



URGÊNCIAS AFETIVAS E O IMPERATIVO DAS SENSações: convocatórias da humorificação e da energização na internet¹

Susan Liesenberg²
ESPM SP

Camila Cornutti Barbosa³
FSG - RS

Resumo

O presente artigo discute aspectos teóricos vinculados ao conceito de energização na internet (VIRILIO, 1993; CASTELLS, 2002, 2003), corrente de transformação articulada pela potência dos fluxos informacionais empreendida pelas novas tecnologias de comunicação, e a mobilização pessoal e social engendrada neste processo midiático nas redes digitais. Apresentam-se pilares epistemológicos constituídos por elementos expressivos desta energização (observada no *buzz* ativado pelas mídias sociais em torno de determinado tema), tais como as ordens de afecção (SPINOZA, 2008) que nos convocam e mobilizam, e o empreendimento de uma energia de ação circunscrita à humorificação nas mídias digitais, configuradas em narrativas midiáticas e terapêuticas (RINCÓN, 2006; ILLOUZ, 2009, 2011) que deflagram um sensorium de excitação (TÜRCKE, 2010) atravessado na experiência comunicativa digital. Finalizamos com uma análise exploratória da humorificação da carta de Michel Temer para Dilma Rousseff.

Palavras-Chave: humor; energização; afecção; narrativas; consumo.

Introdução

Acontecimentos, notícias, imagens de ordens diversas nos atingem diariamente, convocando-nos a acompanhar as suas minúcias informativas, a nos manifestar sobre as suas circunstâncias, mobilizando a nossa atenção. Dos atentados terroristas que vitimaram mais de uma centena de pessoas em Paris ao rompimento da barragem de uma mineradora em Minas Gerais, da efervescente crise migratória - culminada com a fotografia do cadáver de uma criança afogada, jazendo solitária à beira do mar -, à escolha de nomes de esmalte de unhas considerados machistas, das imagens de um

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho Comunicação, Consumo e Novos Fluxos Políticos: ativismos, cosmopolitismos, práticas contra-hegemônicas, do 6º Encontro de GTs de Pós-Graduação - Comunicon, realizado nos dias 13, 14 e 15 de outubro de 2016.

² Doutoranda em Comunicação e Práticas de Consumo (ESPM/SP). Mestre em Comunicação e Informação (UFRGS). Pós-graduada em Jornalismo e Convergência de Mídias (Feevale). Jornalista pela Univali/Universidade do Minho (Portugal). E-mail: liesenbergs@gmail.com

³ Doutora em Comunicação e Informação pela UFRGS com estágio sanduíche na Universidade Nova de Lisboa (Portugal). Professora nos cursos de Publicidade e Propaganda e Jornalismo na Faculdade da Serra Gaúcha (FSG). E-mail: camilacor@gmail.com



golfinho que teria sido retirado do mar e levado à morte para servir à captura de *selfies* de veranistas banhados pelo narcisismo aos desafios sanitários impostos pela proliferação de um mosquito, a todo momento protuberam no ecossistema comunicacional da internet situações que nos comovem, indignam, sensibilizam, chocam, afetam. Muitos destes acontecimentos e outros tantos que “bombam” configuram um circuito de energização comunicacional, circunscrevendo-se em muitos casos (neste processo de energização) ao humor ou à humorificação em suas repercussões.

Neste estudo, pretende-se trazer para discussão tangenciamentos da energização deste *buzz* gerado nas redes digitais em torno de determinados assuntos com o humor, problematizando aspectos concernentes às ordens afetuais que configuram este cenário de sensações, de convocações excitatórias neste circuito energizado e humorificado. Apresenta-se aqui uma análise exploratória pontual do episódio da carta do, à época, vice-presidente da República, Michel Temer, endereçada em privado à presidente Dilma Rousseff, mas vazada publicamente na internet, ao manifestar-se desgostoso com a sua função de “vice-presidente decorativo”, ocasião trazida como exemplo dos fenômenos aqui postos em relação e em debate para a apreensão deste *sensorium* espetacular, urgente e sensacional notada na experiência comunicativa vigente.

