



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA  
INSTITUTO DE HUMANIDADES, ARTES E CIÊNCIAS  
PROGRAMA MULTIDISCIPLINAR DE PÓS-GRADUAÇÃO EM  
CULTURA E SOCIEDADE**

***A “BOLADA” DAS REDES***  
***Um estudo sobre entrelaces de gênero, humor e mídia em Dilma Bolada***

**por**

**ADRIANA JACOB CARNEIRO**

**Orientador(a): Prof<sup>ª</sup>. Dr<sup>ª</sup>. LINDA RUBIM**

**SALVADOR  
2019**

**UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA  
INSTITUTO DE HUMANIDADES, ARTES E CIÊNCIAS  
PROGRAMA MULTIDISCIPLINAR DE PÓS-GRADUAÇÃO EM  
CULTURA E SOCIEDADE**

***A “BOLADA” DAS REDES***

***Um estudo sobre entrelaces de gênero, humor e mídia em Dilma Bolada***

**por**

**ADRIANA JACOB CARNEIRO**

**Orientador(a): Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. LINDA RUBIM**

Tese apresentada ao Programa Multidisciplinar de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade do Instituto de Humanidades, Artes e Ciências como parte dos requisitos para obtenção do grau de Doutor.

**SALVADOR  
2019**

Ficha catalográfica elaborada pelo Sistema Universitário de Bibliotecas (SIBI/UFBA),  
com os dados fornecidos pelo(a) autor(a).

Jacob Carneiro, Adriana

A "Bolada" das redes: um estudo sobre  
entrelaces de gênero, humor e mídia em Dilma Bolada. / Adriana  
Jacob Carneiro. -- Salvador, 2019.  
226 f.

Orientador: Linda Rubim.

Tese (Doutorado - Programa Multidisciplinar de Pós-  
Graduação em Cultura e Sociedade) -- Universidade Federal da  
Bahia, Instituto de Humanidades, Artes e Ciências, 2019.

1. Gênero. 2. Humor. 3. Redes Sociais. 4. Dilma Bolada. 5.  
Impeachment. I. Rubim, Linda. II. Título.

## Ata da reunião de defesa oral da tese



**Universidade Federal da Bahia**  
Instituto de Humanidades, Artes e Ciências Professor Milton Santos



### ATA DA REUNIÃO DA DEFESA ORAL DA TESE DE ADRIANA JACOB CARNEIRO

INTITULADA: "A 'BOLADA' DAS REDES. UM ESTUDO SOBRE ENTRELACES DE GÊNERO, HUMOR E MÍDIA EM DILMA BOLADA"

Aos 30(trinta) dias do mês de agosto do ano dois mil e dezenove, no IHAC - Instituto de Humanidades Artes e Ciências da Universidade Federal da Bahia - foi instalada a Banca Examinadora da Defesa da tese intitulada: "A 'BOLADA' DAS REDES. UM ESTUDO SOBRE ENTRELACES DE GÊNERO, HUMOR E MÍDIA EM DILMA BOLADA". Após a abertura da sessão, foi composta a Banca Examinadora formada pelos professores Drs.: **Profa. Dra. Lindinalva Silva Oliveira Rubim** – Orientador(a), pelos examinadores externos: **Profa. Dra. Carla Conceição da Silva Paiva**, **Profa. Dra. Cleidiana Patricia Costa Ramos**, e internos do Programa Multidisciplinar de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade: **Prof. Dr. Antônio Albino Canelas Rubim**, **Profa. Dra. Rita de Cássia Aragão Matos**. Conforme o Regimento Interno do Programa Multidisciplinar de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade foi dado o prazo de trinta minutos para que o/a doutorando(a) fizesse a exposição do seu trabalho e trinta minutos para que os membros da Banca realizassem a arguição. Primeiro falou o(a): **Profa. Dra. Carla Conceição da Silva Paiva**, em seguida o(a) **Profa. Dra. Cleidiana Patricia Costa Ramos**, avaliadores externos. Após os examinadores externos, fez sua arguição o(a) **Prof. Dr. Antônio Albino Canelas Rubim**, **Profa. Dra. Rita de Cássia Aragão Matos**, avaliadores internos. Depois que os membros da Banca falaram, foi dado um prazo de trinta minutos para que o(a) doutorando(a) fizesse sua réplica. Concluída a exposição, arguição e réplica, a Banca Examinadora se reuniu e considerou a tese de **Adriana Jacob Carneiro** como APROVADA. Nada mais havendo a tratar, eu, **Profa. Dra. Lindinalva Silva Oliveira Rubim**, orientador(a), lavrei a presente ata que será por mim assinada, pelos demais membros da Banca e pelo(a) doutorando(a). Salvador, 26 de abril de 2019.

Profa. Dra. Lindinalva Silva Oliveira Rubim \_\_\_\_\_  
Profa. Dra. Carla Conceição da Silva Paiva \_\_\_\_\_  
Profa. Dra. Cleidiana Patricia Costa Ramos \_\_\_\_\_  
Prof. Dr. Antônio Albino Canelas Rubim \_\_\_\_\_  
Profa. Dra. Rita de Cássia Aragão Matos \_\_\_\_\_  
Doutorando(a) **ADRIANA JACOB CARNEIRO** \_\_\_\_\_

## AGRADECIMENTOS

À minha orientadora, a professora Linda Rubim, por sua importância em minha formação como jornalista e pesquisadora, mas também como ser humano e mulher. Nessa trajetória de mais de 20 anos de aprendizado, nosso convívio acadêmico, que inclui o percurso de graduação, mestrado e doutorado, tornou-se também um lugar de afeto e respeito.

À professora Farida Jalalzai, minha orientadora no doutorado sanduíche, no Departamento de Ciência Política da Oklahoma State University, em Stillwater, nos Estados Unidos, pelo acolhimento, estímulo e contribuições para a pesquisa.

À professora KC Soares, pela dedicação ao me receber em Washington D.C. para uma importante etapa do trabalho, que envolveu visitas a Organização dos Estados Americanos (OEA), a Biblioteca do Congresso e a School for Conflict Analysis and Resolution da George Mason University.

Ao professor Albino Rubim, pelo incentivo contínuo à pesquisa acadêmica, na universidade e também durante a minha passagem pela Secretaria de Cultura do Estado da Bahia (SecultBA). Agradeço, também, pelas sugestões feitas no exame de qualificação e por ter aceito o convite para integrar a banca examinadora de defesa desta tese.

À professora Mary Garcia Castro, pelas contribuições feitas no exame de qualificação.

Às professoras Carla Paiva, Cleidiana Ramos e Rita Aragão, por aceitarem compor a banca examinadora de defesa desta tese.

À Hilary Anderson, da Comissão Interamericana de Mulheres da OEA, pela atenção em me receber e pelo acesso a importantes documentos e materiais sobre as mulheres na política.

Ao Jeferson Monteiro, criador da personagem Dilma Bolada, pela atenção, cordialidade e disponibilidade de tempo para a realização de nossa entrevista.

Aos profissionais que doaram seu tempo para participar das entrevistas da pesquisa: Bob Fernandes, Cleidiana Ramos, Frank Menezes, Leandro Colling, Marina Brito, Marta Dória, Mirtes Santa Rosa, Nara Gil e Vítor Paranhos.

Aos professores do Programa Multidisciplinar de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade da Universidade Federal da Bahia (UFBA), pela dedicação em tempos em que o papel da universidade pública é cada vez mais importante.

À Cindy Hutchinson, Pam Amos e Vincent Burke, do Departamento de Ciência Política da Oklahoma State University, pela disposição em auxiliar.

Ao Marcos Uzel, pelo estímulo, inspiração e por sua presença amiga.

À amiga Fernanda Argolo, companheira de jornada no doutorado.

À Mirtes Santa Rosa, pelas conversas sempre estimulantes, leituras compartilhadas e auxílio com os contatos dos entrevistados.

À Maria Luísa Gouveia, pelo auxílio no entendimento das muitas referências da cultura *pop* feitas por Dilma Bolada.

À professora Antonia Torreão Herrera, pela amizade e incentivo.

As(os) companheiras(os) do grupo de pesquisa Miradas pelo partilhar do conhecimento.

À professora Patrícia Moraes, pelas palavras sempre encorajadoras.

Ao professor Pedro dos Santos pelos contatos de alguns dos entrevistados para o trabalho.

Ao Gibson Alves Villa Nova Junior, pelo auxílio necessário nos elementos visuais da tese.

Pelo fundamental financiamento à pesquisa, agradeço à Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado da Bahia (Fapesb).

À Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes), e ao Programa Institucional de Doutorado Sanduíche no Exterior, por tornarem possível essa importante etapa da pesquisa.

No campo dos afetos:

À minha família, em especial a minha mãe, Elizabete Jacob, pelo apoio incondicional, e pelo incentivo ao estudo, desde as primeiras letras. Ao meu pai, Ranulfo Junior, por sua influência em meu apreço pelos livros e pela busca do conhecimento. À minha irmã, Patrícia Jacob, e ao meu irmão, Ranulfo Neto, por saberem o valor do carinho, inclusive nas travessias acadêmicas. À Nathalie Collin, pela amizade, carinho, companheirismo e auxílio em questões essenciais. À Daiana Carneiro, pelo carinho, disposição e apoio, sempre que necessário. À Angelina Jacob, pelo apoio em todos os momentos.

Ao meu companheiro, Juan Borrero, pela parceria, incentivo nas horas de insegurança e estímulo em todos momentos.

À Beatriz Solera, Zeyna Abramson e a toda a família brasileira em Stillwater. Sua presença amiga, um afoço de nossa cultura, foi fundamental para que o período de pesquisa nos Estados Unidos fosse tão enriquecedor.

Aos amigos Karla Herrera, Linda Bezerra, Silvia Dantas, Ana Fernanda Souza, Dalmar Rebouças, Fernanda Carvalho e Tatiany Carvalho pelo importante apoio, em diferentes momentos desse percurso.

À minha avó, Luiza Carneiro, representante das antigas gerações de mulheres que me precederam e que não puderam cursar uma universidade. Sua sabedoria permanece viva em nossa história.

À todas as pessoas que contribuíram, de alguma forma, para a execução deste trabalho, uma experiência enriquecedora e transformadora.

*Consideraremos como falsa toda a verdade que não venha acompanhada de risos.*

*(Friedrich W. Nietzsche)*

*A ficção é um lugar ontológico privilegiado: lugar em que o homem pode viver e contemplar, através de personagens variadas, a plenitude da sua condição, e em que se torna transparente a si mesmo; lugar em que, transformando-se imaginariamente no outro, vivendo outros papéis e destacando-se de si mesmo, verifica, realiza e vive a sua condição fundamental de ser autoconsciente e livre, capaz de desdobrar-se, distanciar-se de si mesmo e de objetivar a sua própria situação.*

*(Antonio Candido)*



## RESUMO

Este trabalho pretende investigar de que modo as questões de gênero e suas possíveis tensões são expressas em Dilma Bolada, personagem inspirada na presidenta Dilma Rousseff. A pesquisa toma como *corpus* da análise as postagens criadas por Jeferson Monteiro na rede social Facebook durante o período do *impeachment*, quando a presidenta foi destituída do cargo. Esse período de tensão política, no qual as questões de gênero tiveram importância significativa, foi analisado através de uma abordagem multidisciplinar, ancorada nos estudos de gênero, humor e redes sociais. A escolha dessa temática leva em consideração a relevância da personagem Dilma Bolada nas redes sociais, um espaço privilegiado onde são conformadas novas configurações políticas da contemporaneidade. Nessa perspectiva, um dos objetivos da pesquisa é observar a relevância das redes sociais para a constituição da personagem e analisar como o humor pode mobilizar as pessoas na sua relação com os conteúdos políticos. Na pesquisa, buscamos investigar as características da personagem associadas aos estereótipos de gênero e se elas sinalizam tensões relacionadas à presença da mulher na política. Observamos que Dilma Bolada enfatiza características que atendem a uma cultura do feminino. Em outros momentos, há uma inversão, as atitudes e comportamentos da personagem estão mais vinculados ao ser masculino. A combinação dessas representações masculinas e femininas denota uma tensão. Entretanto, os tecidos do humor do qual se constitui a personagem subvertem os papéis tradicionais de gênero.

**Palavras-chave:** Gênero. Humor. Redes sociais. Dilma Bolada. *Impeachment*.

## ABSTRACT

This paper aims to investigate how gender issues and their possible tensions are expressed in Dilma Bolada, a character inspired by President Dilma Rousseff. The research takes as its corpus of analysis the posts created by Jeferson Monteiro on the social network Facebook during the impeachment period, when the president was removed from office. This period of political tension, in which gender issues had significant importance, was analyzed through a multidisciplinary approach, based in studies of gender, humor and social networks. The choice of this theme takes into account the relevance of the character Dilma Bolada on social networks, a privileged space where new contemporary political configurations are shaped. From this perspective, one of the objectives of the research is to observe the relevance of the social networks to the constitution of the character and to analyze how humor can mobilize people in their relationship with political content. In the research, we sought to investigate the character traits associated with gender stereotypes and whether they signal tensions related to the presence of women in politics. We observed that Dilma Bolada emphasizes characteristics that cater to a feminine culture. At other times there is a reversal, when the character's attitudes are related to male behaviors. The combination of these male and female representations creates a tension. However, the humoristic language that constitutes the character subvert traditional gender roles.

