

Políticas de representação no humor audiovisual

Ciências Sociais Aplicadas/Comunicação

Arlon Ramalho da Silva Reis; Bianca Silva Santos;
Geovanni Santana Mascena; Julia Villar Meniquetti; Murilo Bueno dos Santos;
Nara Lya Cabral Scabin (orientadora)

Universidade Anhembi Morumbi

Comunicação Social – Jornalismo

arlon.romario2008@gmail.com, biancasantos0908@hotmail.com,
geovanni.mascena@gmail.com, juhfcmeniquetti@gmail.com,
murilobueno99@gmail.com

Introdução

O contexto contemporâneo é marcado pela ampliação da visibilidade de disputas pelo controle das representações, com destaque para movimentos de contestação de arranjos específicos nas relações de poder que estão na base da produção das representações e resultam em diferentes modos de representar. Essas “políticas da representação” assumem significados específicos diante da realidade brasileira, “uma vez que o controle sobre o que será representado, como e onde, está imbricado com os mecanismos de reprodução da desigualdade social” (HAMBURGER, 2005, p. 295).

Considerando que todos os discursos constroem posições de sujeito, e que tanto a produção quanto a recepção de produtos midiáticos são atravessadas por discursos historicamente constituídos, uma análise voltada à identificação das formações discursivas a partir das quais os textos humorísticos são produzidos e podem ser lidos revela-se fundamental à compreensão das identidades acionadas no processo de codificação/decodificação (HALL, 2003), em especial, no que diz respeito aos sentidos disputados em torno de representações identitárias nessas produções.

Objetivos

a) **Objetivo geral:** Compreender como se configuram, na contemporaneidade, políticas da representação de gênero, raça, classe e território no humor audiovisual brasileiro.

b) **Objetivos específicos:** Revisar o estado da arte da bibliografia sobre políticas da representação e humor, especialmente a partir dos eixos gênero, raça, classe e território; levantar materiais jornalísticos que abordem episódios e debates relacionados a disputas em torno de representações no campo do humor audiovisual; mapear produções audiovisuais humorísticas brasileiras que evidenciem elementos de políticas da representação contemporâneas relacionadas aos eixos gênero, raça, classe e território; e analisar as políticas da representação em produções humorísticas específicas.

Metodologia

A pesquisa propõe um percurso metodológico baseado na articulação entre:

- Pesquisa bibliográfica**, de modo a construir o estado da arte sobre o tema;
- Pesquisa documental**, com o objetivo de identificar, na cobertura jornalística, debates relacionados a disputas em torno de representações no campo humorístico;
- Pesquisa exploratória**, a fim de identificar produções audiovisuais humorísticas brasileiras que evidenciem elementos de políticas da representação contemporâneas;
- Estudos de casos múltiplos**, busca-se analisar o “circuito cultural” (ESCOSTEGUY, 2007) de produções específicas a partir dos eixos *gênero*; *raça*; *classe*; e *território*.

Resultados

As etapas da pesquisa já concluídas até o momento evidenciam uma intensa mobilização, nas discussões sobre o humor audiovisual no debate público, de questões, problematizações, discursos, críticas e reivindicações relacionadas às lutas por reconhecimento de grupos minorizados no Brasil. Tais mobilizações materializam-se, no que diz respeito à circulação midiática e à cobertura jornalística do humor, em

- Manifestações críticas** a formas ofensivas e discriminatórias de humor, sobretudo aquelas que recorrem à estereotipificação para produzir representações de gênero, raça, classe e/ou território;
- Repercussão, de caráter polêmico, de episódios** de ação judicial e/ou tentativas de controle social de produções humorísticas que ferem a dignidade humana de grupos minorizados; e
- Reivindicações por maior diversidade e inclusão** nas representações humorísticas.

Ao mesmo tempo, observa-se, na circulação jornalística do humor audiovisual brasileiro, a concessão de espaço relativamente pouco expressivo à visibilização de produções humorísticas que desafiem políticas de representação hegemônicas. Não obstante, por meio da pesquisa exploratória, identificou-se, nos espaços de circulação das plataformas digitais, significativa presença de produtos e arranjos produtivos ligados ao campo humorístico que propõem formas emergentes de representar grupos minorizados a partir de marcadores de gênero, raça, classe e/ou território.

Conclusões

Os resultados parciais da pesquisa sugerem que o campo humorístico constitui, cada vez mais, espaço de potencialização de tensões, conflitos e disputas discursivas transversais à sociedade e ao debate público midiático, como ocorre em relação às discussões sobre ofensa (MONDAL, 2014) e os limites da liberdade de expressão (POSSENTI, 2018) – evidenciadas nas polêmicas em torno do humor “politicamente incorreto” (SCABIN, 2018) –, aos discursos da chamada “virada conservadora” (NORRIS; INGLEHART, 2019) e, de modo particularmente evidente, à emergência de um “novo imaginário político” (FRASER, 2006) no qual as lutas por reconhecimento a partir de dimensões identitárias tornaram-se a forma paradigmática de conflito social.

Bibliografia

- ESCOSTEGUY, Ana Carolina. Circuitos de cultura/circuitos de comunicação: um protocolo analítico de integração da produção e da recepção. **Comunicação, Mídia e Consumo**, v. 4, n. 11, nov. 2007, p. 115-135.
- HALL, S. **Cultura e representação**. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio: Apicuri, 2014.
- HALL, S. **Da diáspora: identidades e mediações culturais**. Belo Horizonte: UFMG, 2003.
- HAMBURGER, E. Política da representação. **Contracampo**, Niterói, n. 8, 2003.
- HAMBURGER, E. "Políticas da representação: ficção e documentário em Ônibus 174". In: LABAKI, A.; MOURÃO, M. D. (Orgs.) **O cinema do real**. São Paulo: Cosac Naify, 2005. p. 196-215.
- POSSENTI, S. **Cinco ensaios sobre humor e análise do discurso**. São Paulo: Parábola, 2018.
- SOARES, R. L. De palavras e imagens: estigmas sociais em discursos audiovisuais. **E-compós**, Brasília, v. 12, n. 1, jan./abr. 2009.



Apoio Financeiro: Instituto Ânima – Edital 38/2023.