A energia da informação e suas transformações comunicativas

Assim como as energias de gás, carvão, petróleo e eletricidade geraram correntes de transformação a partir de seus respectivos surgimentos, Virilio (1993) percebe uma nova configuração energética, compreendida, segundo o seu postulado, como uma *energia da informação* articulada pela potencialidade comunicativa das tecnologias informatizadas. Virilio compreende a informática, suas redes, bancos de dados e terminais então como matéria-prima desta “*energética*” (p. 76), atividade de potência na qual a informação transmitida configura um modo de formação que afeta diferentes meios de organização. Nestas organizações, o que domina não é mais a espacialidade da extensão dos diferentes meios (rural, urbano, etc), mas a temporalidade em atuação,



configurando um novo regime de gestão do tempo e nossa relação com ele, produzido por estas tecnologias avançadas de comunicação (VIRILIO, 1993, p. 76).

O autor reconhece que “há tempos a teoria das redes demonstrou esta lógica topológica dos fluxos de transporte e transmissão, fluxos secos, visíveis e invisíveis (VIRILIO, 1993, p. 75 e 76)”, mas acrescenta, ponto que aqui nos interessa destacar, reflexões acerca dos fatos perceptivos que esta topologia configura nesta nova experiência comunicativa e suas telúricas. Esta telúrica dos novos domínios construídos eletronicamente dialoga com uma das expressões da sociedade em rede, a energização, caracterizada pela possibilidade e potencialidade das “redes energizadas pela internet”, como aponta Castells (2003). Ao pensar a tecnologia da informação com um potencial motor tal qual foi o da eletricidade na Era Industrial, Castells (2003, p. 7) equipara a internet a uma rede elétrica ou um motor elétrico “em razão de sua capacidade de distribuir a força da informação por todo o domínio da atividade humana”.

Neste processo do fenômeno aqui pensado, o da emergência de uma energética operada pela velocidade comunicativa, Virilio (1993) percebe uma nova ordem de “*sensibilidade* dos “vetores”, vetores de representação que, na interface eletrônica, afetam a ordem das sensações, mas sobretudo, a capacidade de ter ou não sensações” (VIRILIO, 1993, p. 47) sobre as imagens ali televisadas. Estas urgências convocatórias respondem a uma pressão dromosférica (VIRILIO, 1993, p. 101). Uma dromoaptidão, uma aptidão de velocidade, precisa ser empreendida neste processo de atuação do sujeito, agora ligado a um circuito de interações e forças regido pela velocidade de conexão a estas ambiências de fluxos comunicativos. Trivinho (2005) fundamenta as urgências atuantes sobre o nosso desempenho como capacidade e exigências diante desta velocidade operacional e convocatória comunicativa como uma espécie de violência empreendida pela pressão do que significa esta velocidade hoje, neste contexto, considerando o imperativo da urgência como uma violência típica de nossa época, uma violência que nos exige como cidadãos e da qual não conseguimos escapar, sintomas conectivos de uma dromocracia digital, salienta. Neste sentido, Harvey (1992, p. 184) confirma que “há indícios de que a modificação da experiência do tempo e do



espaço está, de modo parcial, na base da impulsiva reviravolta na direção de práticas culturais” (HARVEY, 1992, p. 184), sendo as “revoluções da sensibilidade” as mais evidentes, gerando “profunda mudança na estrutura do sentimento” (p. 65), o que se percebe no regime dromocrático das atuais tecnologias comunicacionais.

Afecções, sensações, excitações

A este novo habitar humano, a esta nova forma de ser-no-mundo ampliada agora no sentido de uma ambiência e experiência digitalizada, que rompe as relações de existência diretamente ligadas ao espaço geográfico físico e radicaliza as suas temporalidades clássicas, as revoluções da sensibilidade e mudanças na estrutura do sentimento a que Harvey (1992) se refere (pensando especificamente nas relações velozes e contínuas de trabalho, produção e consumo de bens materiais e simbólicos), relacionaremos aqui ao nosso agir, à nossa afecção, diante das urgências afetivas convocadas das redes sociais da internet. Dialogamos aqui com a ideia de Spinoza (2008), que pensa o indivíduo pela ciência das afecções, isto é, pela potência de agir relacionada à nossa autoconservação, à nossa sobrevivência. Afecção se relacionaria, para Spinoza, a uma força de vida. Em seu projeto ético pensado na teoria da afetividade, Spinoza compreende a afetividade como um conhecimento racional, baseado no conhecer por ser afetado por algo, algo que nos faz sentir tocados (para o bem ou para o mal), explicando comportamentos, sensações, estados de espírito, tormentos, alegrias.

