunicar com os médicos. Isto aparenta estar claro nas duas situações que finalizam o esquete. Em *Birth* (1983) a paciente faz uma pergunta ao médico, é respondida e deixada sozinha no centro cirúrgico. No vídeo *Oh, Meu Deus!* (2013), a paciente faz uma pergunta aos presentes, mas o vídeo é finalizado dando a entender que não foi respondida.

Para terminar, verificamos hipoteticamente as possíveis características nas quais o grupo buscou modificar para se distanciar da produção do Monty Python. Inicialmente, os esquetes tratam do milagre apresentado em dois modos. Com isso, para que não houvesse comparações, fugiram do modelo de cenário que mudaria a estética (figurino, objetos cenográficos, personagens). Assim como a sua duração que precisaria ser curta e concisa.

Decerto, os milagres (nos esquetes) que surgem de modos diferentes (do nascimento de uma criança e do órgão genital), possuem intencionalmente o mesmo sentido, mas apresentado que surge nos lugares mais inusitados. Desse modo, percebemos além de ligações visuais e verbais, relações (em hipótese) de perspectivas de temas e estilos utilizados pelo Monty Python e retrabalhados pelo grupo Porta dos Fundos.

Com isso e ao finalizar as análises, verificamos que os resíduos audiovisuais do humor perpassam as questões estéticas e tecnológicas. Em muitos casos, buscam-se essas características com objetivos de inseri-las dentro do produto final, como o Porta dos Fundos. Dessa maneira, entendemos que podem também encontrar meios para transportar e inserir a produção que reside em outras na atualidade, como o Monty Python.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O universo do humor, estudado e analisado desde tempos atrás por diversos pensadores, delineiam pesquisas e projetos da atualidade apresentando-se contemporâneo diante os processos culturais da sociedade. Ao unirmos esta ambiência aos fenômenos da cibercultura e as perspectivas tecnológicas, compreendemos os espaços de atuação dos grupos elegidos que são objetos deste estudo.

Ao avaliarmos as questões envolvidas aos grupos e suas produções, verificamos as inúmeras possibilidades em olharmos para ambos. Mas, ao reconhecermos as características dos processos de remediação, intermedialidade e reconfiguração em seus produtos, nos propusemos a visualizar a partir desta perspectiva de mudanças culturais que modificam o consumo audiovisual.

Inicialmente, a clareza da remediação do formato em Porta dos Fundos nos permitiu identificar a reconfiguração do modelo televisivo presente nas plataformas da web. O esquete, um formato utilizado em todos os meios de comunicação, reaparece e se propaga com facilidade nas plataformas de vídeos *online*. Então, reconhecemos o YouTube como um dos grandes acervos desses vídeos e como lugar encontrado pelo grupo para propagar suas produções, que em outra época, seriam televisionadas.

A internet abriu portas não só para o grupo, mas para os usuários/consumidores/fãs tornarem-se produtores. Os vídeos *online* adquiriram espaços para propagação na rede e veiculação na televisão. Por isso, encontramos produções da televisão na internet e vice-versa. Tendo isso em vista, interpretamos que os modelos utilizados nas produções originais da internet são remediações dos meios tradicionais.

Dessa forma, visualizamos o grupo Monty Python realizando o papel inverso, surgindo na internet a partir das produções televisivas e cinematográficas. A criação de um canal no YouTube demonstrou o valor nostálgico que o material conservava. A quantidade de visualizações provou, mesmo sendo uma produção dos anos 1970, que daquele conteúdo surgiram novos públicos, consumos e compartilhamentos. Ao readaptar suas produções para as plataformas digitais, o grupo reconfigura o acervo para caber dentro da web – rerepresentando um trajeto comum em produções audiovisuais atuais.