**Keywords:** Gender. Humor. Social networks. Dilma Bolada. Impeachment.

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1	Frequência das respostas do motivo pelo qual o internauta segue a página Dilma Bolada	77
Tabela 2	Características mais frequentes de Dilma Bolada entre dezembro de 2015 e agosto de 2016	146
Tabela 3	Estereótipos de gênero	148
Tabela 4	Postagens mais curtidas na <i>fanpage</i> Dilma Bolada entre dezembro de 2015 e março de 2016	155
Tabela 5	Postagens mais curtidas na <i>fanpage</i> Dilma Bolada em abril de 2016	172
Tabela 6	Postagens mais curtidas na <i>fanpage</i> Dilma Bolada em maio e junho de 2016	181
Tabela 7	Postagens mais curtidas na <i>fanpage</i> Dilma Bolada em julho e agosto de 2016	191

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1	Dilma Bolada e o Programa Meu Ar Condicionado Minha Vida	39
Figura 2	Meme Dilma manipulando as massas	52
Figura 3	Origem e desenvolvimento de uma sufragista	79
Figura 4	Sufragistas que nunca foram beijadas	80
Figura 5	Eu estou perdendo peso ou essas são as suas calças?	80
Figura 6	“A vida é uma maldição atrás da outra”	81
Figura 7	“Quem falou em divórcio!”	82
Figura 8	“Enigma – Encontre o chefe da casa”	82
Figura 9	Sufragistas atacando um policial	82
Figura 10	Dando um descanso às aberrações	84
Figura 11	À esquerda, capa da revista <i>IstoÉ</i> . À direita, montagem publicada na <i>fanpage</i> Dilma Bolada	107
Figura 12	Agressões sexuais e palavrões nos atos pelo <i>impeachment</i>	108
Figura 13	Agressões sexuais e palavrões nos atos pelo <i>impeachment</i>	108
Figura 14	Agressões sexuais e palavrões nos atos pelo <i>impeachment</i>	109
Figura 15	Jeferson Monteiro e a presidenta Dilma Rousseff no encontro no Palácio do Planalto	134
Figura 16	Viagem para o futuro	139
Figura 17	Que os jogos comecem e que a sorte esteja sempre a seu favor	150
Figura 18	Dilma Bolada lê a lista de réus de crimes de corrupção na Operação Lava Jato	158
Figura 19	Publicação após panelaço	165
Figura 20	Li apenas verdades	167
Figura 21	O “Tchau, Querida” se refere à Dilma ou à Democracia?	170
Figura 22	Bela, recatada e do lar	174
Figura 23	Estupro coletivo	178
Figura 24	Qualquer semelhança não é mera coincidência	184
Figura 25	De fome não morro	185
Figura 26	Com golpe x Sem golpe	193
Figura 27	Fora vocês sabem quem	195

## **LISTA DE GRÁFICOS**

Gráfico 1 Buscas no Brasil pela palavra feminismo no Google entre 2014 e 2019	89
Gráfico 2 Questões abordadas nas postagens de Dilma Bolada	147

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO</b>	15
<b>2</b>	<b>REDES SOCIAIS, ESPAÇO DE CULTURA PARTICIPATIVA</b>	23
2.1	NOVAS CONFIGURAÇÕES POLÍTICAS NA AMBIÊNCIA EM REDE	29
2.2	OS MEMES E A LINGUAGEM HUMORÍSTICA	34
2.2.1	<i>O habitat</i> de Dilma Bolada	38
2.2.2	Riso e aproximação do público nas redes	42
2.3	REDES SOCIAIS, HUMOR E MISOGINIA: O CONTEXTO DO IMPEACHMENT SOB A PERSPECTIVA DE GÊNERO	49
<b>3</b>	<b>O HUMOR NA REDE DA HISTÓRIA</b>	57
3.1	DEFINIÇÕES DO HUMOR: PARÓDIA, IRONIA E SARCASMO EM DILMA BOLADA	58
3.2	FUNÇÕES SOCIAIS DO RISO: DA MANUTENÇÃO DA ORDEM À SUBVERSÃO DE PAPÉIS	64
3.3	A MÍDIA E O HUMOR POLÍTICO	68
3.3.1	A audiência do humor político	76
3.4	O HUMOR E AS MULHERES: ENTRELAÇAMENTOS ENTRE GÊNERO E HUMOR NA POLÍTICA	78
3.4.1	A mulher como sujeito do humor político	88
<b>4</b>	<b>DILMA ROUSSEFF: A INSPIRAÇÃO DE DILMA BOLADA</b>	91
4.1	FAMÍLIA, EDUCAÇÃO E MILITÂNCIA	92
4.2	A CARREIRA POLÍTICA INSTITUCIONAL	97
4.3	UMA MULHER FORA DE LUGAR	105
4.3.1	Estereótipos de gênero e tensões no processo de <i>impeachment</i>	112

4.3.2	Violência contra a mulher na política	115
<b>5</b>	<b>HUMOR E GÊNERO NA BOLADA DAS REDES</b>	<b>128</b>
5.1	CRIADOR E CRIAÇÃO: JEFERSON MONTEIRO E DILMA BOLADA	129
5.1.1	A ruptura temporária	133
5.1.2	Dilma Bolada e o <i>impeachment</i>	139
5.2	ESTEREÓTIPOS EM DILMA BOLADA	142
5.2.1	Início de percurso	144
5.3	“A BATALHA FINAL CONTRA O GOLPE”: ABERTURA DO PROCESSO DE <i>IMPEACHMENT</i>	149
5.4	“TCHAU, QUERIDA DEMOCRACIA”: AUTORIZAÇÃO DO PROCESSO NA CÂMARA DOS DEPUTADOS	170
5.5	“MACHISTAS, NÃO PASSARÃO”: DILMA ROUSSEFF É AFASTADA E MICHEL TEMER ASSUME INTERINAMENTE	177
5.5.1	Da sororidade à mulher como rival	182
5.6	SAÍDA DEFINITIVA DE DILMA ROUSSEFF DO CARGO	189
5.7	QUESTÕES TEMÁTICAS MAIS ABORDADAS	196
5.8	APROXIMAÇÕES E DISTANCIAMENTOS ENTRE DILMA BOLADA E DILMA ROUSSEFF	197
5.8.1	Cultura <i>pop</i>	202
5.8.2	Porta-voz humorística	202
<b>6</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>	<b>205</b>
	<b>REFERÊNCIAS</b>	<b>210</b>
	<b>ANEXOS</b>	<b>224</b>

## 1 INTRODUÇÃO

A partir do entrelaçamento entre o humor e a política na ambiência das redes sociais, este trabalho se propõe a realizar um estudo de gênero na cultura contemporânea, através da análise da personagem fictícia Dilma Bolada, na rede social Facebook. Autointitulada Rainha da Nação, Diva do Povo e Soberana das Américas, Dilma Bolada tem como inspiração a primeira mulher a assumir a presidência da República no Brasil: Dilma Vana Rousseff.

A personagem humorística, criada em 2010 pelo publicitário carioca Jeferson Monteiro, carrega no sobrenome uma alusão ao temperamento forte da líder do Executivo do país entre os anos de 2011 e 2016. Ao mesmo tempo, a gíria “Bolada”, extraída dos bailes *funk* do Rio de Janeiro, surpreendia e era irreverente. As publicações da página narravam a agenda política e os bastidores da rotina da presidenta fictícia com a linguagem humorística tão presente nas redes sociais. Uma mistura acompanhada por um público de mais de 3 milhões de internautas, somadas às redes sociais<sup>1</sup> nas quais a personagem estava presente.

Dilma Bolada desenvolveu um estilo e vocabulário próprios, e suas narrativas extrapolaram a própria internet. Suas falas influenciaram pessoas e tornaram a criação conhecida nacional e internacionalmente, com direito à conquista de alguns dos mais importantes prêmios mundiais da internet<sup>2</sup>. Para se ter uma ideia da relevância dessas premiações, o Shorty Awards – que Dilma Bolada conquistou por dois anos – é considerado o Oscar das mídias sociais<sup>3</sup>.

A paródia da presidenta ganhou visibilidade também através de matérias em revistas como a *Forbes*<sup>4</sup> e em jornais como o *Los Angeles Times*<sup>5</sup> e o *The Guardian*<sup>6</sup>, o que sinalizava

<sup>1</sup> Em 2016, Dilma Bolada tinha perfis nas redes sociais Facebook, Twitter, Instagram e Snapchat.

<sup>2</sup> Em 2012, Dilma Bolada venceu, na categoria “Melhor perfil falso do mundo”, o Shorty Awards, que premia anualmente os melhores nas redes sociais. Em 2013, a página foi novamente vencedora, dessa vez, na categoria “Melhor uso das redes sociais no Brasil”. Conquistou também premiações como o Youpix Melhores do Twitter 2012 – Perfil anônimo do Ano; revista *Superinteressante* – Melhor página do Facebook, em 2012; e Youpix Melhores da Websfera 2013 - Melhor Twitter do ano.

<sup>3</sup> Dilma Bolada vence em categoria no Shorty Awards. Perfil cômico da presidente Dilma Rousseff ganha prêmio pelo segundo ano consecutivo. jornal *O Globo*. 10 de abril de 2013. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/cultura/megazine/dilma-bolada-vence-em-categoria-no-shorty-awards-8075184>

<sup>4</sup> ANTUNES, Anderson. “Meet Dilma Bolada, Facebook's Most Influential Fictional Character”. “Conheça Dilma Bolada, a personagem fictícia mais influente do Facebook” (Tradução nossa). In: *Forbes*, 28 de abril de 2014. Disponível em: <https://www.forbes.com/sites/andersonantunes/2014/04/28/meet-dilma-bolada-facebooks-most-influential-fictional-character/#1d08da3a464d>. Acesso em: 5 de julho de 2019.

<sup>5</sup> “After Twitter parody goes viral, Brazil leader meets her doppelganger”. “Depois que a paródia no Twitter se tornou viral, líder brasileira conhece sua sócia” (Tradução nossa). BEVINS, Vincent. In: *Los Angeles Times*, 25 de outubro de 2013. Disponível em: <https://www.latimes.com/world/la-fg-ff-brazil-rousseff-parody-20131025-story.html>. Acesso em: 4 de julho de 2019.



a popularidade da personagem, em contraposição com a avaliação cada vez mais negativa de sua inspiradora no período do *impeachment* da presidenta Dilma Rousseff.

Naquele contexto, as postagens de Dilma Bolada utilizaram o potencial subversivo e crítico do humor para interpretar os fatos que culminaram com a destituição do cargo da primeira presidenta do Brasil. Sinônimo de poder nas sociedades e considerada o lugar mais icônico da esfera pública, a política ainda é um campo majoritariamente masculino. Estar presente nesse espaço, embora com todas as ressalvas, já sinaliza um processo de conquistas e empoderamento para as mulheres. Historicamente, elas foram excluídas das estruturas de poder e, na cultura política, vivenciam a associação com uma série de estereótipos sexistas que reforçam tal exclusão e dificultam, quando não impedem, sua participação nas instâncias de deliberação. Uma realidade que cerceia, também, seu direito à cidadania plena.

Trata-se, portanto, de uma investigação que está situada no campo das reflexões sobre a presença da mulher na política. A escolha de Dilma Bolada como objeto de estudos relaciona-se ao fato de a personagem ter se tornado popular nas redes sociais, estabelecendo uma relação exitosa entre gênero, política e humor. Essa interseção aponta para a questão central de nossa pesquisa, que busca compreender de que modo as questões de gênero e suas possíveis tensões são expressas nas narrativas da personagem, no período em que transcorreu o processo de *impeachment* da presidenta Dilma Rousseff. Entre os meses de dezembro de 2015 e agosto de 2016, Dilma Bolada contou a sua versão do processo de impedimento, através de mais de 400 postagens no Facebook, rede social em que tinha maior número de seguidores, o que justifica a nossa escolha por analisá-la nessa rede.

Ademais, Dilma Bolada congrega três interesses que têm se solidificado ao longo da minha trajetória acadêmica, profissional e pessoal. O primeiro deles é a questão de gênero, historicamente associada às dificuldades enfrentadas pelas mulheres no espaço público, especialmente no que diz respeito ao seu acesso ao mundo da política. Em minha trajetória como repórter, as matérias relacionadas aos direitos das mulheres despertaram minha atenção para as dificuldades enfrentadas por esse gênero nas mais diversas áreas da sociedade. Diante de um calendário de datas comerciais que costumava cobrir na redação, o Dia Internacional da Mulher era emblemático: uma data originada em um fato marcante<sup>7</sup> e com um contexto sólido

---

<sup>6</sup> “Dilma Bolada: Brazilian president’s digital alter ego is more popular than she is”, ou seja, “O alter ego digital da presidenta é mais popular do que ela é” (tradução nossa). Watts, 9 de maio de 2016. Disponível em: <https://www.theguardian.com/world/2016/may/09/dilma-bolada-brazil-president-facebook-twitter>.

<sup>7</sup> As origens do Dia Internacional da Mulher estão relacionadas ao movimento de mulheres durante a Revolução Russa. A cobertura jornalística da data, entretanto, nem sempre faz menção a esse acontecimento e, em muitos casos, as matérias não refletem as lutas pelos direitos das mulheres. Ver: JACOB, Adriana. *Gênero e Mídia: a*

de lutas pelos direitos das mulheres. Esse interesse foi um dos motivos que me guiaram na opção pelos estudos de gênero, através do mestrado no Programa Multidisciplinar de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade.

O segundo fator importante é a questão do humor, que se relaciona com a minha primeira experiência enquanto pesquisadora de iniciação científica no Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica (Pibic), ainda na graduação, quando percebi a consistente e recorrente vinculação do humor à política, que até hoje se mantém. Situa-se aí o despertar do meu interesse pela capacidade e eficiência de comunicação de uma linguagem que no geral aciona o riso ou o tom de brincadeira para falar de política, um dos assuntos considerados mais dotados de seriedade.

Ao unir humor e política, as narrativas de Dilma Bolada utilizam o potencial de aproximação oferecido pelo humor (CHAGAS, 2015; LIPOVETSKY, 2005). Nesse sentido, a linguagem humorística pode dissolver barreiras e relaxar tensões, inclusive as de gênero. Pesquisas como a da Pew Research Foundation<sup>8</sup> mostram que é significativa a quantidade de pessoas que buscam informação política, através de conteúdos humorísticos, o que reforça a importância dessa linguagem no cenário político contemporâneo.

As redes sociais, *habitat* de Dilma Bolada, são o terceiro fator que justificam meu interesse pela personagem. Trata-se de uma ambiência midiática fundamental para a conformação de identidades na cultura contemporânea. O fenômeno das redes sociais tem a capacidade de mobilizar e alcançar pessoas e, ao mesmo tempo, aprisioná-las enquanto referentes de uma comunicação que traduz o mundo de hoje de forma global. A credibilidade dessa tradução é capaz de produzir montagens eficientes e críveis da realidade.

Pessoalmente, esses assuntos têm também me mobilizado como mulher e estudiosa dos fenômenos sociais do mundo contemporâneo pelo construto da comunicação. Foi através da cobertura jornalística, enquanto repórter, que construí minha dissertação de mestrado, que analisa a cobertura dos jornais impressos *Folha de S. Paulo* e *A Tarde*, no Dia Internacional da Mulher. Por meio de uma página constituída através do humor nas redes sociais, acompanhei a complexidade e a leveza de Dilma Bolada, uma personagem de humor inspirada na presidenta Dilma Rousseff, ser reconhecida no mundo como fenômeno em rede.

---

*cobertura do Dia Internacional da Mulher*. Dissertação de Mestrado. Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2011.

<sup>8</sup> Disponível em <http://www.journalism.org/2010/05/23/new-media-old-media/>. Acessado em 25 de janeiro de 2017.

Sublinho as redes sociais, a ambiência de produção de Dilma Bolada, como uma das formas de comunicação mais eficientes do mundo contemporâneo.

Nessa perspectiva, são objetivos deste estudo observar a relevância das redes sociais para a constituição da personagem, e analisar como o humor pode mobilizar as pessoas na sua relação com os conteúdos políticos. Esta pesquisa une, então, esses elementos com o interesse de observar quais eram os estereótipos de gênero acionados pela personagem inspirada na mulher que se tornara a primeira presidenta do Brasil, um cargo público praticamente vedado a esse gênero, através de postagens publicadas nesse eficiente ambiente comunicacional. As redes sociais acolhem o percurso de uma personagem que consegue mobilizar um público significativo, mesmo em momentos de baixa popularidade da presidenta, como foi o caso do *impeachment* de Dilma Rousseff.

Os estereótipos de gênero foram fundamentais para a organização das narrativas que buscavam desqualificar a mulher que ousou conquistar, por duas vezes, o direito de governar o Brasil. Os nove meses em que transcorreu o processo de *impeachment* da presidenta, quando as tensões de gênero foram acirradas, são o marco temporal de nossa pesquisa. O percurso da personagem pode, certamente, alimentar essa investigação no que diz respeito às influências que Dilma Rousseff tem sobre a “Bolada”, e vice-versa, tentando entender a relação dessa personagem com a sua inspiração.