Num cenário tecnologizado comunicacional dromocrático, como colocam Virilio (1993) e Trivinho (2005), Rincón (2006) traz também importantes considerações pertinentes ao que se pretende problematizar aqui sobre as ordens afetuais que nos convocam e impelem (neste processo de energização e humorificação). Vivendo numa tecnocracia, em que as máquinas midiáticas constituem modos dominantes de construções narrativas da sociedade contemporânea, narrar seria uma forma de dar sentido à vida, frisa Rincón. Compreendendo os meios de comunicação como meios de interpelação social onde estas narrativas se configuram, narrar seria uma forma de visibilizar, e a visibilização da narrativa, assim, uma forma de dar vida, de fazer ter voz.



Nisto, a potência dos meios de comunicação se daria pela capacidade interacional (entre produtores e audiências, isto é, entre os interagentes) no processo narrativo (RINCÓN, 2006, p. 101). Numa cultura midiaticizada, em que os meios de comunicação, por conta deste potencial narrativo, ocupam espaço central nossas vidas, Rincón concebe portanto as narrativas midiáticas como meios práticos de conexão deste nosso ser-no-mundo. Viver é contar a vida, e a grande promessa dos meios de comunicação, agora atravessados também pela internet e suas redes digitais, seria a de oferecer máquinas narrativas como dispositivos de compreensão social.

Eva Illouz (2009, p. 129) entende as narrativas midiáticas também como narrativas terapêuticas pela sua atuação em campos e capitais afetivos (na narrativa da autorrealização, por exemplo), pensando em especial sobre como estas narrativas configuram uma nova forma de nos relacionarmos afetivamente, nos energizando:

O afeto não é uma ação em si, mas é a energia interna que nos impele a agir, que confere um “clima” ou uma “coloração” particulares a um ato. Por isso, o afeto pode ser definido como o lado da ação que é “carregado de energia”, no qual se entende que essa energia implica, simultaneamente, cognição, afeto, avaliação, motivação e o corpo. Longe de serem pré-sociais ou pré-culturais, os afetos são significados culturais e relações sociais inseparavelmente comprimidos, e é essa compreensão que lhes confere sua capacidade de energizar a ação. O que faz o afeto transportar essa “energia” é o fato de ele sempre dizer respeito ao eu e à relação do eu com outros culturalmente situados. (ILLOUZ, 2011, p. 09).

A partir de Illouz, tem-se, então, que tais afetos e, por extensão, o amor, seriam as formas elementares de vida, o que nos faz pensar em como a energização na internet (e os processos de humorificação, que veremos a seguir) se colam a estas noções – na medida em que também desejamos participar efetivamente da rede por esta energia convocatória que nos impele a agir. Neste rumo, o pensamento de Türcke (2010, p. 39) vem ao encontro da ideia de mobilização dos sujeitos como seres sensíveis quando diz que “(...) somos inescapavelmente dependentes das sensações que nossos órgãos sensoriais nos transmitem. O que não for sensação, não existe para nós, pois não podemos compreender o mundo passando ao largo de nossos sentidos”. Assim, também ancorados na ideia de princípio do prazer, nosso espírito do tempo parece cada vez mais demandar o desejo de sensações espetaculares – precisamos ver, fotografar, visualizar.



Outorgamos um caráter imediatista e urgente àquilo que nos circunda, provocando sentimentos como pavor, pânico, êxtase e *frisson* a partir do próprio uso que fazemos das redes digitais, por exemplo.

Neste contexto, se expressa que as sensações das quais somos dependentes também são constantemente associadas a processos de tensão – que não precisam, necessariamente, estar associados a processos individuais, mas podem estar ligados àqueles sociopolíticos (TÜRCKE, 2010, p. 109). Neste rumo, a excitação evocada pela energização em ambientes digitais – ligando isto ao que nos instiga, provoca, sensibiliza a, de algum modo, estarmos presentemente ativos em sites de rede social (postando, compartilhando, curtindo, comentando, “retuitando”, favoritando), nos aplicativos de conversação, nos ambientes digitais de partilha de informação, etc, pode ser associada com processos de humorificação energizados aí.