Portanto, tínhamos dois fenômenos ocorrendo em um mesmo ambiente, pelo qual foi possível a relação diante do YouTube, humor e formato. Com os processos que envolvem convergências e remediação, notamos que o valor nostálgico é representativo

para os usuários/consumidores/fãs. Esse valor nos apresentou a prática residual conceituada por Williams (1979) e de semelhante modo, trabalhado por Jenkins, Ford e Green (2014).

O conceito que resgata elementos do passado para o presente, se caracteriza na atualidade com o desejo nostálgico de rever objetos de uma cultura passada. No nosso caso, a possibilidade em reassistir e/ou relembrar produções audiovisuais (partes de outra cultura) e que não circulam no presente, fora determinante para a compreensão do estudo.

Interpretamos, nessa perspectiva, as relações de similaridades e resíduos através das categorias desenvolvidas, que nos apontaram os encontros entre eles. Os pontos de linguagem-audiovisual, linguagem-verbal e a linguagem-encenação, desenvolvidos com a proposta de encontro das similaridades nos esquetes dos grupos, através do estudo comparativo, possibilitou reconhecer, com clareza, os resíduos de um grupo em outro. Inicialmente o que possuía apenas similaridades na formação dos grupos e nos modos em que difundiam suas perspectivas, foi possível verificar as relações entre a linguagem e a estética.

Com a análise dos esquetes, a escolha pelo desenvolvimento de categorias que auxiliassem o encontro dos resíduos e a decupagem analítica, foi possível atentar para as produções de modo igualitário. Ao mesmo tempo em que olhamos de uma forma geral para cada esquete, focamos exclusivamente cada quadro. Os recortes da decupagem apresentam características imperceptíveis se observadas sem a atenção analítica.

Como se pode ver, a categorização dos três pontos da linguagem (audiovisual, verbal e encenação) proporcionou o recorte para identificarmos os resíduos. Não significando que, outros métodos não obteriam os mesmos resultados, mas desenvolvemos com o intuito de analisa-los tendo por base a ideia do residual. Por isso, buscamos um complemento em conhecimentos técnicos e estilísticos de produções audiovisuais tais como, roteiro, linguagem e estética, para o desenvolvimento destas categorias.

Recapitulando, tínhamos dois grupos distintos no que se refere ao modo de organização, produção e veiculação, mas que estariam próximos diante características estilísticas. Dessa forma, ao resgatarmos o nosso objetivo geral de compreender como se dá essa relação, percebemos que a análise demonstra visualmente e descritivamente esta questão. A relação está presente nos resíduos do formato, linguagem e estética do Monty Python no Porta dos Fundos.

Todavia, não é possível a comparação da atuação de cada grupo. Como descrito, eles são distintos e essa diferença não está concentrada apenas em suas épocas de atividade. Na verdade, o humor do Monty Python possui características singulares que marcaram uma cultura. Assim como o Porta dos Fundos representa o humor da internet, da rápida propagação, sendo considerado um dos maiores fenômenos da internet.

Considerando o apresentado, constatamos a possibilidade em encontrarmos outras produções inseridas neste contexto de resíduo e dos processos de remediação e intermedialidade. Acreditamos que a repetição de um estilo, de um produto, infere no desenvolvimento de modelos que remediados são vistos como novidades no mercado. Em consequência, concluímos que seguir um modelo e adicionar características que o reconfigure, transforma o “produto original” e o renova.

Tendo em vista o encadeamento, naturalmente somos partes de todos esses processos. Estamos incentivando, cada vez mais, a presença das produções televisivas na internet ao busca-las nos sites e plataformas digitais. Tal como ocorre com o Porta dos Fundos, com intensa audiência que tem suas produções transpostas para a televisão – realizando o caminho inverso do comumente.

Em síntese, somos apresentados diariamente a infinitas produções. Ou, pelo contrário, há reapresentações do passado com uma nova aparência. Mesmo diante dessa inconstância, temos a percepção - talvez em modo aprendiz - da permanência de um formato e estilo que perpassa culturas e produções audiovisuais. Se não há a percepção, incide a questão: “Acho que já vi isso antes.”. Portanto, consideramos a remediação como um conceito que reflete não só para com as produções audiovisuais, mas para outros ambientes que remodelam e reaproveitam o valor e/ou significado de sua referência.