Na pesquisa acadêmica, Dilma Bolada foi analisada sob diferentes perspectivas em dissertações de mestrado (VOLCAN, 2014; REIS, 2015; SILVA, 2015) e artigos (CARLOMAGNO e CERVI, 2013; GONÇALVES 2014; SILVA, LAGO e CRISTO, 2014), além de uma monografia (GADELHA, 2013) na área de Comunicação Social. O papel do humor no discurso político foi analisado por Taiane de Oliveira Volcan (2014), em dissertação de mestrado, que comparou as páginas Dilma Bolada e Dilma Rousseff no Facebook, com o objetivo de investigar o uso do humor na narrativa política, seus efeitos – observados nos comentários dos usuários da rede social – e o potencial enquanto ferramenta de disseminação do discurso. Já Carolina Reis (2015), também em dissertação de mestrado, analisa as postagens e comentários veiculados na página Dilma Bolada do Facebook com a finalidade de identificar a forma como a personagem é caracterizada nos discursos das postagens. O trabalho também buscou depreender de que maneira o humor é construído nas postagens.

A construção da imagem pública da presidenta Dilma Rousseff, pelo perfil Dilma Bolada no Twitter, é o foco da pesquisa desenvolvida por Simone Faustino da Silva (2015).

Ela destaca o fato do perfil da personagem nas redes sociais Facebook e Instagram, no primeiro semestre de 2014, ter visibilidade maior do que o perfil oficial da presidenta. Por fim, o trabalho de conclusão de curso de Tássia Gadelha (2013) analisa Dilma Bolada no Facebook sob perspectivas da cultura, identidade e mídias sociais. Há, ainda, artigos que discutem aspectos diversos sobre a personagem e sua popularidade. Nenhum dos estudos, entretanto, analisa Dilma Bolada sob o viés de gênero, nem adotam como recorte temporal o período do *impeachment* da presidenta Dilma Rousseff.

Nesta pesquisa, proponho um olhar multidisciplinar sobre as questões de gênero numa relação dialógica com o seu contexto político, elaboradas através do humor, considerando este último também como uma ferramenta eficiente da cultura política. Portanto, um significativo campo de tensões. Tal estudo se traduz na seguinte organização: o primeiro capítulo apresenta o *habitat* de Dilma Bolada, as redes sociais, como espaço de cultura participativa. Tecemos uma discussão sobre como a ambiência em rede possibilitada pela internet proporciona novas configurações políticas na contemporaneidade, a partir da perspectiva de teóricos como Lévy (1998), Jenkins (2009), Castells (2011) e Lemos (2010).

Uma das particularidades desse ambiente de trocas virtuais é a linguagem fortemente ancorada no humor e o potencial dessa linguagem de promover a aproximação de um público que auxilia na construção de novos significados para as narrativas, bem como na sua propagação através do compartilhamento de conteúdo. Problematizamos, entretanto, que esse potencial democrático acaba também por disseminar conteúdos misóginos, por vezes, camuflados pelo humor, como ocorreu inúmeras vezes durante o processo de *impeachment* de Dilma Rousseff.

Com o objetivo de aprofundar nossa discussão, o segundo capítulo transita pelas teorias do humor, linguagem primordial adotada por Dilma Bolada. Suas definições e funções sociais são discutidas a partir da perspectiva de autores como Freud (1978), Bergson (1983), Propp (1992), Bakhtin (1999), Alberti (1999) e Saliba (2017) com a finalidade de melhor compreender como esse elemento social foi usado, historicamente, para subverter ordens socioculturais estabelecidas, mas também para reforçar posturas conservadoras e claramente preconceituosas, inclusive no que concerne às questões de gênero.

Uma complexidade refletida nos entrelaçamentos entre mídia e humor político ao longo da história, em que conteúdos considerados subversivos pelo viés político não raro eram sexistas se observados sob o olhar voltado às questões de gênero. Isso foi uma constante, sobretudo no que concerne às representações da mulher na política, e pode ser observado

desde as charges inspiradas nas lutas do movimento sufragista (BEHLING, 2011) até os memes nas redes sociais. Por outro lado, a ambiência em rede e sua associação com o humor também tem sido utilizada pelos movimentos de mulheres para dar visibilidade às suas lutas e para informar e engajar representantes desse gênero em campanhas por seus direitos e contra o sexismo e a violência no Brasil e no mundo (CRESCÊNCIO e PIRES, 2018).

A figura pública que inspira a personagem Dilma Bolada é o tema do terceiro capítulo. Revisitamos brevemente sua biografia, incluindo sua educação, militância e carreira política institucional – a partir de autores como Amaral (2011), Dantas (2014) e de matérias e entrevistas jornalísticas – com o objetivo de melhor compreender as origens da personagem fictícia. Os dois mandatos de Dilma Rousseff à frente da Presidência da República no Brasil e, sobretudo, os estereótipos associados à sua imagem pública e tensões de gênero enfrentadas durante o processo de *impeachment* são o foco de nosso olhar, visto que serão importantes para a análise de Dilma Bolada.

Apesar do grande impacto simbólico do afastamento da presidenta, a problematização das questões de gênero foi relegada em muitas das narrativas sobre o *impeachment*. Nosso olhar, na pesquisa, focaliza as tensões com a presença da mulher na política, a partir da análise das postagens de Dilma Bolada. Consideramos tensões de gênero atitudes e tratamentos que submetem as mulheres a situações de constrangimento que deslegitimam seu direito à igualdade. Na arena política, foco de nosso estudo, isso acontece quando estereótipos são evocados para legitimar a competência de homens e mulheres, segundo padrões socialmente estabelecidos para a esfera pública ou privada, baseados em diferenças biológicas (MIGUEL E BIROLI, 2014; NORRIS, 1997; PAXTON e HUGUES, 2017; POMPPER, 2017). As tensões de gênero, portanto, estão diretamente relacionadas com a não adequação aos modelos comportamentais para mulheres e homens preestabelecidos pelos estereótipos em uma dada cultura.

O quarto e último capítulo contempla a análise das postagens de Dilma Bolada durante o período do *impeachment* de Dilma Rousseff. Apresentamos o percurso da personagem dividido em quatro momentos emblemáticos do processo que culminou com o afastamento da presidenta: a abertura do processo, sua autorização na Câmara de Deputados, o afastamento interino da presidenta do cargo, acompanhado da presidência interina do então vice-presidente Michel Temer e, por fim, o afastamento definitivo de Dilma Rousseff da presidência da República. Para investigar as tensões de gênero associadas às narrativas do *impeachment* na *fanpage* Dilma Bolada, optamos por identificar quais as características da personagem presentes nas postagens do período do *impeachment* de Dilma Rousseff. Analisamos esses

atributos de modo a investigar como eles dialogam com estereótipos de gênero. Diante desse cenário, observamos também a presença de tensões de gênero nas narrativas de Dilma Bolada e de que forma a personagem lidou com essas possíveis tensões. Por fim, examinamos quais os pontos de aproximação e distanciamento entre Dilma Bolada e Dilma Rousseff no período analisado.

A metodologia utilizada no caminho da pesquisa adota como estratégias a análise de todas as 466 publicações feitas na página Dilma Bolada na rede social Facebook no período em que transcorreu o processo de *impeachment* da presidenta Dilma Rousseff. Trata-se de um intervalo de tempo de nove meses, entre 2 de dezembro de 2015, quando o então presidente da Câmara dos Deputados, Eduardo Cunha, acolheu o pedido de impedimento contra a presidenta, e sua conclusão, em 31 de agosto de 2016, com o afastamento de Dilma Rousseff do cargo.

A pesquisa contempla a análise quantitativa e qualitativa das referidas postagens, a partir de um enfoque multidisciplinar. Dessa forma, observamos as questões de gênero e possíveis tensões expressas pela personagem. Além da revisão bibliográfica sobre temas relacionados às redes sociais, gênero e humor, o estudo contempla a realização de entrevistas com o criador da personagem, o publicitário Jeferson Monteiro, e com outros profissionais e pesquisadores. No caso de Monteiro, o objetivo foi aprofundar questões como o processo de composição da personagem e o critério para a seleção dos temas das postagens, bem como de sua abordagem. Já com os demais entrevistados, que atuam nas áreas de humor, mídia, *marketing* digital, gênero e redes sociais, a escuta teve como finalidade aprofundar a compreensão sobre a personagem e sua importância a partir de seus olhares e percepções diversificadas.

A entrevista com Jeferson Monteiro foi realizada presencialmente no Rio de Janeiro em 12 de dezembro de 2015. As demais entrevistas foram realizadas presencialmente em Salvador ou por *e-mail*, entre os dias 16 de agosto de 2018 e 8 de março de 2019. As fontes responderam a um questionário previamente elaborado, com 25 perguntas divididas entre os temas personagem, humor, redes sociais, gênero, *impeachment* e comparação entre Dilma Bolada e Dilma Rousseff. Os anexos desta tese reúnem informações sobre a atuação de cada entrevistado – em ordem alfabética – e sua relação com o objeto estudado.

Nas narrativas da personagem, identificamos e catalogamos estereótipos de gênero, com o intuito de examinar as tensões relacionadas à presença da mulher na política apresentadas por essa criação fictícia. Incluímos, em nossa abordagem, os estudos de humor e redes sociais como elementos indispensáveis para a compreensão das narrativas de Dilma

Bolada. Por fim, a partir do conteúdo das publicações, apontamos aproximações e distanciamentos entre a personagem e Dilma Rousseff. Os pontos de interseção entre ambas são um forte indício de como as narrativas – inclusive as fictícias – produzidas nas redes sociais podem influenciar as novas configurações políticas na contemporaneidade.

O poder de aproximação do público proporcionado pela linguagem humorística é outro fator que revela a influência do humor na esfera pública. Tal observação pode ser reforçada pela elevada audiência da personagem, inclusive durante e após o afastamento do cargo da presidenta eleita. A importância de Dilma Bolada também pode ser examinada a partir do modo como seu vocabulário influenciou as expressões utilizadas pelos brasileiros, incluindo a própria Dilma Rousseff. Mais um indício dos ricos entrelaces proporcionados pela combinação entre humor, gênero, política e redes sociais. Essa união configura-se, portanto, em um campo fértil de estudos para a compreensão das dinâmicas culturais e midiáticas que configuram identidades de gênero na política contemporânea.

Vale destacar que uma série de desafios foram apresentados ao longo da pesquisa. O principal deles foi concentrar a investigação nessa personagem que, em diversos momentos, intencionalmente ou não, aproxima-se da presidenta na qual se inspira, mas que integra o campo da ficção. As criações fictícias, inclusive, têm influenciado cada vez mais a elaboração de novos sentidos sociais e políticos na ambiência da cibercultura. É importante ressaltar que a pesquisa também revela as representações da própria pesquisadora, à medida que ela interpreta as narrativas das publicações, guiada pelos estereótipos e teorias de gênero, mas também por sua visão de mundo. É impossível transformar a conciliação desses aspectos no espelho absoluto de uma realidade permeada por tantas tensões, em que novos significados são construídos e reconfigurados, em uma velocidade que, por vezes, parece acelerada pela dinâmica da cibercultura.

Nossa expectativa é que este trabalho seja um instrumento de consultas que possa informar mais sobre a história das mulheres na política e, em particular, sobre Dilma Bolada como instrumento eficiente de comunicação. Esperamos que esta pesquisa também contribua com a pesquisa sobre as redes sociais enquanto campo de produção e disseminação de informações, com a possibilidade de obter conteúdo de qualidade, embora destacando os riscos da desinformação em larga escala nessa ambiência. Consideramos, ainda, a contribuição da tese para os estudos sobre política, já que busca desvelar a história das mulheres e a história do Brasil frente às desigualdades de gênero e às políticas da comunicação.

## 2 REDES SOCIAIS, ESPAÇO DE CULTURA PARTICIPATIVA

Dilma Bolada nasceu no Twitter em 2010, passou a conviver também no Facebook, Instagram e Snapchat. Chamou a atenção de milhares de seguidores nessas redes sociais e começou a pautar a mídia tradicional. A personagem conquistou prêmios internacionais, matérias em jornais, *sites* e revistas de todo o mundo noticiaram o perfil inspirado na presidenta Dilma Rousseff. Nossa revisão bibliográfica identificou três dissertações de mestrado nas áreas de Comunicação e Letras (SILVA, 2015; VOLCAN, 2014; REIS, 2015) e artigos (GONÇALVES 2014; CARLOMAGNO e CERVI, 2013; SILVA, LAGO e CRISTO, 2014), além de uma monografia (GADELHA, 2013), na área de Comunicação Social.

Esse breve relato sobre Dilma Bolada envolve as velhas e as novas mídias em uma saga, nas quais estão em jogo o poder do produtor e o poder do consumidor, diante do cruzamento das mídias alternativa e corporativa em equações de resultados muitas vezes imprevisíveis. É exatamente esse o cenário em que se desenvolve a cultura da convergência, que leva em consideração a efervescência em torno dos novos meios de comunicação e as importantes transformações culturais que estão ocorrendo à medida que esses meios convergem.

De acordo com o pesquisador Henry Jenkins (2009), a convergência é a associação entre o fluxo de conteúdos, através de múltiplas plataformas de mídia, a cooperação entre diversos mercados midiáticos e o comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que buscam, em praticamente toda parte, as experiências de entretenimento que desejam. Trata-se de transformações que são, a um só tempo, tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais. A participação ativa dos consumidores influencia fortemente a circulação de conteúdo. “A convergência representa uma transformação cultural, à medida que consumidores são incentivados a procurar novas informações e a fazer conexões em meio a conteúdos de mídia dispersos”. (JENKINS, 2009, p. 30)

Nesse contexto, produtores e consumidores de mídia interagem de acordo com um conjunto de novas regras, que ainda vêm sendo desenvolvidas e compreendidas. Essa interação permite, por exemplo, que cada internauta dialogue com Dilma Bolada no Facebook. Questionamentos, elogios, críticas, comentários e compartilhamentos fazem parte do cotidiano da *fanpage*. Além de dialogar com a personagem, os internautas, muitas vezes,



conversam entre si, seja para concordar ou para discordar com o comentário do outro. Dessa forma, o público também tece a composição de Dilma Bolada.

O que se destaca não é a passividade dos espectadores dos meios de comunicação<sup>9</sup>, mas a cultura participativa. Nem todos os participantes têm, entretanto, o mesmo grau de influência. Corporações e mesmo indivíduos dentro das empresas de mídia continuam a exercer um poder maior do que um consumidor individual ou mesmo do que alguns conjuntos de consumidores. Por outro lado, alguns consumidores têm mais habilidades para participar dessa cultura do que outros.

