

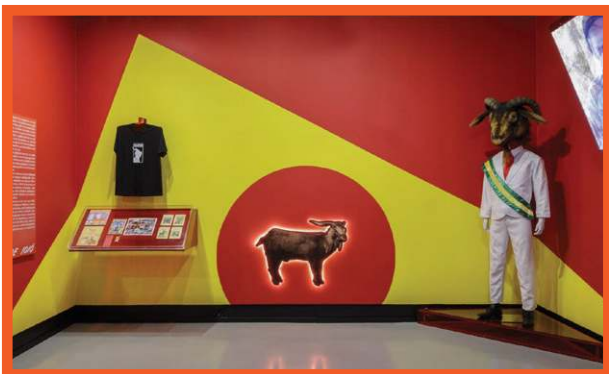
EVENTO NO CCBB
PROMOVE OFICINAS
DE MEME E
REFLEXÃO SOBRE O
HUMOR COM
BATE-PAPO COM
CONVIDADOS COMO
MARCELO TAS E A
BAIANA DO
MALFEITONA



Malfeitona,
produtora de
conteúdo



O CCBB reúne uma coleção de memes: verve nacional nas redes



Histórias populares viram meme com a maior facilidade

Divulgação



Meme: no
Brasil da
memeficação

Viktor
Chagas,
pesquisador



» NAHIMA MACIEL

A criatividade do brasileiro para a criação de memes é notável, mas a raiz dessa particularidade não está apenas na facilidade e rapidez proporcionadas pela internet e, sim, na maneira como o humor ocupa espaço na vida nacional. É para falar e refletir exatamente sobre essas particularidades que o evento Memefolia traz para o Centro Cultural Banco do Brasil (CCBB), a partir de hoje, um time de convidados que pensam, fazem e estudam os memes no Brasil. A série de bate-papos vai reunir nomes como o roteirista e apresentador Marcelo Tas, o pesquisador Victor Chagas, a influenciadora e tatuadora Malfeitona, a artista Pamela Anderson, a comediantes Raquel Leal e os curadores Clarissa Diniz e Ismael Monticelli, idealizadores da exposição *MEME: no Br@sil da memeficação*, em cartaz no CCBB.

Temas como os limites do humor e seu lugar na cultura digital, a preservação da memória coletiva, as relações entre o riso e a política e o papel da produtividade, da autoajuda e da meritocracia no mundo das redes sociais serão discutidos pelos convidados em encontros gratuitos até 7 de fevereiro. É uma oportunidade de revisitar a história do humor brasileiro e de refletir sobre uma linguagem especialmente amada por parte dos brasileiros. “O brasileiro ama um meme porque ama tecnologia”, acredita o roteirista e humorista Marcelo Tas, apresentador do programa *Provoca*, na TV Cultura.

Tas criou, nos anos 1980, o repórter Ernesto Varela, que não tinha medo de fazer perguntas difíceis nos corredores do Congresso. A exposição do CCBB traz um dos quadros do falso repórter, que chegou a transmitir entrevistas antológicas em redes como Manchete, Record, Gazeta e SBT. “O brasileiro tem uma adesão à tecnologia, isso está em vários estudos, que é totalmente acima da média. Sempre no pódio quando o assunto é rede social, lançar moda, inventar expressões novas, trendings, invadir a conta dos outros e isso vem da nossa cultura. Somos pessoas sociáveis e temos essa desfaçatez em relação às ferramentas”, avalia. Uma série de atividades para público de todas as idades também fazem parte da programação, que tem início hoje com a oficina Tatuagem de chiclete, da baiana Malfeitona. Produtora de conteúdo desde os 14 anos, amulitartista

H e l e n F e r n a n d e s , o u a M a l f e i t o n a , e n c a r a a i n t e r n e t c o m o u m m u n d o d i v e r s o q u e a b r a ç o u a t r a d i ç ã o o r a l b r a s i l e i r a c o m u m h u m o r e x p r e s s i v o e s a t i r i c o . A v o c a ç ã o p a r a o m e m e é u m a p r o v a d i s s o .

No Brasil, explica Malfeitona, o meme se tornou um dispositivo cultural. “É um dispositivo de expressão política, de comunicação, muito importante por diversos fatores. O Brasil é um país de muita tradição oral, de pessoas muito expressivas, é um país muito satírico”, explica. “E, materialmente falando, o meme é uma informação de dado leve, a imagem não precisa ter um tamanho grande, não precisa ter uma internet excelente, não precisa ter um celular com um processamento excelente para você conseguir processar.” Essa característica ajuda a popularizar esse tipo de informação.