A humorificação e a energização na internet

No intuito de levantarmos uma discussão sobre a energização (e aquilo que a ela se atrela, como as afecções, sensações, excitações), de maneira a pensarmos sobre o *buzz* nas redes e nossas práticas sociais engendradas neste processo, cabe tensionarmos estes pontos teóricos a um dos temas que tem se configurado como potencializadores desta energização discutida aqui: o humor. Para tanto, abordaremos questões relacionadas ao humor/humorificação para, em seguida, apresentarmos uma análise exploratória pontual, a partir de imagens coletadas na web. Esta análise estará baseada no episódio recente da carta do, à época, vice-presidente Michel Temer endereçada à presidente da República, Dilma Rousseff⁴. Ao falarmos de energização, ela também corrobora a importância que o humor tem hoje, sobretudo, no ecossistema digitalizado. Neste contexto é cada vez mais possível observar narrativas, ações e/ou interações em que, por meio do humor e do riso, atuam tanto no sentido de gerar *buzz* vinculado ao entretenimento (da piada, de sedução frente a outros atores de nossa rede), quanto pelo viés de crítica ou contestação.

⁴ Íntegra da carta disponível em <http://g1.globo.com/politica/noticia/2015/12/leia-integra-da-carta-enviada-pelo-vice-michel-temer-dilma.html> Acesso em 15/05/2016.



Para a energização adquirir potência há também um fator estritamente imbricado à tecnologia: a característica de instantaneidade e fluidez da própria web. Ou seja, não podemos desconsiderar que o ferramental associado às redes auxilie a promulgar ideias, apropriações e memes⁵ de forma veloz, ágil (convocando assim, mais atores a fazerem parte ou estarem conectados a um mesmo tipo de informação). Neste sentido, dentro da ordem das afecções, o humor se presta a ser um tema excepcional para congregar estas trocas e propagações. Apontamos tal afirmação tendo em vista a noção de Bergson (2007, p. 6): “O riso deve ter uma significação social”. Assim, a partir dos movimentos coletivos em torno do riso, o que se pode constatar é a circulação de uma série de produções parodísticas, conteúdo ancorado pelo conceito de *digital trash*. O *digital trash* é compreendido como “fenômeno típico da cibercultura que envolve as práticas de produção, reprodução, compartilhamento e consumo de produções textuais e audiovisuais fundamentadas em uma estética intencionalmente tosca” (FONTANELLA, 2009, p. 3). Neste contexto:

Estas conformações permeadas pelo *digital trash* parecem estar imbricadas nas tramas de um tipo de humor que se percebe em distintos ambientes digitais contemporâneos. Este “tipo de humor” é promovido entre os usuários como a “zueira” (com variações para zueira, zoeira e zoera) (BARBOSA, 2015, p. 103).

Na internet encontramos diversas expressões ligadas à noção de “zueira”, tais como “The Zueira Never Ends”, “A zueira não tem fim” e “A zueira nunca acaba”. A ideia de não ter fim ou não acabar se vincula diretamente à discussão sobre energização – visto que cotidianamente vemos direções múltiplas que a rede oferta para a produção de conteúdo permeada e/ou construída pelo humor. O tipo de humor fomentado pela “lógica da zueira” (BARBOSA, 2015, p. 105) e impulsionado por forte energização nas redes é bastante criativo e não parece ter nenhuma restrição a assuntos que, pelo modo de abordagem dado ali, poderiam ser considerados polêmicos em outros meios

⁵ Meme é um termo cunhado por Richard Dawkins, em 1976, no seu livro “O Gene Egoísta” (2001), advindo da palavra grega “*mimeme*” (significando algo que é imitado). Compreende-se aqui, portanto, que os memes são informações replicantes, ideias que se repetem por imitação — de modo análogo aos genes. Dawkins aponta como exemplos de memes: “melodias, ideias, ‘slogans’, modas do vestuário, maneiras de fazer potes ou de construir arcos” (DAWKINS, 2001, p. 214).