A convergência ocorre dentro dos cérebros dos consumidores individuais e em suas interações sociais com outros. Cada um de nós constrói a própria mitologia pessoal, a partir de pedaços e fragmentos de informações extraídos do fluxo midiático e transformados em recursos através dos quais compreendemos a nossa vida cotidiana. Por haver mais informações sobre determinado assunto do que alguém possa guardar na cabeça, há um incentivo extra para que conversemos entre nós sobre a mídia que consumimos. Essas conversas geram um burburinho cada vez mais valorizado pelo mercado das mídias. (JENKINS, 2009, p. 30)

Esse conteúdo é compartilhado por redes sociais que contam com número crescente de participantes. Um exemplo significativo é o uso do WhatsApp, que em janeiro de 2019 ultrapassou a rede social Facebook e assumiu a liderança do *ranking* de aplicativos mais usados no mundo, com 180 milhões<sup>10</sup> de usuários mensais em todo o planeta. No WhatsApp, as pessoas compartilham desde assuntos de família, fotos e vídeos sobre suas viagens e novas aquisições, passando por conteúdo religioso até informações sobre denúncias, saúde pública e política, com grande poder de influência nas campanhas eleitorais. O Facebook, rede social na qual analisamos Dilma Bolada, possui 130 milhões<sup>11</sup> de usuários no Brasil. É o terceiro país em número de usuários na rede criada pelo estadunidense Mark Zuckerberg. A Índia lidera a lista, com cerca de 300 milhões de pessoas, seguida pelos Estados Unidos, com 210 milhões. Hoje, o Facebook conta com cerca de 2,32 bilhões de usuários em todo o mundo.

Mais da metade da população mundial – estimada em 7,6 bilhões de seres humanos – já conta com acesso à internet. Segundo o relatório Digital in 2018<sup>12</sup>, são mais de 4 bilhões de

<sup>9</sup> Ao contrário do que afirmavam as primeiras teorias da comunicação, como a teoria hipodérmica, que consideravam o emissor ativo e o receptor passivo.

<sup>10</sup> Segundo dados do relatório do App Annie. Disponível em: <https://www.techtodo.com.br/noticias/2019/01/whatsapp-supera-o-facebook-e-e-o-aplicativo-mais-popular-do-mundo.ghtml> e

<https://www.correio24horas.com.br/noticia/nid/whatsapp-supera-facebook-em-numero-de-usuarios/>

<sup>11</sup> Fonte: Statista. Disponível em: <https://www.tecmundo.com.br/redes-sociais/139130-brasil-terceiro-pais-usuarios-facebook.htm>

<sup>12</sup> Dados do relatório Digital in 2018, divulgado pelos serviços *on-line* Hootsuite e We Are Social.

pessoas conectadas à rede mundial de computadores. O ano de 2018 começou com 4,021 bilhões de pessoas *on-line* (53% de todas as pessoas do planeta), um aumento de 7% em relação a 2017. As redes sociais são utilizadas por cerca de 3,2 bilhões de pessoas (42% de todo o mundo). Referimo-nos, portanto, a um contexto global.

As novas mídias diversificam a audiência de massa, pois embora maciça em termos de números, já não se aplica o sentido tradicional do envio de uma quantidade limitada de mensagens a um público homogêneo. A própria audiência torna-se mais seletiva devido à multiplicidade de mensagens e fontes. Dessa forma, tende a escolher suas mensagens, aprofundando a segmentação. No entanto, a diversidade de mensagens e expressões midiáticas não implicam perda de controle dos conglomerados de comunicação pelas principais empresas e governos. “Os investimentos têm sido muito generosos no campo das comunicações com a formação de megagrupos e alianças estratégicas para conseguir fatias de um mercado em completa transformação” (CASTELLS, 2011, p. 425).

Nesse processo de reconfiguração do sistema de comunicação global, a estrutura massiva do controle da emissão – a indústria cultural – a informação flui de um polo para as massas, os receptores. Com o surgimento do ciberespaço, esse modelo é tensionado pela emergência de funções “pós-massivas”. “A emissão livre e em rede cria assim uma potência (que precisamos dar garantias de sua atualização) para a reconfiguração social e política” (LEMOS, 2012, p. 26). Trata-se de uma transformação profunda no sistema de comunicação de massa, que precisa ser compreendida para que seja possível vislumbrar os desafios do novo contexto político-comunicacional.

É essa a ambiência da cibercultura, conjunto tecnocultural impulsionado pela sociabilidade pós-moderna em sinergia com a microinformática e o surgimento das redes telemáticas mundiais. “Esse conjunto de tecnologias e processos sociais ditam hoje o ritmo das transformações sociais, culturais e políticas nesse início do século XXI” (LEMOS, 2012, p.22). Essas transformações influenciam e modificam hábitos sociais e culturais e o consumo. Nessa perspectiva, a decisão sobre o que consumir tem se tornado cada vez mais um processo coletivo, vide os chamados influenciadores digitais e *sites* específicos de avaliação de produtos e serviços, a exemplo do Reclame Aqui. Nenhum de nós consegue saber tudo, mas cada um de nós sabe alguma coisa. Se juntarmos as peças, associarmos esses conhecimentos

individuais e unirmos habilidades, chegaremos ao entendimento da inteligência coletiva, expressão cunhada pelo ciber teórico francês Pierre Lévy (1998).

Em um coletivo inteligente, a comunidade assume como objetivo a negociação permanente da ordem estabelecida, de sua linguagem, do papel de cada um, o discernimento e a definição de seus objetos, além da reinterpretação de sua memória.

É uma inteligência [a inteligência coletiva] distribuída por toda parte, incessantemente valorizada, coordenada em tempo real, que resulta em uma mobilização efetiva das competências. Acrescentemos à nossa definição este complemento indispensável: a base e o objetivo da inteligência coletiva são o reconhecimento e o enriquecimento mútuo das pessoas, e não o culto de comunidades fetichizadas ou hipostasiadas (LÉVY, 1998, p.28-29).

A *fanpage* Dilma Bolada, nesse sentido, é um espaço de compartilhamento de conteúdo significativo para questões políticas e de gênero. Lévy (1988) sinaliza a importância dos novos sistemas de comunicação e as tecnologias digitais da informação para que as interações de membros de uma comunidade pudessem ser feitas no mesmo universo virtual de conhecimentos, de forma que possibilitassem a interação com outros coletivos.

Um dos desafios para pensar a comunicação na atualidade diz respeito à compreensão do lugar por ela ocupado no mundo contemporâneo. Albino Rubim (2000) aponta um dado em comum que nos parece fundamental para a investigação: “A compreensão da contemporaneidade como uma sociedade estruturada e ambientada pela comunicação, como uma verdadeira ‘Idade Mídia’, em suas profundas ressonâncias sobre a sociabilidade contemporânea em seus diversos campos”. (2000, p. 26)

A comunicação adquire *status* estruturante na contemporaneidade porque se torna essencial para a realização do capital – passando pela cultura, pela política, pela economia, pela produção e pelo consumo, para o conhecimento da atualidade e para configurar em rede o mundo contemporâneo. Dessa forma, constitui uma sociabilidade singular, composta por espaços geográfico e eletrônico, convivência e televivência, globalidade e localidade, enfim, de realidade contígua e telerrealidade (RUBIM, 2001).

Em uma primeira perspectiva, a comunicação torna-se ambiência ao trazer a possibilidade de instantaneidade, da simultaneidade e do tempo real, diferenciando espaço e território. Ao envolver tempos reais e espaços virtuais, conforma uma dimensão inovadora e essencial da sociabilidade contemporânea: uma dimensão pública, instantânea e planetária, doadora de existência social na atualidade dos seres, individuais ou coletivos (RUBIM, 1998). Essa instantaneidade permite, por exemplo, que Dilma Bolada acompanhe praticamente em

tempo real a agenda de Dilma Rousseff e faça postagens inclusive com fotografias da presidenta em eventos internacionais.

O lugar conquistado pela comunicação na sociabilidade contemporânea confere a ela um *status* de poder, sendo a publicização e o silenciamento dois de seus poderes mais marcantes. Eles podem ser observados através de diversos mecanismos de funcionamento do campo das mídias: na construção de cenários, com o agendamento de temas, a produção de imagens públicas e a instalação de climas sociais. As redes sociais são, certamente, um dos campos em que acontece o exercício desses poderes.

O público também tem conquistado um lugar de poder que transita pelo novo lugar de emissor dos meios de comunicação – com destaque para as redes sociais – e pela consequente voz mais ativa na mídia e na política. O compartilhamento de informações tem o potencial de propiciar o aparecimento de um cidadão mais consciente e de um público consumidor mais atento, ainda que, nos dois casos, isto não necessariamente se materialize. Contra esse potencial democrático, podemos apontar a própria tendência das redes sociais de conectarem pessoas que têm ideias semelhantes e interesses pelos mesmos temas, o que pode diminuir a multiplicidade de visões ao alcance do internauta e levá-lo à falsa impressão de que a maioria das pessoas pensa de forma semelhante. Há, ainda, o fenômeno da desinformação<sup>13</sup> no meio digital e as *fake news*, sinônimo de informações mentirosas produzidas e distribuídas com o propósito de desinformar as pessoas, muitas vezes, com fins políticos. Vale destacar que existe uma diferença entre os materiais claramente identificáveis – como sátiras, a exemplo de Dilma Bolada –, muitas vezes, partilhadas pelo seu valor humorístico, daqueles cuja ausência de base factual não é óbvia e levanta incerteza sobre a veracidade de seu conteúdo.

Diante do potencial democrático desse contexto social, cultural e comunicacional, é também um desafio que o público aprenda a usar esse poder, que pode ser considerado uma fonte alternativa de poder midiático. Esse poder coletivo é muito utilizado para fins recreativos, mas também para objetivos políticos, sociais, ambientais etc. No caso de Dilma Bolada, temos um público que alia interesses políticos ao universo e linguagem humorísticos. Nesse contexto, por um lado, as empresas de mídia estão aprendendo a acelerar o fluxo de conteúdo pelos canais de distribuição para aumentar o lucro. Por outro lado, os consumidores

---

<sup>13</sup> A desinformação é uma informação enganosa, mas não por acidente, ou seja, ela foi criada com o intuito de enganar. Ela sempre existiu, porém na cultura digital, ganha alcance global. A desinformação relaciona-se com um novo tipo de desinformação política, marcada por uma dubiedade factual com finalidade lucrativa.

estão aprendendo a usar as diferentes tecnologias de forma a conhecer e mesmo a controlar mais de perto o fluxo de mídia e a interagir com outros consumidores.

Uma característica fundamental dessa cultura participativa é a liberação do pólo da emissão, definida por André Lemos (2005) como uma das três leis fundadoras da cibercultura.<sup>14</sup> Um processo que tem início em meados do século XX, quando o artista passa a buscar a quebra de fronteiras e a usar trabalhos de outros artistas em processos de recombinação. Os conceitos de “autor”, “original” e “obra” são substituídos por processos abertos, coletivos e livres. A tecnologia digital reforça essas características da arte, contribuindo com a configuração de uma cultura *remix*, embora o capitalismo desta fase histórica tenda a reforçar o direito autoral e a propriedade intelectual. O termo “*remix*”<sup>15</sup> pode ser compreendido como as possibilidades de apropriação, desvios e criação livre a partir de outros formatos, conteúdos, modalidades ou tecnologias. Essas possibilidades são potencializadas pelas ferramentas digitais e pela dinâmica da sociedade contemporânea (LEMOS, 2005). Há uma defesa da informação livre e a emergência de vozes e discursos anteriormente reprimidos pela edição dos *mass media*, em processos que criam e favorecem inteligências coletivas (LÉVY, 1998).

A nova dinâmica técnico-social da cibercultura instaura assim, não uma novidade, mas uma radicalização: uma estrutura midiática ímpar na história da humanidade onde, pela primeira vez, qualquer indivíduo pode, *a priori*, emitir e receber informação em tempo real, sob diversos formatos e modulações, para qualquer lugar do planeta e alterar, adicionar e colaborar com pedaços de informação criado por outros. (LEMOS, 2005, p. 2)

Essa cultura *remix* é uma das bases da composição de Dilma Bolada. Montagens feitas a partir de vídeos e fotos da presidenta, de celebridades e de outros políticos são amplamente utilizadas nas postagens da personagem. Elas trazem novas leituras e interpretações humorísticas sobre a agenda de Dilma Rousseff. Há ainda fotomontagens criadas com outras referências, como imagens da personagem em festas, originadas visivelmente do processo recortar e colar possibilitado por programas de edição de fotos. “As novas tecnologias de informação e comunicação alteram os processos de comunicação, de produção, de criação e de circulação de bens e serviços nesse início de século XXI trazendo uma nova configuração cultural que chamaremos de ‘ciber-cultura-remix.’” (LEMOS, 2005, p. 1).

---

<sup>14</sup> Ao lado da liberação do pólo de emissão, a conexão em rede e a reconfiguração dos formatos midiáticos são as três “leis” fundadoras da cibercultura. Elas norteiam os processos de “re-mixagem”, segundo André Lemos (2005).

<sup>15</sup> Utilizado inicialmente na música com os DJ's no *hip hop* e os *sound systems*.

Essas transformações resultam em uma mudança social na vivência do espaço e do tempo. Não significa que nossa cultura seja de simples apropriação ou empréstimo, produção, produto ou audiência, mas uma cultura da participação, que se dá pelo uso e livre circulação de obras. Podemos observar esses princípios básicos da cibercultura em Dilma Bolada. Temos uma personagem criada e desenvolvida por um jovem estudante de administração que, na época, era pouco conhecido e não trabalhava para nenhum veículo de comunicação. Além disso, qualquer pessoa poderia curtir, comentar ou compartilhar as postagens da personagem, em uma das características dessa cultura participativa. Essa interação só tornou-se possível graças à conexão em rede, que conecta os usuários em qualquer lugar do mundo e permitiu, inclusive, que a página fosse conhecida – e premiada – mesmo fora do Brasil. Temos, ainda, na criação e na reprodução da personagem novos critérios, a partir da remixagem de material audiovisual da presidenta Dilma Rousseff e de figuras públicas, leituras cômicas para notícias jornalísticas e enquadramentos diferenciados a partir das ferramentas digitais. Essa gama de possibilidades oferecida pela nova ambiência em rede contribui com as reconfigurações política na contemporaneidade.

## 2.1 NOVAS CONFIGURAÇÕES POLÍTICAS NA AMBIÊNCIA EM REDE

Assim como Jeferson Monteiro, criador da Dilma Bolada, ativistas, fãs e parodistas de todo o mundo estão usando o *software* de edição de imagens Photoshop – e muitos outros – para manipular imagens e produzirem manifestos políticos.

Tais imagens podem ser vistas como o equivalente alternativo das charges políticas – a tentativa de sintetizar assuntos do momento numa imagem poderosa. John Kroll, um dos criadores do Photoshop, declarou à Salon que o software havia democratizado a mídia de duas maneiras: possibilitando que grupos menores tivessem imagens de qualidade a baixo custo e permitindo que o público manipulasse e circulasse imagens poderosas para fazer manifestos políticos. (JENKINS, 2009, p. 301)

Formas de ativismo político e protestos emergem utilizando, como suporte, as tecnologias e as redes sociais. A cultura política cresce nesse ambiente complexo e gera novos processos e produtos. Com a nova potência de emissão, configuração e reconfiguração de mensagens, é possível pensar de forma mais colaborativa e plural. “Sempre que podemos emitir livremente e nos conectar a outros, cria-se uma potência política, social e cultural: a potência da reconfiguração e da transformação” (LEMOS, 2010, p. 27). Há um potencial para que vozes independentes, ativistas e movimentos sociais usem essas ferramentas de

comunicação – sem controle de emissão e ricas em formas de compartilhamento global e, dessa forma, contribuam com a reconfiguração da cultura política contemporânea.