Os memes produzidos por Malfeitona estão na exposição *MEME: no Br@sil da memeficação*, que ocupa o CCBB com conteúdo de humor produzido para o meio digital no Brasil nos últimos 30 anos. A artista lembra que a facilidade de acesso a esse tipo de humor tem vários aspectos, começando pelo fato de que nem todos têm disponível uma internet de alta velocidade ou um pacote

de dados robustos. O aspecto democrático é importante no mundo dos memes. “É isso que é muito relevante no contexto brasileiro. Você tem um tipo de informação que circula rápido e isso ajuda a se tornar tão popular”, diz.

Outro aspecto é o da linguagem, construída para eliminar barreiras e facilitar a comunicação. “O meme é um tipo de linguagem que coloca menos barreiras em relação à escolaridade, por exemplo, em relação ao nicho em que se vive. Óbvio que tem a faixa etária, classe social, estilo, se a pessoa é mais alternativa, se a pessoa é heterotop. Óbvio que as coisas vão fazer mais sentido quando é mais específico mas, de forma geral, aquela máxima de uma imagem vale mais do que 1.000 palavras também se aplica aos memes e consegue se comunicar muito bem assim”, diz a artista, que encara redes sociais como uma espécie de espaço de lazer. Para Malfeitona, o gosto do brasileiro pelos memes tem mais uma explicação: é um povo que gosta de rir da própria desgraça. “O brasileiro é bem ligeiro, gosta de humor, é meio ácido, é crítico, apesar do que se fala. E gosta de reclamar e apontar o dedo no que está errado, mas sabe ser leve também. Mesmo sendo crítico, garante.

Durante a oficina Tatuagem de chiclete, Malfeitona, que também é tatuadora, vai levar os participantes a explorarem a criação de desenhos simples e carregados de humor que serão transformados em tatuagens temporárias. A artista pretende, assim, resgatar a memória afetiva das tatuagens temporárias que acompanhavam algumas marcas de chicletes nos anos 1980. Hoje, ela participa ainda do bate-papo *Vocês não estão prontos para essa conversa*, com a artista brasileira Pamela Anderson e o pesquisador Viktor Chagas, professor do Departamento de Estudos Culturais e Mídia da Universidade Federal Fluminense.

Coordenador do #MUSEU-deMEMES e autor das coletâneas *A Cultura*

dos Memes (2020) e *A Cultura dos Memes no Brasil* (2024), Chagas conta que a história desse tipo de expressão no Brasil começa nos anos 1980, quando a internet ainda era, praticamente, inexistente como meio de comunicação de massa. O vídeo conhecido como *Batman da Feira da Fruta*, realizado em formato VHS, com discurso politicamente incorreto, seria um marco do nascimento do meme brasileiro. Esse material, uma dublagem da série *Batman e Robin dos anos 1960*, ganhou notoriedade anos mais tarde, com o surgimento do YouTube, por volta de 2006.

Para Chagas, cada país tem seu estilo de meme. “O humor, no fundo, dá vazão a uma certa expressão cultural, que é diferente de lugar para lugar, de região para região”, diz. A produção memética de países como os Estados Unidos, a Rússia, a China, a África do Sul e o México, por exemplo, são muito efervescentes. O pesquisador explica que a produção norte-americana nas mídias sociais geralmente está associada ao humor que extravasa, à liberdade de expressão, uma lógica muito típica da cultura norte-americana, enquanto na os memes da China estão mais associados a uma dinâmica subversiva, justamente por conta do controle intenso e rigoroso das plataformas digitais. “E no Brasil, a gente poderia associar a cultura memética a uma cultura que se expressa através de uma certa autoafirmação”, diz Chagas. A ideia da gambiarra, da favela, do precário está presente nas soluções criativas.

“É rir da própria desgraça. É uma expressão muito típica do humor brasileiro na internet.”

TATUAGEM DE CHICLETE

Oficina ministrada por Malfeitona. Hoje, às 15h, na Galeria 4 do CCBB. Entrada gratuita, mediante retirada de ingresso no site bb.com.br/cultura e na bilheteria física do CCBB Brasília. Não recomendado para menores de 14 anos.

VOCÊS NÃO ESTÃO PRONTOS PARA ESSA CONVERSA

Bate-papo com Malfeitona, Pamela Anderson e Viktor Chagas. Hoje, às 17h30, na Galeria 4 do CCBB. Entrada gratuita, mediante retirada de ingresso no site bb.com.br/cultura e na bilheteria física do CCBB Brasília. Classificação indicativa livre

MONTE O SEU MEME

Oficina ministrada por Pamela Anderson. Amanhã, às 15h, na Galeria 4 do CCBB. Entrada gratuita, mediante retirada de ingresso no site bb.com.br/cultura e na bilheteria física do CCBB Brasília. Classificação indicativa livre

ENTREVISTA // MARCELO TAS

Qual o lugar do meme no humor brasileiro?