A sensação de rever uma obra audiovisual antiga ou uma referência pode ativar a percepção do valor residual presente (discretamente ou não) no objeto. Dessa maneira, criamos intuitivamente relações que podem nos remeter a constatações de similaridade com outros objetos. Assim como ocorreu ao assistirmos pela primeira vez Porta dos Fundos e logo em seguida Monty Python (ou vice-versa). E após a análise do estudo, com os resultados obtidos, observamos a similaridade dos esquetes com clareza. Isto se torna, em muitos momentos, com tamanha evidência que acreditamos na hipótese, em alguns esquetes, da intenção em remodelar a produção dos anos 1970.

Toda a discussão realizada no percurso da dissertação permitiu o nosso olhar para o processo de conteúdos que atravessam as mídias e circulam com facilidade por

entre elas. De modo que as produções se adaptassem em qualquer espaço, mesmo destinados a ocupar determinado meio. Isto é evidente com os produtos do Monty Python e do Porta dos Fundos. O debate nos levou a reflexão também do valor que os materiais carregam, pois o residual está ligado à nostalgia sendo significativo para os usuários/consumidores/fãs.

Verificamos com o estudo, a existência de diversas perspectivas para analisar o humor e as produções dos grupos. Além de uma constante prática em resgatar produções antigas para propagar na internet. Enxergamos os usuários/consumidores/fãs, parte responsável por essas práticas, e os responsáveis pelos direitos dessas produções. Assim, ocorre uma reconfiguração do processo convencional dos meios de comunicação que utilizam essa prática como uma nova forma de adquirir públicos e audiência.

Os caminhos traçados durante essa dissertação serviram para a compreensão desse processo. Para compreender os produtos midiáticos que atravessam os meios e neles se adaptam, percebemos a necessidade em percorrer áreas artísticas diversas. Disso, constatamos que dia a dia seremos apresentados aos novos formatos na internet, que remediados surgirão como novidades nas plataformas e com isso, estamos cada vez mais vivenciando fenômenos que modificam o audiovisual contemporâneo.

Por isso, acreditamos na hipótese da crescente produção audiovisual com base em resíduos de uma estética nostálgica, trazendo consigo seus formatos, significados e valores residuais. Em parte, pelo mercado demonstrar um consumo maior para com esses produtos que estão se propagando e atuando de forma crescente na atualidade, com a ajuda da cultura participativa que auxiliam nas tendências de consumo no audiovisual. Por outro lado, verificamos com a pesquisa o indicativo de constantes repetições de modelos consagrados com a certeza de retornos (repetições que surgem como *remakes* e/ou de forma residual como exposto neste estudo) e as ocorridas produções sequenciais de filmes (franquias) que anualmente surgem.

Por fim, com o intuito de compreendermos mais a fundo sobre as questões de estética, narrativa e linguagem nostálgica, bem como a presença de resíduos em demais produções audiovisuais, nos propusemos a perseguir este assunto por outros gêneros. Assim, identificaremos a busca pelo valor nostálgico como uma prática constante e presente em outros produtos da contemporaneidade.