(políticos, religiosos, sexuais, por exemplo) – o que agrega a esta energização uma espécie de ideário de liberdade.

Ilustraremos aqui um exemplo recente, que mobilizou e provocou energização nas redes e está fortemente marcado por esta humorificação da “lógica da zuera” em diálogo direto com o fenômeno do *digital trash*. Trata-se do episódio da carta do vice-presidente Michel Temer endereçada à presidente da República, Dilma Rousseff. Em um momento de crise política no país, em que o partido de Temer, PMDB, se mostrava dividido em relação ao apoio ao processo de impeachment (acolhido pelo presidente da Câmara dos Deputados, Eduardo Cunha), o então vice-presidente enviou uma correspondência pessoal para chefe do Executivo. Na correspondência, vazada para imprensa no dia 7 de dezembro de 2015, há trechos em que Temer aponta ter sido um “vice-decorativo” durante o primeiro mandato, tendo perdido “todo protagonismo político” que já obtivera no passado. Nela, também lista fatos que envolvem derrotas que sofreu com atos de Dilma. Logo após a divulgação do teor da carta, começaram a circular memes, montagens, apropriações e vídeos⁶ de humor fazendo referência à publicação de Temer. O volume de conteúdo relacionado e explorando facetas humorísticas que seriam improváveis de vermos em outros ambientes ou meios de comunicação nos faz apontar que o *buzz* aí gerado se deu, sobretudo, a partir das produções relacionadas à “zuera”. Cremos que este é um bom exemplo para evidenciar como esta energização circula tendo em vista a diversidade dos locais de publicações - sejam em sites de rede social, sites, blogs, aplicativos de conversação, etc. – e a intensidade da profusão de participação dos sujeitos e novas produções de sentido a partir de um episódio factual. Os exemplos destacados a seguir, oriundos de conjuntos de imagens capturadas na web⁷, parecem dar conta de enfatizar a energização a partir de

⁶ Um dos vídeos de maior expressão se intitula “Marcelinho lendo a carta do Temer”, com um personagem, uma marionete, conhecido por ler contos eróticos no canal de humor “Alta Cúpula”, lendo a carta na íntegra. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=9UU6tjK0X0s>>. Acesso em 10/05/2016.

⁷ O material utilizado como base empírica deste artigo foi coletado através de buscas realizadas no Google, em fevereiro de 2016, a partir das expressões “carta do Temer” (ou “carta + Temer”), “Temer e Dilma” (ou “Temer + Dilma”) e pela *hashtag* #CartadoTemer. Os resultados levaram a capturas de imagens de sites de rede social, portais de notícias, blogs e sites de humor e sites informativos de jornais.



tipos vários de sensibilização e correntes de manifestações pela expressão do humor – ou seja, num processo de humorificar um episódio, torná-lo cômico e, em efeito cascata, convocando mais sujeitos a participarem da partilha da graça e do risível. Ademais, para além do mérito de acentuar e reforçar, através das imagens, trazê-las aqui auxilia a alinhar apontamentos teóricos levantados ao longo do texto. O referido “efeito cascata” dialoga com o conceito de dromoaptidão (TRIVINHO, 2005), tendo em vista que ele tende a ocorrer em função da agilidade nas apropriações, neste caso, pela piada, e posterior agilidade na publicação das mesmas. Na sequência, realizamos uma categorização pontual das imagens relacionadas à carta de Michel Temer, em três grandes grupos temáticos: a) origem de circulação, b) relações com temas contemporâneos e c) produções de imagens inéditas a partir de um mesmo episódio.

a) Origem de circulação

Um dos aspectos de relevância para mostrar como certo assunto gerou energização, nestes processos de humorificação nas redes digitais, é observar por quais ambientes os memes e apropriações, por exemplo, circularam. No caso em questão, indicamos exemplos pontuais de imagens em quatro situações – no Facebook, no Twitter, no Instagram e no aplicativo de troca de mensagens WhatsApp (FIG.1):