Nesse panorama, uma série de autores tem refletido sobre o potencial democrático das redes sociais, no sentido delas se configurarem como novo espaço de exercício da cidadania, como uma nova esfera pública. São importantes, nesse contexto, as comunidades de conhecimento que vêm se formando no ambiente digital, em torno de interesses mútuos. Seus membros trabalham juntos para forjar novos conhecimentos, muitas vezes em áreas onde não há ainda especialistas tradicionais. Essas comunidades, em muitos casos, influenciam opiniões, hábitos de consumo e, acreditamos, posicionamentos políticos. No campo político, as redes sociais passam a agendar, ao lado da mídia tradicional, muitos dos assuntos sobre os quais seus seguidores falam, assumindo um papel estratégico antes executado apenas pelos *gatekeepers*<sup>16</sup> que representavam as grandes corporações de mídia. No Brasil, a mídia tradicional exerce um papel ativo de concentração e dispersão diante do agendamento de temas, mas redes sociais como o Facebook, o Twitter e o WhatsApp têm mostrado influência significativa sobre a opinião pública.

Ainda que não tenha havido um enfraquecimento dos conglomerados da grande mídia, consideramos a atual diversificação dos canais de comunicação politicamente importante porque expande o conjunto de vozes a serem ouvidas. Embora algumas vozes tenham mais proeminência que outras, nenhuma voz fala hoje com autoridade inquestionável. Meios como rádios comunitárias, panfletos e cartazes têm sido uma forma de expressão de vozes silenciadas nos meios de comunicação de massa. Com a internet e as redes sociais, a produção de conteúdo torna-se acessível para um público antes inimaginável, em tempo real, em diversos pontos do planeta.

O direito à livre expressão é um dos princípios básicos da democracia. Além de defendida pelas constituições de diversos países democráticos, a liberdade de expressão é protegida pela Declaração Universal dos Direitos Humanos (DUDH), em 1948. A construção de uma esfera pública de discussões, elemento central para o aprimoramento da democracia, só é possível em um ambiente de liberdade de expressão e de imprensa, somente garantidos pela democratização da mídia. Segundo essa perspectiva, teremos uma democracia mais consolidada quanto mais frequentes, densos e plurais forem os debates sobre os temas de interesse público.

---

<sup>16</sup> *Gatekeeper* é aquele que define o que será noticiado de acordo como valor-notícia, linha editorial e outros critérios de noticiabilidade do veículo de comunicação.

Para alcançar a democratização das comunicações, é preciso aumentar os pólos de produção e difusão da informação, elevando a diversidade de discursos na esfera pública (ANDI, 2007). Nesse contexto, a *fanpage* Dilma Bolada vem contribuindo para o debate democrático, ao apresentar ao público narrativas que fogem ao discurso oficial da figura pública na qual se inspira, através da linguagem humorística.

A esfera pública pode ser descrita como uma rede adequada para a comunicação de conteúdos, tomadas de posição e *opiniões*; nela os fluxos comunicacionais são filtrados e sintetizados, a ponto de se condensarem em opiniões *públicas* enfeixadas em temas específicos. Do mesmo modo que o mundo da vida tomado globalmente, a esfera pública se reproduz através do agir comunicativo, implicando apenas o domínio de uma linguagem natural, ela está em sintonia com a compreensibilidade geral da prática comunicativa cotidiana. (HABERMAS, 1997, p. 92, grifos do autor)

Nessa arena de participação política, imprescindível para as democracias, as ideias, alternativas, opiniões e outras formas de discurso traduzem a atividade dos movimentos sociais e da sociedade civil como uma ação coletiva. São discutidas questões antes excluídas ou marginalizadas e as instituições políticas e sociais são vigiadas. Trata-se de um componente essencial da organização sociopolítica porque é o espaço onde as pessoas se unem como cidadãos e articulam suas visões autônomas para influenciar as instituições políticas da sociedade. Esse modelo ideal, entretanto, pressupõe uma mídia que não priorize interesses específicos e próprios.

Como espaço de ação coletiva, a esfera pública abrange os diferentes discursos que se fazem ouvir publicamente, como o jornalismo e as diferentes formas de participação pública pelos *media*, bem como as múltiplas formas de expressão cultural, além de todas as formas de manifestação pacíficas ou de protesto (SILVEIRINHA, 2010, p. 34). Os *media* mantêm o elevado poder político de *agenda-setting*<sup>17</sup> e de formação da opinião pública, influenciando a tomada de decisões. As dinâmicas de comunicação de massa são conduzidas pelo poder dos meios de comunicação de selecionar, produzir as mensagens e usar estrategicamente seu poder de influenciar as agendas, bem como enquadrar as questões públicas.

Neste contexto, embora a esfera pública tenha outros actores, como lobistas, defensores, peritos, agentes morais e intelectuais, a comunicação mediada tende a ser o produto de um discurso de elite produzido por profissionais como jornalistas e produtores de mensagens que, em conjunto, se tornam uma elite que ocupa o centro do processo de comunicação. (SILVEIRINHA, 2010, p. 39)

---

<sup>17</sup> A hipótese do Agendamento ou *Agenda-Setting* afirma que os consumidores de notícias tendem a considerar mais importantes os assuntos que são veiculados com maior destaque na cobertura jornalística. Dessa forma, as notícias veiculadas na imprensa não determinam necessariamente o que as pessoas pensam sobre determinado assunto, mas fazem com que o público pense e fale sobre um determinado assunto, e não sobre outros.



Há ainda uma esfera pública na arena internacional, que é desenhada por geometrias variadas de relacionamento entre estados e atores não estatais globais. A esfera pública global contemporânea é dependente do sistema de meios de comunicação global/local. Essas mídias incluem televisão, rádio e imprensa, assim como uma variedade de sistemas de comunicação e multimídia entre os quais a internet e as redes de comunicação horizontais, que exercem agora um papel decisivo, como explica Castells (2008).

The current media system is local and global at the same time. It is organized around a core formed by media business groups with global reach and their networks (Arsenault and Castells forthcoming). (...) By acting on the media system, particularly by creating events that send powerful images and messages, transnational activists induce a debate on the hows, whys, and whats of globalization and on related societal choices (Juris forthcoming). It is through the media, both mass media and horizontal networks of communication, that nonstate actors influence people's minds and foster social change. Ultimately, the transformation of consciousness does have consequences on political behavior, on voting patterns, and on the decisions of governments<sup>18</sup> (CASTELLS, 2008, p. 90).

Castells defende a importância do que define como uma “nova esfera pública” para que atores não estatais influenciem as mentes das pessoas e promovam mudanças sociais. Em última análise, a transformação da consciência tem consequências sobre o comportamento político, sobre os padrões de voto e sobre as decisões dos governos. Assim, destaca o autor, é essencial para os atores estatais e para as instituições intergovernamentais, como a Organização das Nações Unidas (ONU), que se relacionem com a sociedade civil não apenas através de mecanismos e procedimentos de representação política, mas através de debates públicos da esfera pública global.

Esse estudioso afirma que a “esfera pública global” é construída ao redor do sistema de comunicação midiática e das redes sociais da internet, em crescimento contínuo. Ele destaca o Facebook e o YouTube, além da crescente “blogosfera”, como uma possibilidade para que diferentes vozes, valores e posicionamentos políticos possam ser expressos e ouvidos, com a possibilidade de novos debates públicos e de rearranjos de relações de poder. A simples disseminação de mensagens e imagens remixadas não representa, necessariamente, um avanço na democracia. Muitas pessoas, por exemplo, limitam-se a encaminhar, de modo

---

<sup>18</sup> O sistema de mídia atual é local e global ao mesmo tempo. Está organizado em torno de um núcleo formado por grupos empresariais de mídia com alcance global e suas redes. (...) Ao atuar no sistema midiático, particularmente através da criação de eventos que enviam imagens e mensagens poderosas, os ativistas transnacionais induzem um debate sobre os comos, os porquês e sobre a globalização e sobre as escolhas societárias correlatas. É através da mídia, tanto dos meios de comunicação como das redes horizontais de comunicação, que os atores não estatais influenciam a mente das pessoas e promovem a mudança social. Em última análise, a transformação da consciência tem consequências sobre o comportamento político, sobre os padrões de voto e sobre as decisões dos governos. (tradução nossa)

quase automático, imagens recebidas para os seus conhecidos, sem qualquer tipo de checagem de fatos. No entanto, divulgar uma fotomontagem com o objetivo de que ela alcance uma circulação mais ampla é um ato de cidadania tanto quanto escrever um *e-mail* ou uma carta ao editor de um jornal ou revista; ou ainda entregar um panfleto ou adesivo de campanha política.

Os materiais em si que estão sendo trocados não têm tanta importância. Mas eles podem se tornar o foco de conversa e persuasão. O que muda, entretanto, é o grau com que amadores conseguem inserir suas imagens e seus pensamentos no processo político – e, pelo menos em alguns casos, essas imagens podem ter circulação muito ampla e atingir um público vasto. (JENKINS, 2009, p. 303)

Há, por um lado, um potencial de multiplicidade de fontes emissoras, mas, por outro lado, mensagens liberadas livremente, sem qualquer curadoria ou trabalho de apuração acerca de sua veracidade. As redes sociais vêm se tornando um ambiente fértil para essa enorme produção e compartilhamento de informações, associada à discussão de determinados assuntos de interesse público. Na ambiência das redes, há uma aproximação entre entretenimento, política e cidadania. O estudo “Novas Mídias Velhas Mídias”, do inglês “New Media Old Media”, da Pew Research Foundation<sup>19</sup>, mostra que as notícias hoje são uma experiência compartilhada. Segundo o estudo, divulgado em 2010, 44% dos leitores de notícias *on-line* se informam sobre o noticiário através de *e-mails* e *sites* de redes sociais. Quando o assunto é política, os *blogs* e o YouTube passaram a ocupar lugar de destaque. Nos *blogs*, 17% das histórias mais lidas são sobre o governo dos Estados Unidos ou política, quase sempre acompanhados de análises e avaliações do tema. Esses tópicos também se destacaram no YouTube, onde responderam por 21% das histórias mais lidas.

Outro estudo publicado pela mesma Fundação, em 2004, mostra que os jovens estavam obtendo mais informação por meio das mídias de entretenimento do que das mídias tradicionais. Algumas dessas mídias de entretenimento são paródias do noticiário, seja em programas de tevê – como o Daily Show<sup>20</sup>, ou remixagens feitas por diversos internautas e disponibilizadas *on-line*. Trata-se de uma forma alternativa de se informar, de dialogar e de participar da democracia. A convergência vem possibilitando novas formas de participação e de colaboração. Esses efeitos surgem não apenas da produção e circulação de novas ideias,

---

<sup>19</sup> Disponível em <http://www.journalism.org/2010/05/23/new-media-old-media/>. Acessado em 25 de janeiro 2017.

<sup>20</sup> Paródia de noticiário exibida na tevê nos EUA que exhibe entrevistas reais ao lado de encenações cômicas. Não tem a pretensão de apresentar uma visão objetiva do mundo. O programa satiriza as convenções do jornalismo tradicional e o controle corporativo da mídia. Desafia os espectadores a descobrir os relatos conflitantes, em vez de digerir as informações a partir de fontes autorizadas.

mas também pelo acesso a novas estruturas sociais – inteligência coletiva – e a novos modelos de produção cultural – cultura participativa.

No caso de Dilma Bolada, temos a participação de milhares de internautas curtindo, comentando e compartilhando postagens sobre temas variados como educação, política, Copa do Mundo, Olimpíadas 2016, Bolsa Família, Pré-Sal e política interna e externa, associados a acontecimentos e produtos do universo das celebridades, como filmes, *reality shows*, séries e sucessos da música nacional e internacional. Esse ambiente de maior participação social na criação e divulgação de conteúdos e na interação entre as pessoas provoca uma expectativa de um fluxo mais livre de ideias e conteúdos. Assim, muitos consumidores estão lutando e exercendo o direito de participar mais ativamente de sua cultura e da política.

Consideramos que existe um potencial democrático em algumas tendências culturais contemporâneas. Há uma expansão de oportunidades para que os cidadãos e grupos alternativos tenham direito à voz, normalmente não visibilizada pelos meios de comunicação de massa. No caso da política, a discussão fora da grande mídia, muitas vezes, vem em tom de humor e paródia. A linguagem humorística, uma das características que tem se destacado na internet e na ambiência das redes sociais, é um dos diferenciais de Dilma Bolada.

## 2.2 OS MEMES E A LINGUAGEM HUMORÍSTICA

Todos os dias, ao entrar nos *sites* de redes sociais, é possível ver uma quantidade imensurável de imagens, vídeos, *gifs* e montagens de conteúdo humorístico. Eles são dotados de potencial para nos fazer achá-los engraçados, rir e, em consequência, compartilhá-los em uma velocidade não encontrada em nenhum outro meio. A possibilidade de expressão e sociabilização através de ferramentas de comunicação mediadas pelo computador é uma das principais mudanças trazidas pelo advento da internet. Nesse contexto, uma rede social pode ser definida como um conjunto de dois elementos: atores – pessoas, instituições ou grupos – e suas conexões – interações ou laços sociais –; em resumo, o grupo de atores que usa determinadas ferramentas para publicar suas conexões e interagir (RECUERO, 2014a). Já o Facebook configura-se como um *site* de rede social, um sistema que permite: i) a construção de uma persona através de um perfil ou página pessoal; ii) a interação através de comentários; iii) a exposição pública da rede social de cada ator (RECUERO, 2014a, p. 102).

Mais importante do que as ferramentas computacionais em si são as relações que emergem nessa ambiência e as práticas sociais e linguísticas que ali tomam forma. As

conversações – e a linguagem humorística nelas tão presente – são elementos de apropriação dos grupos sociais sobre as ferramentas com potencial comunicativo. A publicação e o compartilhamento de mensagens no Facebook e no Twitter, apenas para citar dois exemplos, são mais públicas, permanentes – se considerarmos que continuam disponíveis *on-line* – e rastreáveis do que outras. Elas são capazes de revelar informações sobre sentimentos coletivos, tendências e interesses de grupos compostos por muitas pessoas.

São essas conversas públicas e coletivas que hoje influenciam a cultura, constroem fenômenos e espalham informações e memes, debatem e organizam protestos, criticam e acompanham ações políticas e públicas. É nessa conversação em rede que nossa cultura está sendo interpretada e reconstruída. (RECUERO, 2014b, p. 17-18)

No ambiente das redes sociais, a conversação é uma das práticas mais recorrentes e significativas. Trata-se de um ambiente mediado e que, portanto, possui características e limitações específicas. Nesse contexto, a conversação tem características específicas, dentre elas, o fato de constituir-se como um processo organizado, negociado pelos atores, que segue determinados rituais culturais e que faz parte dos processos de interação social (RECUERO, 2014b). Graças à mediação, como o corpo físico não participa do processo, há uma presunção de anonimato. Por isso, a princípio, as audiências do ciberespaço são invisíveis. Como não há a presença física, a linguagem e os contextos utilizados para a comunicação no ambiente digital são apropriados pelos atores como elementos de construção de identidade.