REFERÊNCIAS

- ALBERTI, Verena. **O riso e o risível na história do pensamento**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2002.
- BERGSON, Henri. **O riso**: ensaio sobre a significação do cômico. Rio de Janeiro, Zahar Editores, 1983.
- BOLTER, Jay David; GRUSIN, Richard. **Remediation**: understanding new media. Cambridge: MIT Press, 2000.
- BURGESS, John; GREEN, Joshua. **Youtube e a revolução digital**: como o maior fenômeno da cultura participativa transformou a mídia e a sociedade. São Paulo: Aleph, 2009.
- CANNITO, Newton. **A televisão na era digital**: interatividade, convergência e novos modelos de negócio. São Paulo: Summus, 2010.
- CASTELLS, Manuel. A rede e a mensagem. *In: A galáxia da internet*: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.
- CARLÓN, Mario. Repensando os debates anglo-saxões e latino-americanos sobre o “fim da televisão”. *In: CARLÓN, Mario; FECHINE, Yvana. (Orgs). O fim da televisão*. Trad. de Diego Andres Salcedo. Rio de Janeiro: Confraria do Vento, 2014.
- COSTA, Lígia Militz da. **A poética de Aristóteles**: mimese e verossimilhança. São Paulo: Editora Ática, 1992.
- CLÜVER, Claus. Intermedialidade. *In: Pós*. Belo Horizonte, v. 1, n. 2, p. 8 – 23, 2011.
- DUARTE, Elizabeth Bastos; CASTRO, Maria Lília Dias de. (Orgs). **Convergências midiáticas: produção ficcional – RBS TV**. Porto Alegre: Sulina, 2010. (Coleção Estudos sobre o audiovisual).
- DUARTE, Elizabeth Bastos; CASTRO, Maria Lília Dias de. (Orgs). **Comunicação audiovisual: gêneros e formatos**. Porto Alegre: Sulina, 2007. (Coleção Estudos sobre o audiovisual).
- DUARTE, Elizabeth Bastos; CASTRO, Maria Lília Dias de. (Orgs). **Televisão: entre o mercado e a academia II**. Porto Alegre: Sulina, 2007. (Coleção Estudos sobre o audiovisual).
- FURQUIM, Fernanda. **Sitcom**: definição e história. Porto Alegre: FCF Editora, 1999.
- GIL, Antonio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 5 ed. São Paulo: Editora Atlas, 1999.
- GURNEY, David. Recombinant Comedy, Transmedial Mobility, and Viral Video. *In: The Velvet Light Trap*, Number 68, 2011, p. 3-13.
- HORTON, Andrew (Ed.). **Comedy/Cinema/Theory**. Berkeley, Los Angeles and Oxford: University of California Press. 1991.

- JENKINS, Henry. **A cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.
- JENKINS, Henry; FORD, Sam; GREEN, Joshua. **Cultura da conexão**: criando valor e significado por meio da mídia propagável. São Paulo: Aleph, 2014.
- JOST, François. **Compreender a televisão**. Trad. de Elizabeth Bastos Duarte, Maria Lília Dias de Castro e Vanessa Curvello. Porto Alegre: Sulina, 2007. (Coleção Estudos sobre o audiovisual).
- LE MOS, André. **Ciber-cultura-remix**. São Paulo, Itaú Cultural, 2005. Disponível em <http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/andrelemos/remix.pdf>. Acesso em: 30 jun. 2015.
- LE MOS, André; LÉVY, Pierre. A mutação das mídias. *In: O futuro da internet*: em direção a uma ciberdemocracia. São Paulo: Paulus, 2010.
- LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Ed. 34, 1999.
- MACHADO, Arlindo. **A televisão levada a sério**. São Paulo: SENAC, 2001.
- MASCARENHAS, Alan M.; POSCHAR, Andréa; NICOLAU, Marcos Antonio. A morte transmidiática de Osama bin Laden: remediação em jornalismo na cibercultura. *In: Estudos de Jornalismo e Mídia*. Vol. 9 Nº 1 – Janeiro a Junho de 2012.
- MCLUHAN, Marshall. O meio é a mensagem. *In: Os meios de comunicação como extensões do homem*. São Paulo: Cultrix, 1974.
- MILLS, Brett. Studying Comedy. *In: CREEBER, G. (Ed.). The television genre book*. 2nd edition, British Film Institute, 2008.
- MÜLLER, Adalberto. Além da literatura, alguém do cinema? Considerações sobre a intermedialidade. *In: outra Travessia*, 2008, N. 7, p. 47-53.
- NEALE, Steve. Sketch Comedy. *In: CREEBER, G. (Ed.). The television genre book*. 2nd edition, British Film Institute, 2008.
- NEALE, Steve; KRUTNIK, Frank. **Popular film and television comedy**. London and New York: Routledge, 2001.
- NIEMEYER, Katharina. Introduction: Media and Nostalgia. *In: NIEMEYER, Katharina. (Edited by). Media and nostalgia*: yearning for the past, present and future. London: Palgrave Macmillan, 2014.
- PORTA DOS FUNDOS. **Porta dos Fundos**. Rio de Janeiro: Sextante, 2013.
- PROPP, Vladimir. **Comicidade e riso**. Trad. Aurora Fornoni Bernardini e Homero Freitas de Andrade. São Paulo: Editora África S.A., 1992.
- RAJEWSKY, Irina. O. Intermediality, Intertextuality, and Remediation: A literary perspective on intermediality. *In: Intermédialités*. N. 6, p.43-64, 2005.
- RAMOS, Eutália. Dos anos 70 a Cultura da Convergência: Os Sketches de Comédia Replicados na Web. *In: Intercom* – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares