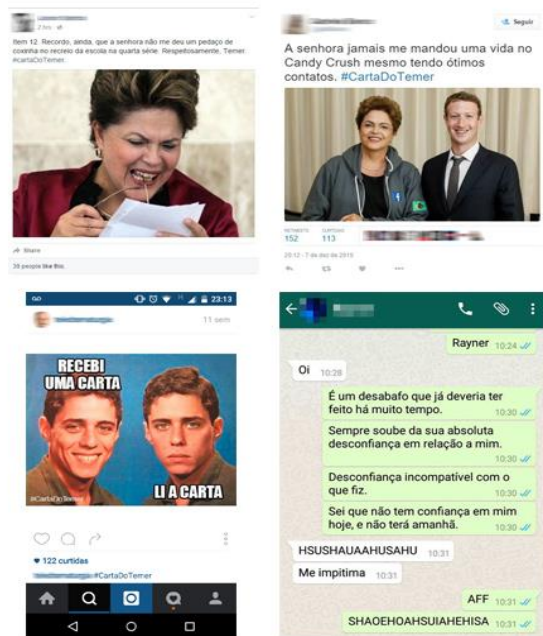


FIGURA 1 – A energização do episódio “Carta do Temer” em diferentes ambientes digitais
FONTE – MONTAGEM DAS AUTORAS DE CAPTURAS NO GOOGLE

Inicialmente, vê-se que há apropriações de imagens de Dilma acrescidas de legendas ou textos que as acompanhem. Tais casos são do Facebook e do Twitter - o primeiro, com uma fotografia retirada de outro contexto em que a presidente aparece lendo um bilhete ou documento e agora recebe uma legenda fazendo referência ao lamento de Temer (“*Recordo, ainda, que a senhora não me deu um pedaço de coxinha no recreio da escola...*”); o segundo, a partir de uma imagem da chefe do Executivo com Mark Zuckerberg, fundador do Facebook, em que também se faz chacota sobre as reclamações do vice-presidente. Em seguida há uma imagem retirada do Instagram, em que se percebe uma dinâmica interessante: o uso de um meme já existente (da imagem de capa do primeiro LP de Chico Buarque) para criação de um novo fazendo referência à carta. A última imagem do conjunto é exemplo de uma espécie de corrente propagada no WhatsApp: os usuários enviavam trechos da carta de Temer a outro alguém de modo a verificar qual seria a reação da pessoa (que por vezes interagira sem saber do que se tratava e, em outras ocasiões, reforçava a piada recebida). Ao passo que se percebe a difusão de um mesmo fato pontuado pelo humor, a tendência, por conseguinte, é que o



buzz gerado nas redes se multiplique (até o esgotamento natural do caso e/ou surgimento de nova onda de energização que chame atenção para outro assunto).

b) Relações com temas contemporâneos

Outro vetor que potencializa a energização e humorificação de episódios específicos nestes contextos é efetuar a associação direta com temas contemporâneos que façam parte e estejam na tessitura cotidiana. Como vimos a partir de Türcke (2010), a ideia de sensação se liga, entre outras expressões, à emoção e ao sentimento. Assim, memes que estabelecem forte significação com base em séries de televisão/Internet, filmes, personalidades da cultura pop e mesmo nos quadrinhos (FIG.2), tendem a recrutar aquilo que é da ordem da dinâmica de nossos afetos, nos impelindo a participar ativamente desta energização. Isto também toca à “libido da pertença” (SERRES, 2015), da aspiração de agir em conjunto e do prazer e alegria que a isto se atrelam. Na FIG. 2, apresentada a seguir, podemos ver exemplos que explicitam esta abordagem:



FIGURA 2 – A energização do episódio “Carta do Temer” relacionada a temas contemporâneos
FONTE – MONTAGEM DAS AUTORAS DE CAPTURAS NO GOOGLE



Aqui constatamos a comparação entre Michel Temer e Frank Underwood (personagem da websérie norte-americana “House of Cards”, interpretado por Kevin Spacey). Na série, Underwood é um senador sedento pelo poder e pelo desejo de chegar ao cargo de presidente. Neste exemplo, portanto, se estabelece um tipo de piada que dificilmente circularia em outros meios – vista a comparação ser com um personagem sem escrúpulos, antiético, etc. Outra exploração da carta se deu inserindo a mesma como se fosse a abertura dos filmes da franquia “Star Wars” (circulando tanto em forma de imagem como em vídeo, com trilha sobreposta ao movimento do texto na tela).