Uma das principais características da comunicação nas redes sociais é a chamada escrita “falada” ou “oralizada”. Inicialmente, as ferramentas de comunicação mediada pelo computador suportavam apenas a linguagem escrita. Com a possibilidade de estabelecer diálogos, essa linguagem precisou ser adaptada, ou seja, necessitou incorporar formas de “traduzir” elementos não verbais, como gestos e expressões. Por exemplo, como indicar a outro internauta que se está sendo irônico ou sarcástico? Só a linguagem escrita não cumpria essa função, de modo que foi necessário fazer uma apropriação do uso de caracteres simbólicos para simular elementos não verbais, daí a criação dos *emoticons*, palavra derivada da junção dos termos em inglês *emotion* (emoção) e *icon* (ícone) que traduz ou quer transmitir o estado psicológico ou emotivo de quem os emprega, por meio de ícones ilustrativos de uma expressão facial. Inicialmente, os internautas utilizavam sequências de caracteres do teclado padrão, tais como :- ) ou :- (. Com o tempo, essas expressões tornaram-se mais complexas e elaboradas, com a inserção, por exemplo, dos *emojis*, que são caracterizados por pertencerem a uma biblioteca de figuras prontas, bastante utilizadas no WhatsApp, Facebook e Instagram. A informalidade é outra característica dessa oralização, ou seja, o uso informal da língua, com

gírias e neologismos, por vezes, compartilhados por grupos sociais ou culturais específicos. Dessa maneira, embora a conversação no ambiente virtual não seja constituída de fala, ela simula a organização conversacional oral.

Esse ambiente de conversação oral e informal parece-nos apropriado para uma prática frequente na internet e, sobretudo, nos *sites* de rede social: a apropriação de determinados conteúdos e informações, que passam a ser compartilhados e reinseridos em novos contextos de chacota, do fazer e achar graça e, por fim, do riso coletivo nas redes.

A Internet, com suas características de rapidez, fluidez, instantaneidade, atua como um ambiente extremamente propício para que ali o humor e o riso se reproduzam em grande velocidade, com possibilidade avançada de multiplicar imagens com alta pregnância diante de um grande público (BARBOSA, MONTE e LIESENBERG, 2013, p. 72)

Na ambiência das redes sociais, o humor convoca, com frequência, outros usuários das redes, no sentido de gerar um movimento coletivo em torno do riso e de seu compartilhamento entre os internautas. Há, ainda, a associação das narrativas humorísticas com o entretenimento e a sedução proporcionada pelo riso diante de outros atores da rede de conexões do internauta. Isso nos remete aos dados já citados do Pew Research Center, que mostram a tendência da busca de informações por meio das mídias de entretenimento, muitas delas paródias do noticiário. Esse mesmo humor pode funcionar como crítica ou contestação, o que nos leva à observação de que o público, na internet, ri a partir de abordagens muito distintas e com intenções bastante diferentes.

Outro ponto relevante na reflexão acerca do humor no ciberespaço é a emergência de uma série de produções – a exemplo de fotos, fotomontagens, charges, cartuns, memes e vídeos – que não possuem grande apuro técnico ou de edição. Eles estão diretamente relacionados ao *digital trash*, fenômeno da cibercultura que envolve as práticas de produção, reprodução, compartilhamento e consumo de produções textuais e audiovisuais fundamentadas em uma estética intencionalmente tosca (BARBOSA, MONTE e LIESENBERG, 2013). As narrativas dessas produções são marcadas pela crítica e ironia, mas também pelo grotesco e pela banalidade, o que nos remete às relações do humor com o grotesco (BAKHTIN, 1999). Sua grande popularidade está no fato de provocarem o riso e, visto que cumprem esse papel, sua qualidade técnica parece importar pouco ao coletivo agitado pelo humor. Esse caráter de entretenimento da cultura digital “torna importante que a audiência seja cocriadora deste conteúdo de humor e torna necessário que a brincadeira tenha sentido pleno e que seu código seja compreendido entre seus participantes” (BARBOSA, MONTE e LIESENBERG, 2013, p. 77).

Na ambiência das redes sociais, outra condição essencial para a propagação das piadas *on-line* é a temporalidade. Assim, o *timing* é um fator preponderante para que o conteúdo humorístico prolifere velozmente no ciberespaço, em um processo que utiliza a agilidade do meio. Com apenas um clique, o internauta pode compartilhar informações para toda a sua rede. É em meio a esse contexto inovador em suas dimensões de tempo e espaço, que os memes popularizam-se. Originado da palavra grega *mimema*, que significa imitação, o termo é utilizado na internet referindo-se ao fenômeno de viralização de uma informação. Na prática, quando um vídeo, imagem, frase, ideia ou música espalha-se entre vários usuários rapidamente, alcançando muita popularidade, ele é chamado de “meme”.

O conceito de “meme” foi cunhado por Richard Dawkins, em seu livro *O Gene Egoísta*, publicado em 1976. O autor compara a evolução cultural com a evolução genética, a partir de uma abordagem evolucionista. Nessa perspectiva, o meme é o “gene” da cultura, que se perpetua através de seus replicadores, as pessoas (RECUERO, 2014a, p. 123). Portanto, o estudo dos memes está diretamente relacionado ao estudo da difusão da informação e de que tipo de ideia sobrevive e é passada de pessoa a pessoa. Observar o fenômeno dos memes apenas por essa linha de pensamento pode levar a interpretações de um fenômeno social e cultural – a cibercultura – pelo viés das ciências naturais, o que oferece o risco de estabelecer modelos biológicos incompatíveis com a complexidade social e cultural.

Como produto cultural, um meme está relacionado às experiências sociais de seu criador e depende de um repertório cultural extraído das relações sociais, memórias, referências históricas, geográficas e econômicas. “O internauta posta, compartilha e curte o que julga interessante, o que reflete suas impressões sobre um tema, o que o afeta ou o sensibiliza de alguma forma, por isso o humor é uma característica tão presente nos memes” (CHAGAS et al, 2017, p. 9). Os memes podem ser uma frase, *hashtags*, fotolegenda, tirinha, vídeo ou imagem, produzidos digitalmente por internautas e repassados, muitas vezes de forma alterada, por meios eletrônicos, tais como blogs, *sites* de notícia, WhatsApp, Twitter, Facebook ou Instagram (WINK, 2017). A difusão de uma determinada peça na internet só é possível devido à velocidade e a capilaridade que esses memes ganham através das mídias sociais, mas seu valor não se resume a isso.

Não é nosso intuito central analisar os fatores que levam um conteúdo a viralizar na internet, mas cabe destacar que a linguagem humorística e o teor de entretenimento são características marcantes entre as publicações que se tornaram populares nas redes sociais. Não por acaso, esses são dois atributos marcantes das narrativas de Dilma Bolada.

### 2.2.1 O *habitat* de Dilma Bolada

O ambiente de cultura participativa e conexão em rede, em que diversas ferramentas de montagem e edição podem ser usadas para criar novos conteúdos, configura o *habitat* de Dilma Bolada. A compreensão dessa ambiência em rede parece-nos fundamental para entender a dinâmica das narrativas dessa personagem inspirada na primeira presidenta do Brasil. No ciberespaço, os indivíduos não podem se conhecer de forma imediata. É preciso que a presença na internet seja construída através de atos identitários e performáticos, através de elementos que representam os indivíduos no ambiente em rede. Essa representação, no caso de Dilma Bolada, deu-se através do perfil na rede social Facebook – e em outras redes sociais como o Twitter e o Instagram, que não são foco de nossa análise –, com o uso de fotografias, fotomontagens, vídeos e textos com narrativas do cotidiano da presidenta fictícia. As referências incluíam, ainda, uma representação imagética da presidenta, com o uso da foto de Dilma Rousseff na identificação do perfil, em diversas publicações, e montagens em vídeos e *links* relacionados à líder do Executivo nacional.

Essas ‘representações do self’ [...] são cuidadosamente montadas como espaços pessoalizados, que trazem impressões construídas para dar uma ou outra impressão para a possível audiência através de pequenas pistas, através de performances de identidade. (RECUERO, 2014b, p. 59).

Dilma Bolada foi construída por meio de um discurso marcado pelo humor e pela empatia nas redes sociais. Inicialmente baseado em publicações textuais, suas narrativas eram sustentadas em fatos relacionados com a rotina da presidenta Dilma Rousseff e com a política brasileira (VOLCAN, 2014, p. 91-92). Descontraída e bem-humorada, a personagem usava os elementos do ambiente político – adversários, aliados, crises, acontecimentos nacionais e internacionais – como mote para suas tiradas carregadas de ironia e bom humor.

As publicações textuais de Dilma Bolada narravam com riqueza de detalhes o suposto cotidiano da presidenta que, apesar de fictícia, era mostrada em agendas, por vezes, semelhantes à da presidenta Dilma Rousseff. Com extrema habilidade para utilizar e potencializar os recursos da internet, a personagem passou a acompanhar a rotina de Rousseff através do recurso de geolocalização do Facebook, conforme mostra a Figura 1. Dessa forma, o lugar em que a presidenta e a personagem estavam coincidia.

A mesma postagem (Figura 1) exhibe outra ferramenta das redes sociais bastante utilizada pela personagem, as *hashtags*. Compostas pela junção de *hash* (símbolo #) com a palavra *tag*, que significa etiqueta em inglês, as *hashtags* são palavras-chave que classificam

as informações e designam o assunto que está em pauta em redes sociais como o Twitter, o Instagram e o Facebook. Auxiliam, portanto, na organização do conteúdo das mídias sociais. Com a *hashtag*, o termo utilizado vira um *link* clicável nas publicações de perfis ou páginas. Dessa forma, os usuários podem encontrar publicações relacionadas aos assuntos que estão interessados, como uma ferramenta de busca. Elas também podem ser usadas no ranqueamento dos temas mais comentados em cada rede social.

**Figura 1** - Dilma Bolada e o Programa Meu Ar Condicionado Minha Vida



**Fonte:** *fanpage* Dilma Bolada, 18 set. 2012.

Em Dilma Bolada, todavia, as *hashtags* ganharam outras funções, como mapear as principais identidades assumidas pela personagem, sintetizar o conteúdo das postagens e ampliar seu caráter humorístico. Esse é um dos pontos analisados por Gadelha (2013), em monografia de conclusão de curso, na qual analisou as postagens da personagem no ano de 2012.

Normalmente se tratam de poucas palavras que designam os assuntos, como por exemplo #Eleições2010 ou #CopadoMundo2014. Contudo, Dilma Bolada une várias palavras para a formação de uma hashtag, se distanciando do caráter sucinto, porém conferindo o tom humorístico e por vezes resumindo o assunto da postagem, facilitando a identificação de assuntos recorrentes que integraram o conteúdo da página (GADELHA, 2013, p. 21).

Entre as *hashtags* comumente usadas para identificar a personagem, estão: #BomDilma; #Dilmãe; #Dilmainha; #EtaPresidentaMaravilhosa; #Dilmoleka;



#UmRostoLindoEUmSorrisoEncantador; #DilmusadaWeb; #DilmorandoDoNordeste; #MeigaEAbusada; #LindaEleganteEPoderosa; além de #RainhadaNação; #DivadoPovo e #SoberanadasAméricas, que a própria personagem usa para se apresentar nas redes sociais. Outras, reforçam a contextualização do conteúdo da mensagem, como no exemplo da postagem citada anteriormente (Figura 1).

Inicialmente, as *hashtags* tornaram-se populares no *site* de rede social Twitter pelo seu potencial de organização do conteúdo, porque elas permitiam que os usuários elencassem as publicações em tópicos. Com sua popularização e inserção em outras redes sociais, o Facebook incorporou o recurso ao *site* em junho de 2013. Devido à sua habilidade em utilizar recursos que elevam a visibilidade nas redes sociais, Jeferson Monteiro rapidamente as incluiu na linguagem de Dilma Bolada.

A Dilma Bolada inaugurou essa coisa das *hashtags*, inclusive no Facebook. Muito antes da #RainhadaNação, a *hashtag* mais famosa talvez seja a #Dilmãe. (...) A *hashtag* tinha o poder de sintetizar a história, sempre, porque algumas pessoas falavam até que o melhor da história era a *hashtag*, mas se você não lesse a história, você não entenderia boa parte delas. Então, elas sintetizavam sempre o que o texto contava. Inclusive fazendo referências a elementos de fora. Elementos de um filme, uma música, da cultura pop, coisas que estavam acontecendo no momento. Então eu sempre usei a *hashtag* como um elemento para sintetizar a narrativa. (MONTEIRO, dez. 2015. Informação verbal).

Além dessa possibilidade de sintetizar a narrativa, a *hashtag* facilita a busca por um determinado assunto e a recuperação de um determinado contexto nas redes sociais. Como as postagens permanecem no Facebook – a menos que o usuário as apague –, há também uma permanência desse conteúdo. Isso permite a recuperação posterior desse conteúdo, ainda que sua indexação dependa da pesquisa através de palavras-chave ou *hashtags*.

Como o próprio Jeferson Monteiro explica, a conta criada por ele configurava um perfil falso de Dilma Rousseff. Essa prática, conhecida popularmente como *fake* – palavra que, traduzida do inglês, significa falso – tem se popularizado nas redes sociais. Ou seja, configura-se o *fake* quando um perfil se apropria da identidade de outra pessoa ou mesmo quando a identidade do usuário não corresponde à mesma que representa. Como destaca Silva (2015), na dissertação de mestrado *Diva, presidenta e fake: a construção da imagem de Dilma Rousseff pelo perfil “Dilma Bolada” no Twitter*:

Apesar da pouca literatura a respeito, há um consenso mínimo sobre o conceito de *fake* como sendo a apresentação na internet de uma identidade que não corresponde àquela vivenciada fora da rede social. Comumente de caráter lúdico e satírico, têm relação com a cultura cristalizada do entretenimento, mas também podem apresentar caráter difamatório e até fins ilícitos. (SILVA, 2015, p. 72)

Os *fakes* podem ser considerados um contraponto à perspectiva tradicional de uso das redes sociais com comportamentos tradicionalmente aceitos. Trata-se de um nicho daqueles que se aventuram pela rede mundial de computadores na produção de conteúdo inusitado, estranho ou transgressor (SILVA, 2015). A criação de um *fake* aproxima o sujeito da área controversa dos limites da liberdade de expressão, direito à voz e autoria. Trata-se de um campo cujos limites e tensões vêm se alargando na cultura digital, inclusive devido à ampliação do pólo de emissão, característica fundamental da cibercultura.