da Comunicação. XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Rio de Janeiro, 2015.

RAMOS, Eutália. Spam (1970) e Rola (2013): as relações entre os esquetes do Monty Python e Porta dos Fundos no Youtube. *In: Intercom* – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste – Caruaru – PE, 2016.

SANTAELLA, Lucia. **Culturas e artes do pós-humano**: Da cultura das mídias à cibercultura. São Paulo: Paulus, 2003.

SANTOS, Roberto Elísio dos. **As Teorias da Comunicação**: Da fala à Internet (3ª ed.). São Paulo: Paulinas, 2010.

SANTOS, Roberto Elísio dos; ROSSETI, Regina. (orgs.) **Humor e riso na cultura midiática**: variações e permanências. São Paulo: Paulinas, 2012.

SCHREY, Dominik. Analogue Nostalgia and the Aesthetics of Digital Remediation. *In: NIEMEYER, Katharina. (Edited by). Media and nostalgia: yearning for the past, present and future. London: Palgrave Macmillan, 2014.*

SHIRKY, Clay. **A cultura da participação**: criatividade e generosidade no mundo conectado. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

STRAW, Will. Embedded memories. *In: ACLAND, Charles R. (Editor). Residual Media. Minneapolis: University of Minnesota Press. 2007. p. 3-15.*

SILVA, Marcel Barreto Vieira. **Arrested Development e o Futuro das Séries (de Tevê?)**. Revista Novos Olhares – Vol. 3 N. 1, 2014.

SILVA, Marcel Barreto Vieira. Dramaturgia seriada contemporânea: aspectos da escrita para a tevê. *In: Lumina, V. 8, N. 1, p. 1-14, 2014.*

WILLIAMS, Raymond. **Marxismo e Literatura**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1979.

WILLIAMS, Raymond. **Cultura**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.

APÊNDICES

APÊNDICE A

Entrevista informal com Gregório Duvivier, realizada com gravador do celular, cedida no Teatro Leblon no dia 6 de Setembro de 2015, cidade do Rio de Janeiro. O áudio possui 1min21s de duração. Abaixo será transcrita a entrevista.

(0'00'') Qual a relação do Porta dos Fundos com o Monty Python? O grupo é uma referência para vocês?