Além disso, também há associação direta com personagens da cultura pop, como se percebe aqui com a cantora Jennifer Lopez figurando ao lado de Dilma. Este *buzz* em torno da carta foi visto até mesmo em quadrinhos, como é o caso do personagem “O Pintinho”, criado pela cartunista Alexandra Moraes. Neste exemplo, vê-se que a energização e humorificação nas redes digitais podem acabar interferindo ou fazendo eco em outros meios – este mesmo quadrinho também foi publicado na Folha de São Paulo (reforçando que Alexandra Moraes é uma personalidade importante no cenário da web brasileira, sobretudo por meio de seu perfil no Twitter – e que começou a publicar no jornal impresso depois de seu sucesso em ambientes digitais). Ou seja, a energização e humorificação que ocorrem na Internet podem ser tão incensadas que outros meios de comunicação podem buscar aí fontes para construção de conteúdo – o que se configura como um caminho muito interessante na cultura midiática hoje: fatos, episódios, pessoas, assuntos “bombam” na web, pelo *buzz* que produzem, acabam chamando a atenção da televisão, dos jornais, das revistas, etc.

c) Produções de imagens inéditas

Um terceiro vies, observado pontualmente nestes processos de energização e humorificação, fala das produções de imagens inéditas com origem em um mesmo tema. A isto se conecta a noção do prazer de participar de uma corrente energização, assim como nos inclinamos a pensar, genericamente, que esta é uma dinâmica muito forte de particularização brasileira. Há uma profusão de imagens feitas circunscritas à humorificação. Parece haver aqui um sentido fino para a ironia e para a mobilização



amparada na “carnavalização” (BAKHTIN, 1996) – da vontade individual de fazer parte da coletividade (que soa como uma das forças motrizes da própria energização), do princípio em que os marginalizados se apropriam do centro simbólico e da própria representação de liberdade (que se agrega ao ponto de ideário mais libertário colado na “lógica da zuera”). De outra parte, se faz necessário ponderar que além da noção de prazer ou sentimento de pertença e possibilidade libertária, algo que nos intima na inclusão desta energização é o imperativo da urgência (TRIVINHO, 2005), no sentido da pressão de participar, integrar, estar a par do assunto do momento. Aqui trazemos exemplos de produções de imagens inéditas, conforme segue (FIG.3):



FIGURA 3 – A energização do episódio “Carta do Temer” e as produções inéditas a partir dele
FONTE – MONTAGEM DAS AUTORAS DE CAPTURAS NO GOOGLE

Nesta montagem temos três apontamentos: o primeiro deles é um exemplo de como uma *fanpage* de humor no Facebook (“Artes Depressão”) se apropria do tema energizado em questão e provoca uma nova possibilidade de expressão – por meio de uma pintura com inspiração mais clássica promovendo a piada sobre a carta de Temer. Em seguida, há a criação de imagem com base na figura de um teclado de computador e no lugar das teclas das letras todas estão repetidas com a mesma sílaba “Mi”. A graça se dá por referenciar o que seria o lamento, o dito “mi-mi-mi” do então vice-presidente no tom de sua carta para Dilma Rousseff. Por fim, há a simulação de reprodução de uma página de *scrapbooks* (recados) do Orkut – site de rede social que se popularizou no Brasil desde 2004, ano de sua criação, até sua recente desativação em 2014. Nesta “reprodução” Michel Temer deixa o seguinte recado no perfil de Dilma: “*po eu falei p*



naum aseitar o depoimento!!!11 apaga lah pqp". Há, portanto, uma imitação de linguagem utilizada por muitos usuários (condensações de palavras, falta de acentuação e ordem de regras ortográficas, etc.), além de ser uma piada com o próprio sistema do Orkut e que se configurava como uma reclamação constante – a falta de possibilidade de se enviar uma mensagem direta para outro usuário (o que provocou a adaptação de se enviar um depoimento secreto de maneira que depois a outra pessoa o apagasse).