Em alguns casos são usadas identidades de celebridades, famosos personagens de filmes ou desenhos animados. [...] Assim, essas identidades se constituem a partir de uma exterioridade, nos rastros deixados na rede internet, nas informações públicas encontradas nessa rede; ela se constitui naquilo que se torna aparente no ato mesmo de se projetar em outros momentos e de se fazer visível a outrem. (ROCHA, 2009, p.7-8)

O *fake* pode ser associado à definição que Goffman (2014) faz de representação falsa, que seria uma fachada falsa ou “somente uma fachada”. O autor engloba, nesse contexto, os que “dissimulam, enganam e trapaceiam [...] a discrepância entre as aparências alimentadas e a realidade” (2014, p. 71). Entretanto, muitas vezes, quando indagamos se uma impressão é verdadeira ou falsa, na verdade queremos saber se o ator está ou não autorizado a desempenhar aquele papel, e não na representação real em si mesma.

É importante destacar, todavia, que há muitas diferenças entre os *fakes*. Segundo Mocellim (2007), há o tipo de *fake* que é visivelmente falso, que não imita ninguém e é marcado por características exageradas, bizarras ou excêntricas, que transparecem intencionalmente seu caráter fantasioso. Outra modalidade são os *fakes* espíões, contas criadas exclusivamente para ter acesso às publicações de terceiros sem chamar atenção ou identificar o proprietário. Há os *fakes* que se dizem verdadeiros, utilizam nomes verossímeis, adicionam fotos e amigos, convencendo a comunidade com a qual interagem de se tratar de uma pessoa real. O material que alimenta seu perfil é obtido em buscas na internet e ele não se apropria da identidade de alguém conhecido dos círculos sociais onde se insere. Há os *fakes* de personagens ou personalidades reais, que assumem identidades da esfera da ficção ou de pessoas famosas, com finalidades que vão da sátira à depreciação. Há os que de fato se passam pelo indivíduo imitado, causando confusão, e os que se declaram falsos de antemão.

O texto do campo “sobre – informações pessoais”, na página Dilma Bolada, no Facebook, explica que se trata de uma personagem fictícia criada com o intuito de entreter de forma humorística os seguidores da mesma. “Desta forma, não há ligação alguma de forma direta ou indireta com a Excelentíssima Senhora Presidenta da República Dilma Vana

Rousseff bem como sua equipe ou qualquer(s) outro(s) membro(s) do Governo Federal deste país” (MONTEIRO, *Fanpage Dilma Bolada*, 2016). Ou seja, a personagem deixa claro seu caráter fictício no campo de identificação de sua página.

O potencial narrativo do mundo *fake* está associado à criatividade de seus habitantes.

Assim como no mundo dos games, cria-se um personagem, interage-se com os demais, estabelecem-se e desfazem-se laços para contar uma história que pode nunca ter fim; ou ser abreviada a qualquer momento, ao bel-prazer do jogador. Por isso, são infinitas as possibilidades. (COTRIM & OLIVEIRA, 2009, p. 3)

No caso de Dilma Bolada, essa participação do público – frequentemente chamado por ela de súditos – é significativa. Cada postagem tem números de curtidas que variam de 12 mil a mais de 80 mil. Os comentários em postagem alcançam os 11 mil. Outra possibilidade de interação com o público, o compartilhamento, chega aos 19 mil para as postagens mais populares. Além disso, cada informação compartilhada pode ser vista, ainda, pelos amigos de cada usuário na rede social. É importante destacar que as interações com os internautas são parte ativa da construção dos perfis nas redes sociais. A participação do público integra a dinâmica das narrativas e ajuda a moldar os próximos passos da personagem. Saber interagir com o público é, também, um caminho para a popularidade nas redes sociais.

É interessante observar que a personagem se construía, à primeira vista, como antítese da figura real na qual se inspirava. O temperamento brincalhão de Dilma Bolada difere do jeito duro pelo qual Dilma Rousseff era retratada por grande parte dos meios de comunicação de massa. As aproximações e distanciamentos entre a personagem e a presidenta são um dos pontos de nosso estudo, mas antes de nos debruçarmos sobre eles, é preciso aprofundar mais o olhar sobre a personagem e a forma com a qual ela se aproximou dos internautas.

### 2.2.2 Riso e aproximação do público nas redes

As postagens de Dilma Bolada na rede social Facebook mostravam o cotidiano da presidenta fictícia, incluindo informações de bastidores do Palácio do Planalto. Os detalhes apresentados nas narrativas variavam de curiosidades sobre suas refeições até o conteúdo de ligações telefônicas, passando por reuniões políticas. Não faltavam pormenores sobre a vida pessoal e os momentos de lazer, tudo isso narrado através de uma linguagem humorística. Dilma Bolada humanizou o papel de uma presidenta da República e/ou de mulheres que assumem papéis importantes. Não raro, as mulheres em posição de poder são associadas a um

estereótipo de perda de feminilidade, como se deixassem de ser mulheres. Tornam-se seres híbridos, no sentido da sexualidade instituída pela cultura de gênero e são, também, portadoras de um certo hibridismo no que diz respeito à sua condição pessoal e humana (BEARD, 2018). É como não se tivessem racionalidade enquanto pessoa e nem qualquer vestígio afetivo. A mencionada *fanpage* diferia muito da cobertura burocrática normalmente publicizada nos perfis das redes sociais dos políticos, repletos de posicionamentos oficiais. A autoproclamada Rainha da Nação apresentava um roteiro “glamourizado” de compromissos, em sua composição ficcional da agenda da presidenta Dilma Rousseff.

Era através das narrativas que a personagem costurava as relações com grandes lideranças mundiais e posicionava-se em momentos de conflito. Seja no diálogo com Barack Obama, Angela Merkel ou Vladimir Putin, Dilma Bolada não disfarçava a irritação quando seus interesses eram contrariados: mostrava-se irritada e esbravejava até mesmo com autoridades. Mas até os momentos de chateação eram tecidos com certa leveza proporcionada pela linguagem humorística, como afirma a atriz e cantora Nara Gil, que acompanhou a personagem nas redes sociais:

É uma personagem que brinca com as coisas políticas, que leva a política para um lado bem-humorado, mas falando certa, falando coisas com posições mesmo. Ela leva para o lado bem-humorado, mas não deixa de falar o que tem que falar. Ela tem posição e banca as posições que têm. (GIL, ago. 2018. Informação verbal)

Esse ambiente fictício parecia ganhar mais densidade com as relações tecidas pela personagem em suas publicações. Dilma Bolada desenvolveu uma relação de amizade e rivalidade com a ex-presidenta da Argentina, Cristina Kirchner<sup>21</sup>, por exemplo. Era comum a personagem fazer piadas sobre a disputa entre os dois países, e “pregar peças” na líder do Executivo argentino. Apelidou-a de Cris e, em postagens que simulam conversas por telefone, a chama pelo apelido íntimo de “nêga”. Outras figuras próximas de seu círculo de amizades na política, o então presidente dos Estados Unidos Barack Obama, e a Rainha Elizabeth II, do Reino Unido, são chamados por Dilma Bolada de “Obamão” ou “Brother Obama”, e “Beth”, respectivamente.

Com o tempo, Dilma Bolada virou para mim um grande *case* de política na rede social. Porque o personagem conseguia dialogar, sobretudo, com determinados aspectos da política que a sisudez do dia a dia ou o peso daquela notícia não conseguiam. Dilma Bolada conseguia transformar certos aspectos e curiosidades do dia a dia da presidenta numa coisa engraçada. E

---

<sup>21</sup> Cristina Kirchner foi a primeira mulher eleita pelo voto direto para a Presidência da Argentina. Seu primeiro mandato foi de 10 de dezembro de 2007 a 2011. Foi reeleita em 2011, permanecendo no cargo até 10 de dezembro de 2015.

mesmo quem não gostava do PT e não gostava de Dilma dava risada. Para mim, o aspecto bem curioso é que esse diálogo existiu, existe e foi um pouco sem fronteira, porque muita gente falava de Dilma Bolada. E tinha uma coisa: Dilma Bolada às vezes postava umas fotos dos olhares de Dilma, que era muito engraçado aquilo. E sem ser uma coisa pejorativa, ao mesmo tempo. É divertido, é curioso e não é pejorativo. (DÓRIA, ago. 2018. Informação verbal)

Esse depoimento explicita a questão do humor vindo à tona como impulsionadora do diálogo mesmo em situações controversas. Publicitária com extensa atuação na coordenação de campanhas políticas e eleitorais, Marta Dória afirma que o humor é fundamental para a política por liberar tensões do próprio campo do poder. Chagas (2017) acrescenta que, além de atuar como válvula de escape para momentos de tensão, o humor chama a atenção, alivia a ansiedade e fortalece laços de solidariedade. Aliado a isso, pode persuadir e até mesmo suscitar ações coletivas no campo político. “O humor político na Internet contribui para a criação e consolidação de uma teia de significados compartilhados, que absorve e ressignifica conteúdos da cultura popular, estreitando laços entre os usuários (...)” (CHAGAS, 2017, p. 7).

O público ri de Dilma Bolada, de suas posturas surpreendentes e inadequadas a uma autoridade política, mas permitidas pela atmosfera do humor. Ao mesmo tempo, é possível rir com ela, diante do que a própria personagem chama de “minhas travessuras”, brincadeiras que faz com o teor do deboche para com seus adversários, mas também com seus aliados. Afinal, a imagem construída para a personagem Dilma Bolada é de uma “presidenta brincalhona”, aparentemente o principal antagonismo à presidenta Dilma Rousseff, cuja imagem construída pela mídia era de uma “mulher dura”, sem a maleabilidade e a flexibilidade do humor, por exemplo.

O filósofo francês Gilles Lipovetsky (2005) afirma que o humor desempenha uma dupla função democrática: permite ao indivíduo libertar-se do destino e das convenções e afirmar sua liberdade de espírito, mesmo que de forma pontual. Ao mesmo tempo, impede que seu ego se leve a sério, que crie uma imagem “superior”. “O humor pacifica o relacionamento entre as pessoas, anula as causas de atrito mantendo a exigência da originalidade individual” (LIPOVETSKY, 2005, p. 133). Essa suavização do cômico propiciada pelo humor traz também um elemento afetivo que é outro dado de aproximação das pessoas. “Uma pitada de humor basta para tornar todos os homens irmãos” (THOMPSON, 1947). Esse “senso de humor” consiste, por exemplo, em destacar o lado divertido das coisas, sobretudo nos momentos difíceis da vida. Brincar mesmo diante de acontecimentos dolorosos. Como os heróis dos filmes de guerra fazem piadas mesmo no *front*

de batalha. Como Dilma Bolada buscava provocar o riso mesmo diante da ameaça do *impeachment*. Esses fatores inscrevem-se no rol das causas do prestígio social do humor.

Dilma Bolada constrói uma relação de proximidade com o público associando a linguagem humorística às ferramentas oferecidas pelo ambiente interativo das redes sociais. A partir dos atributos cômicos, a personagem desenvolve um relacionamento com os internautas que, em muitos momentos, beira a intimidade. Ela não apenas compartilha acontecimentos de foro íntimo e sigilosos, como interage com as pessoas através dos comentários feitos na *fanpage*.

Uma das entrevistadas para esta pesquisa, a servidora do Ministério de Desenvolvimento Social, Marina Brito, acredita que a participação e aproximação dos internautas se deva ao humor imprimido na personagem, mas também ao fato de que em outros momentos ela apresentava outras características “mais afetuosas”. Associado a isso, Dilma Bolada comentava temas menos sérios e mais próximos da população em geral, tais como novelas, música, fofocas sobre a vida das celebridades e outros fatos que iam além dos temas políticos.

Uma coisa é ela ser sisuda discutindo economia, outra coisa é ela soar brava e/ou mandona ao comentar o hit musical do momento ou a fofoca de celebridades. Os últimos temas tornam ela muito mais ‘comum’ ou ‘gente como a gente’, tornando, na aparência, a relação entre cidadãos(ãos) e presidenta menos hierárquica e por isso menos autoritária. Nesse sentido, ao se valer de temas que estão mais presentes no cotidiano dos brasileiros do que temas relativos à administração do Estado e as disputas políticas, faz com que no imaginário de brasileiras e brasileiros, se rompam hierarquias que tornam essas características de seriedade, autoritarismo menos marcantes. Ou pelo menos, menos marcadora de submissão, desigualdade, etc. (BRITO, mar. 2019)

Com base nessa percepção, podemos considerar a linguagem humorística como fio condutor para abrandar a sisudez da hierarquia imposta pelo cargo de presidenta ao trazer para o universo temático da líder do poder Executivo assuntos mais palatáveis, discutidos no cotidiano por gente comum. O enredo composto por temas da cultura *pop* abordados pelo viés cômico parecia dissolver as desigualdades dos papéis sociais da líder política fictícia e da população. Uma visão que nos parece em consonância com a afirmação de Lipovetsky (2005) de que o humor da sociedade de massa é influenciado pela publicidade, pela moda, pela cultura *pop*, pelos aparelhos eletrônicos, desenhos animados e quadrinhos.

O criador de Dilma Bolada, Jeferson Monteiro, inclusive, mudou de área após o sucesso da personagem. Saiu da Faculdade de Administração e ingressou na de Publicidade.

O autor insere nas postagens de sua criação assuntos como telenovelas, sucessos da música e do cinema e a vida das celebridades. É interessante observar essas temáticas diante da dinâmica da cibercultura. Se antes, a ficção estava apenas no universo das celebridades, atualmente, há uma estetização da vida real na ambiência das redes sociais (SIBILIA, 2008).

A prática de postar fotos com artistas famosos e querer aparentar uma vida bem-sucedida e ilusoriamente perfeita faz com que os internautas pareçam protagonistas de um filme que narra sua própria história. A internet mostra-se como espaço adequado a proporcionar a relação social entre pessoas mediadas por imagens e com forte interação, um cenário propício para o espetáculo. Nesse *show* de realidade, as fronteiras entre o real e o ficcional tornam-se cada vez mais tênues. Parece-nos que Dilma Bolada populariza-se exatamente por se posicionar nesse limiar em que a vida real se torna bem mais interessante e convidativa quando se aproxima da ficção. Esta “contaminação” ocorre pela crescente “ficcionalização do real na mídia, bem como a gradativa naturalização do realismo na ficção” (SIBILIA, 2008, p.196).

A esse respeito, a publicitária Mirtes Santa Rosa (2018) afirma que “Dilma Bolada mostrava uma Dilma que tinha um diálogo”, uma espécie de representação da presidenta Dilma Rousseff que, ainda que fictícia, possibilitava uma relação de simpatia e aparente afinidade com os internautas. (SANTA ROSA, ago. 2018).

O que me faz seguir um perfil no Facebook ou Instagram? É querer ver ou escutar o que alguém quer me dizer. Se eu sigo Dilma [Rousseff] e sigo Dilma Bolada, Dilma [Rousseff] é a pessoa física, a política, a servidora pública. Dilma Bolada é a minha amiga, mas que é idealizada dentro de um perfil público, um perfil duro. (SANTA ROSA, ago. 2018. Informação verbal)

Essa ressignificação possibilita que Dilma Bolada seja a amiga com quem se fala sobre a vida dos famosos e os sucessos do momento, aquele tipo de conversa que se tem na intimidade da vida doméstica, culturalmente tão associada às mulheres. Esse diálogo entre a presidenta fictícia e o público somente é possível na aproximação proporcionada pelas redes sociais, em que o usuário pode tornar-se tanto emissor, como receptor de conteúdos. Nessa ambiência, do quarto ou da sala de casa, qualquer pessoa conectada pode dialogar com essa líder política fictícia, sem a intermediação de assessores e longe do ambiente formal do governo. Podemos considerar que a união desses elementos na *fanpage* Dilma Bolada – a ambiência das redes sociais, o humor e a discussão de temas ligados à cultura popular e de amenidades – foram fundamentais para ajudar a dissolver a tensão de gênero representada por uma mulher de alegado temperamento difícil em um cargo de poder.