O lugar do meme é saúde mental. Esse é o departamento do meme. É algo que pode nos ajudar a olhar para esse mundo torto com uma lente paradoxalmente e igualmente torta. Essa é minha pequena teoria do humor: é uma lente torta e, como o mundo é torto, muitas vezes ele consegue traduzir com mais precisão do que a lógica, a ciência, as pessoas que têm bom senso. Às vezes, o humorista consegue coisas que, para as outras áreas, é mais difícil. Um meme é uma partícula disso.

Como é para você olhar para Ernesto Varella hoje? Ele envelheceu bem?

O fato de estar numa mostra dessa qualidade me deixa com uma vontade de achar que o Varella ainda é muito atual, para o bem e para o mal. E é mesmo. É um personagem que tem uma característica que é quase ao contrário da era que a gente vive. Ele é ingênuo, ele faz perguntas muito simples, de criança. E, talvez por isso, são perguntas difíceis, até hoje ainda não respondidas. Consigo ver muito o Varella no Congresso hoje. Creio que essa forma de fazer humor se caracteriza por duas coisas: primeiro, o uso de tecnologia. É difícil hoje alguém olhar pera ele e entender que as câmeras que a gente usava pesavam 13 quilos. E a gente entrava

como se estivesse com smartphone na mão, de maneira muito orgânica, colada no corpo. E os temas do Varella sempre foram muito ousados, espinhosos. E essa é uma característica do humor hoje, nas redes, do humor digital. E a diversidade que existe hoje entre os humoristas me enche o coração de alegria. Você tem desde o João Pimenta, um cara que é um humorista que respeito demais e que independentemente da tevê, criou sua forma de fazer humor até podcasts, o medo e delírio em Brasília. Tem um drive de usar tecnologia para quebrar em pedaços e realidade e criar uma narrativa aqui. Por mais absurda que seja muita vezes é mais próxima da realidade do que um editorial sério, que também é muito relevante. Esse jeito de humorista consegue mesmo traduzir o noticiário e comentar de uma forma precisa. E o que é mais bacana é que é imprecisa. É imprecisa já a partir de um pacto com o público, o público do humor sabe que vai receber uma coisa que é imprecisa, é uma brincadeira, é uma arte, um redesenho da realidade. E se esquece disso e muitas vezes está ali debatendo a realidade e comentando os fatos traduzidos por humoristas. Não só no Brasil, nos EUA a gente vê agora nesta crise os humoristas traduzindo essa crise, e junto com os jornalistas. O Varella nasceu muito nesse ambiente, é um jornalista falso,

já se autodenúncia de cara, e ganhou uma adesão inclusive no meio jornalístico. Sempre procurei trabalhar junto, entender. E essa peça que está em Brasília curiosamente é uma peça polêmica que não foi ao ar. Nasceu dentro dessa mistura de jornalismo e humor. E está numa mostra de arte, acho isso revelador do estágio muito criativo que a gente tá.

Na época do Ernesto Varella era mais difícil fazer esse humor de circulação rápida, imediata?

Pra mim, o que muda é o contexto, a velocidade, a maneira como a gente produz e como distribuímos. Antes, para distribuir, tinha que ralar muito com meus amigos para ter a confiança de uma TV que colocasse no ar. Essa é a grande diferença. Hoje tem a distribuição explosiva, o que melhora bastante para quem quer se arriscar, mas, ao



RENAIO NASCIMENTO

mesmo tempo, cria uma gigantesca demanda, uma competição enorme para ser reconhecido e chegar nas pessoas. Havia uma dificuldade mecânica, precisava de uma TV pra colocar no ar, correr atrás de um arranjo, uma coisa até política, ideológica. Hoje você tem muitos canais e até a falsa ilusão de que é do seu canal.

Qual a maior característica do humor brasileiro?

A gambiarra. O humor brasileiro olha a partir das nossas deficiências. Partimos sempre dessa condição de ser o único país da América do Sul que fala português, um país estranho, maravilhoso e, ao mesmo tempo, injusto, violento. É muita contradição. O Brasil é um país de humoristas porque é abundante demais em contradições, burrices, em figuras estúpidas no poder. É uma forma de defesa o humor, ao tentar traduzir essa indignação, essa aflição que, às vezes, dá na gente. Você procura traduzir de um jeito que transforma talvez esse sofrimento e devolve para quem está causando o sofrimento. Essa é a missão do humor.