(0'02'') **Gregório:** A gente é muito fã dos Monty Python. Eu sou muito fã desde adolescente, quando eu descobri acho que com 13 anos. E me influenciou muito a questão da inversão de expectativa, eles trabalham muito com fazer o oposto do que você imagina, né? E também a fé cênica, que as vezes as pessoas fazem o nonsense, o absurdo de uma maneira pouco crível e eles faziam o nonsense de uma forma muito realista. E isso daí eu acho que é uma questão de linguagem que influenciou muito a gente, sabe? Fazer o absurdo de forma realista, sem nunca perder a verdade cênica. Eu gosto muito deles como atores também, não só como redatores. Eu acho isso muito, muito importante deles e a gente leva pra o Porta, leva pra tudo que a gente faz, que é fazer a comédia com verdade, sabe? Coisa que eu admiro muito!

(0'52'') **Eutália:** Mas então quer dizer que no Porta dos Fundos realmente tem uma influência muito grande do Monty Python?

(0'57'') **Gregório:** Tomara! Tomara! Eu torço pra que tenha.

(0'59'') **Eutália:** Pronto!

(0'59'') **Gregório:** Pelo menos na minha vida tem, com certeza. E eu acho, que todos nós... O Fábio... A gente foi lá no Monty Python, agora a teve a volta deles...

(1'04'') **Eutália:** Ah, que legal! Foi.

(1'05'') **Gregório:** E a gente foi lá assistir todos juntos, o Fábio também é muito fã, o Porchat. O... Somos de todos assim, sou muito fã... Influenciaram todo mundo eu acho, né? Que faz humor hoje em dia. Porta dos Fundos, com certeza. Muito! Adorei o tema da...

(1'20) **Eutália:** Obrigada!

APÊNDICE B

ESQUETES SIMILARES ENTRE OS GRUPOS NO YOUTUBE		
MONTY PYTHON		PORTA DOS FUNDOS
Esquete - Ano de produção - Link	Qual similaridade?	Esquete - Ano de produção - Link
Chemist Sketch 1970 https://youtu.be/ilh3hxNdpZs	Temática; “Tabu”; Ambiente comercial; Linguagem; Personagens;	Farmácia 2016 https://youtu.be/TiUK8oyKY70
Spam 1970 https://youtu.be/M_eYSuPKP3Y	Temática; Ambiente comercial; Café x Lanchonete; Estrutura narrativa; Linguagem; Estética; Só há um tipo de alimento; Personagens;	Rola 2013 https://youtu.be/h1A9Kc5iNkQ
Lumberjack Song 1969 https://youtu.be/QgaRd4d8hOY	Estilo musical; Referência a uma pessoa, personagem e/ou profissão; Dois personagens principais;	Essa é pra você 2013 https://youtu.be/4WryP4KxHaU
Birth 1983 https://youtu.be/NcHdF1eHhgc	Temática; “Milagres”; Estrutura narrativa; Linguagem; Estética;	Oh, Meu Deus! 2013 https://youtu.be/AYiSqiVaA4
Silly Olympics Sketch 1973 https://youtu.be/UI8CWptOEm8	Temática; Linguagem;	Natação 2016 https://youtu.be/nFX7Sm9VA-l
Italian Lesson 1969 https://youtu.be/rbMNIDmSCoY	Ambiente de sala de aula	Romanos 2014 https://youtu.be/2vzwOeY9YUY
Cheese Shop Sketch 1972 https://youtu.be/cWDdd5KKhts	Temática e Personagens	Vendas 2015 https://youtu.be/Dhai297KoYU
Mr. Hilter and the Minehead by-election 1970 https://youtu.be/8VSTzGwkMiM	Temática; Personagem;	Hitler 2014 https://youtu.be/0t6c1lshS9Y
Job Interview 1970 https://youtu.be/523uxFMUTGA	Temática; Estrutura narrativa; Personagens; Grafismos;	Entrevista de Emprego 2013 https://youtu.be/wV3vGWcca3U
Always Look on the Bright Side of Life 1979 https://youtu.be/WIBiLNN1NhQ	Temática; Assunto polêmico para ser representado no humor; Representação de um momento histórico do Catolicismo;	Ceia 2015 https://youtu.be/b-dEnGXEtPM