Considerações finais

Este trabalho intentou discutir aspectos teóricos que atravessam a energização e a humorificação, fenômenos aqui que dialogam e são postos em relação pela operação coexistente de suas expressões na ambiência digital. Com uma análise exploratória do caso da carta de Michel Temer endereçada à Dilma Rousseff, buscamos evidenciar alguns percursos do processo de energização (e de sua potência) em ativação e circulação em diferentes ambientes digitais. A partir desta análise foi também possível observar vieses distintos da humorificação atrelada a esta energização – envolvendo imagens pautadas na dinâmica do “*digital trash*” (FONTANELLA, 2009) e, conseqüentemente, da “lógica da zuera” (BARBOSA, 2015). Enfatizamos a noção de que este novo imperativo do tempo, ordenado pelas convocatórias emergenciais de participação na internet, ocorre por estar associado a esta rede energizada e relações e dinâmicas que nos convocam e impelem a tomar parte deste *buzz* - tanto pela alta pressão imposta pelas dromocracia (TRIVINHO, 2005) do meio, quanto pelo desejo de pertença, pela sensação de prazer em participar.

Nesta miríade de produção e compartilhamento de informações em torno de um mesmo tema, também nos parece haver uma particularidade brasileira – de se colar à “carnavalização” (BAKHTIN, 1996) e desejo de expressão mais liberto e/ou utópico, característica presente na pluralidade da cultura brasileira. Ressaltamos ainda que se tratou de estudo exploratório inicial, no qual procuramos estabelecer articulações entre energização, afetos e humorização, além de destacarmos a necessidade de novos estudos para pensar tais dinâmicas nas redes digitais. Conforme pontua Virilio (1993) sobre investigar as transformações humanas considerando as novas energias (tal como a da



informação), intentou-se aqui refletir sobre as ordens afetuais destes processos contemporâneos de sensações, sensibilidades e afetos comunicativos.

Referências

BAKHTIN, Mikhail. **A cultura popular na idade média e no renascimento: o contexto de François Rabelais**. Brasília: Edunb/Hucitec, 1996.

BARBOSA, Camila Cornutti. **Celebridades e apropriações humorísticas em blogs: uma análise do “Morri de Sunga Branca” e do “Te Dou Um Dado?”**. Porto Alegre: Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Tese de doutorado. Disponível em: <<http://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/115195>>. Acesso em 10 maio 2016.

BERGSON, Henri. **O Riso**. São Paulo: Martins Fontes, 2007.

CASTELLS, Manuel. **A galáxia da Internet**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

_____. **A Sociedade em Rede**. Paz e Terra, 2002.

DAWKINS, Richard. **O Gene egoísta**. Belo Horizonte: Itatiaia, 2001.

FONTANELLA, Fernando. **O que vem de baixo nos atinge: intertextualidade, reconhecimento e prazer na cultura digital trash**. XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Curitiba, PR. Setembro, 4-7, 2009.

HARVEY, David. **Condição Pós-Moderna**. São Paulo: Loyola, 1992.

ILLOUZ, Eva. **El consumo de la utopía romántica**. El amor y las contradicciones culturales del capitalismo. Katz Editores: Madrid, 2009.

_____. **O amor nos tempos do capitalismo**. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

LE MOS, André. **Ciber-cultura-remix**. São Paulo, Itaú Cultural, 2005.

RINCÓN, Omar. **Narrativas mediáticas: como se cuenta la sociedad del entretenimiento**. Barcelona: Editorial Gedisa, 2006.

SERRES, Michel. **Narrativas do humanismo**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2015.

SPINOZA, Baruch. **Ética**. Belo Horizonte: Autêntica, 2008.

TAVARES, Francine. **Aprendendo a amar: considerações sobre os aspectos cognitivos dos afetos e das emoções**. Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho “Comunicação e Cibercultura”, do XXIV Encontro Anual da Compós, na Universidade de Brasília (UnB), de 09 a 12 de junho de 2015.

TÜRCKE, Christoph. **Sociedade excitada: filosofia da sensação**. Campinas: Unicamp, 2010.

TRIVINHO, Eugênio. **Introdução à dromocracia cibercultural: contextualização sóciodromológica da violência invisível da técnica e da civilização mediática avançada**. Revista FAMECOS, Porto Alegre, nº 28, dezembro de 2005.

VIRILIO, Paul. **O espaço crítico: e as perspectivas do tempo real**. São Paulo: Editora 34, 1993.