De acordo com essa perspectiva, o humor dissolveria barreiras hierárquicas de forma a melhorar a receptividade a Dilma Bolada nos momentos em que ela se mostrava mais rude ou dura. Segundo o especialista em *marketing* digital Vitor Paranhos (2018), uma pessoa de personalidade mais séria e sem carisma pode tornar-se querida e próxima através de uma personagem engraçada. “As pessoas passam a se identificar com as piadas e forma de falar” (ago. 2018. Informação verbal). A linguagem humorística comumente vista nas redes sociais parece-nos adotar um estilo mais leve, que aproxima-se do que Lipovetsky (2005) chama de novo cômico, ao esvaziar o viés negativo da fase satírica ou caricatural do humor. Seria um humor mais positivo e desenvolvido, sem vítima, que não zomba, nem critica, tampouco deseja ser profundo. Limita-se a uma atmosfera eufórica de bom humor e de felicidade.

Não mais fingindo indiferença e distância, o humor de massa é provocante, tônico e psicodélico, seu registro pretende ser expressivo, caloroso e cordial. Para convencer-se basta escutar o estilo dos apresentadores de programas de rádio para ‘jovens’ [...] nos quais o humor não tem mais nada a ver com o espírito, como se uma certa profundidade pudesse fazer surgir o perigo de estragar o ambiente de proximidade e de comunhão. Atualmente, o humor é aquilo que seduz e reaproxima os indivíduos (LIPOVETSKY, 2005, p. 115).

É como se, na sociedade atual, o humor fosse o responsável por promover uma atmosfera de leveza que aproxima as pessoas. Esse ambiente não estimula a crítica ou a subversão pelo riso, porque isso poderia estremecer o clima de informalidade e alegria que propicia a dissolução das tensões e aproxima as pessoas. Não se trata, portanto, de algo restrito a um simples estilo cômico, mas de um fenômeno mais amplo, uma influência sobre a vida social, cultural e, por que não, política. Isso pode ser observado em um certo ar de informalidade que paira nas relações – intensificado pela sensação de proximidade trazida pelas redes sociais – e nas instituições.

Todo mundo se trata por ‘você’, ninguém mais se leva a sério, tudo é ‘divertido’, os gracejos pipocam por todo lado, procura-se evitar o paternalismo, a superioridade, a piada ou a história clássica do final de banquete. (LIPOVETSKY, 2005, p. 115-116).

Essa informalidade no tratamento com o público é uma das características de Dilma Bolada. Não há espaço para a formalidade e a seriedade associada ao cargo máximo do Executivo na linguagem que a personagem utiliza para se relacionar com os internautas. Suas falas incluem gírias, cumprimentos informais e *hashtags* irreverentes, que compõem as postagens ao lado de fotos da personagem que mostram de olhares desconcertantes a poses descontraídas. Não nos parece exagero afirmar que seria uma espécie de dessacralização da



política torná-la parte do cotidiano de maneira tão informal. As narrativas de Dilma Bolada trazem o repertório da política para o dia a dia das pessoas comuns.

Talvez essa seja a razão pela qual cada vez mais pessoas estejam buscando informação política através de programas humorísticos e mídias de entretenimento, conforme os dados do Pew Research Center (2004). Algumas das fontes entrevistadas em nossa pesquisa consideram o humor de Dilma Bolada um dos caminhos de enfrentamento às reações negativas e, por vezes, sexistas, diante das mulheres em posições de poder. É o caso do analista digital Vítor Paranhos (2018), que afirma:

Vivemos em uma sociedade machista e patriarcal. Um perfil mais firme e de liderança em uma mulher geram uma certa estranheza ou fora do lugar comum. Daí, o personagem pega essas características se apropria disso para tornar engraçada situações que seriam comuns se fossem faladas por um homem. (PARANHOS, ago. 2018)

Esse olhar sobre as questões relacionadas à mulher na política também foi observado pela jornalista e professora Cleidiana Ramos. Doutora em Antropologia e mestra em Estudos Étnicos e Africanos, Ramos (2018) acompanhou as postagens da personagem durante o processo de *impeachment* de Dilma Rousseff, período analisado por nossa pesquisa.

O que eu mais gostava de Dilma Bolada era isso, um traço de uma pessoa que eu queria que fosse real, porque era muito divertido ter tanta leveza num meio tão duro e tão terrível como é a política. A política é muito dura com as mulheres. Se a gente for olhar a história das mulheres que tiveram projeção na política até hoje, praticamente todas, ou ela é a esposa do político que fez carreira política porque se dedicava às obras de caridade, ou ela é a mulher que é meio libertária. São as mulheres, como Dilma dizia em relação a ela mesma, que são duronas, um homem de saia. Parece que essas mulheres que vêm de uma linha mais progressista, ou seja, elas têm bandeiras muito mais duras que as outras, não podem se dar ao direito à afetividade, porque é como se fosse fraqueza. Essas coisas sempre me incomodaram. Ninguém perguntava, por exemplo, a Lula sobre como ele administrava a casa. Dilma apareceu em Ana Maria Braga tendo que preparar uma omelete, que é uma das coisas mais engraçadas que eu já vi. A presidenta da República ter que preparar uma omelete. Eu nunca vi ninguém fazer esse tipo de proposta a nenhum outro presidente. O que seria bem interessante para ver se o cara sabe fazer uma omelete ou fritar um ovo. Mas se espera isso dela. (RAMOS, ago. 2018. Informação verbal).

Um depoimento que traz importantes questões para nossa pesquisa. Primeiro, a constatação da política ser, historicamente, um campo de atuação difícil para as mulheres, e o humor como uma forma possível de incluir algum dado de leveza e flexibilidade nessa relação. Associado a isso, alguns temas elencados por esse riso mais cotidiano trazem um dado de afetividade, de aproximação, ao discutir assuntos muito rotineiros, que remetem ao

ambiente doméstico; assuntos que talvez não estivessem na pauta mais progressista dessas mulheres. Ao mesmo tempo, a mulher na política também tem suas habilidades domésticas avaliadas, como no exemplo citado em que a presidenta do Brasil preparou uma omelete em um programa de tevê. Uma participação informal, que não deixa de ter um dado de humor, mas que – ao ser posto com tamanha naturalidade, como se fosse corriqueiro um líder de Estado ir a programas de tevê preparar receitas – pode mascarar o viés preconceituoso, por vezes, adotado pela mídia, quando se refere às mulheres no poder, inclusive na medida em que essa mesma postura não é exigida pelos homens em cargos de poder. Esse tipo de abordagem encontra terreno fértil na ambiência das redes sociais, sobretudo quando disseminada em linguagem humorística.

### 2.3 REDES SOCIAIS, HUMOR E MISOGINIA: O CONTEXTO DO *IMPEACHMENT* SOB A PERSPECTIVA DE GÊNERO

Em 2014, muitas pessoas não esperavam – e não aceitavam – a ideia de mais quatro anos sob a liderança da mulher que iniciara a militância aos 16 anos, foi torturada durante a ditadura militar e ocupou os principais cargos da República. Uma política de trajetória e personalidade que não se encaixavam nos estereótipos de feminilidade. Contrariando a expectativa de muitos dos que criticavam aquela “mulher dura” no comando do posto mais elevado do Executivo do Brasil, Dilma Rousseff foi reeleita com 54.501.118 votos. A legitimidade e o respeito ao resultado das eleições democráticas foram questionados já no dia seguinte ao pleito de 2014, quando o candidato derrotado Aécio Neves levantou a ideia do *impeachment*. A diferença de 3,38% entre os dois candidatos no resultado final – ou 3.459.963 votos – foi usada como argumento para afirmar que a vitória foi por uma “pequena margem”.

Iniciado em 1º de janeiro de 2015, o segundo mandato da presidenta Dilma Rousseff foi palco para uma série de manifestações sexistas. Elas intensificaram-se nos nove meses que transcorreram entre a abertura do processo de *impeachment* contra Dilma Rousseff, em 2 de dezembro de 2015, e seu afastamento definitivo da presidência da República, em 31 de agosto de 2016. As narrativas enunciadas no referido processo mostraram que – a despeito de o Brasil ter reeleito democraticamente a primeira mulher a ocupar a presidência do país – os discursos misóginos estavam muito distantes de ser neutralizados.

Em análise, no livro *O Golpe na perspectiva de Gênero*, publicado em 2018, a pesquisadora Céli Regina Jardim Pinto nomeia as quatro forças que se aliaram no estratagema para depor a presidenta eleita: as políticas, lideradas pelo então vice-presidente Michel Temer, ameaçadas pelas investigações da Polícia Federal; os representantes do capital, sintetizados na figura de um pato de plástico; uma classe média confusa politicamente, mas consciente de que a continuação de um governo de esquerda poderia ameaçar seus privilégios; e o judiciário, extrapolando suas funções e se tornando um poder político que se estende desde a primeira instância até o Supremo Tribunal Federal (STF).

Seja através de grupos conservadores nas redes sociais ou nas manifestações lideradas por uma classe média urbana elitizada, a campanha a favor do *impeachment* abordou a questão de gênero da maneira mais primária possível, revelando – muitas vezes, de forma explícita – o preconceito contra a mulher. A cobertura midiática das manifestações e das críticas à presidenta seguiu o mesmo caminho. Matérias e imagens publicadas em jornais e revistas mostram a cobertura sexista e misógina da mídia contra a presidenta. A ideia de uma mulher sobrecarregada e pressionada, prestes a perder o controle, esteve entre as mais evocadas. Dilma Rousseff foi mostrada como uma mulher desequilibrada, histérica e de temperamento rude, inclusive com componentes de violência simbólica que revelavam o descontentamento com a presença das mulheres em espaços públicos.

Estudos recentes sobre mulheres políticas no noticiário brasileiro observaram que estereótipos de gênero ainda fazem parte do discurso, embora tenham passado por importantes mudanças (BIROLI e MOTA, 2010; MIGUEL e BIROLI, 2010). Anteriormente, a cobertura midiática de mulheres na política ficava restrita a temas como corpo, vida pessoal e imagem da mulher na política. Segundo os autores, a partir dos anos 2000, os estereótipos mais extremos, aqueles que negam legitimidade à presença da mulher na esfera pública, foram considerados superados. Entretanto, a campanha pelo *impeachment* de Dilma Rousseff, sobretudo na internet, revelou que o problema está longe de ser superado.

Não há dúvida de que a internet – com destaque para as redes sociais – oferecem poderosas ferramentas de interação e diálogo. Por outro lado, não parece haver nada nas novas redes que as impeça de também servir “à reiteração de preconceitos e à manifestação de hostilidades as mais diversas” (LATTMAN-WELTMAN, 2015, p. 19). Diversas vezes, a linguagem humorística, extremamente bem-sucedida nas redes sociais, parece ser usada com o intuito de disfarçar ou amenizar a propagação de preconceitos e de conteúdos machistas.

No artigo “Humor golpista: memes sobre Dilma Rousseff durante o ‘impeachment’”, publicado em 2017, o professor Georg Wink analisou memes que tiveram grande repercussão

no decorrer do processo de afastamento da presidenta. Para isso, considerou aqueles reproduzidos além das redes sociais, ou seja, na mídia de massa “tradicional” – versões *online* dos grandes jornais –, em *blogs* especializados na coleção de memes, e em trabalhos acadêmicos.

É impressionante como a maioria dos memes utiliza rotineiramente como gancho, para veicular a sua crítica humorística à pessoa pública, o fato biológico de Dilma Rousseff ser uma mulher (‘Dilma manipulando as massas’, fig. 2), em vez de alertar a outras características possíveis, que, aliás, poderiam ser ainda mais inquietantes do que sua arte culinária, por exemplo, sua suposta capacidade de doutrinação comunista (...) Apenas pelos memes de internet que tematizam Dilma Rousseff durante o ‘impeachment’, ficamos com a impressão de que o que mais inspira e instiga o humor (e ódio) dos internautas parece ter sido o simples fato de ela ter ocupado o cargo da presidência sendo mulher. Essa tendência contrasta com o tratamento dado a representantes masculinos em outros memes que focam políticos masculinos (WINK, 2017, p. 132-133).

O meme mencionado – Dilma manipulando as massas – mostra a presidenta cozinhando espaguete. A montagem utiliza uma imagem feita durante o programa de estreia no horário eleitoral da campanha de reeleição de Dilma Rousseff (Figura 2). Dos 11 minutos que Rousseff tinha disponível na tevê, pelos menos 40 segundos foram dedicados a apresentá-la como uma pessoa comum que trabalha muito e tenta aproveitar qualquer tempinho que resta para ter uma vida normal. A candidata à reeleição foi apresentada como uma mulher que gosta de cozinhar, tratar do jardim e cuidar da residência oficial com o esmero de “qualquer dona de casa”.<sup>22</sup> É interessante observar a estratégia de *marketing* eleitoral da presidenta durante a campanha, de mostrá-la também como uma mulher vinculada à esfera doméstica. Trata-se, possivelmente, de uma tentativa de contrapor a imagem pública de Dilma Rousseff, mais associada a atributos considerados socialmente masculinos.

A importância dada a essas características mostra que os estereótipos de gênero ainda reverberam na esfera política. Estudos indicam que mulheres ativamente envolvidas com a política experimentam discriminação de gênero devido a inconsistências entre as percepções do que é preciso para ser uma política de sucesso em instituições que estão moldando, reprimindo e reforçando padrões de gênero relacionados ao poder. O desafio da aceitação pela opinião pública e por seus pares torna-se ainda maior porque o mundo político opera não

---

<sup>22</sup> “Versão ‘Ana Maria Braga’ de Dilma não convence, sugere Financial Times”. In: ABRANTES, Talita. Revista Exame. 21 ago. 2014. Disponível em: <https://exame.abril.com.br/brasil/versao-ana-maria-braga-de-dilma-chama-atencao-do-ft/> Acesso em: 16 de junho de 2019. Disponível em: <https://exame.abril.com.br/brasil/versao-ana-maria-braga-de-dilma-chama-atencao-do-ft/> Acesso em: 16 de junho de 2019.

apenas pelas regras oficiais, mas também pelas normas informais, costumes e tradições, nem sempre postos de maneira clara.

**Figura 2** – Meme Dilma manipulando as massas



**Fonte:** revista *Galileu*. 26 de agosto de 2016.<sup>23</sup>

Essas regras, costumes e tradições informais também estão relacionados a estereótipos. Para muitas pessoas, tradicionalmente, a liderança está associada à competitividade, determinação, dominação e agressão. Estereótipos, no entanto, sugerem comportamentos diferentes para homens e mulheres. Como explica a pesquisadora Nichole M. Bauer (2013), os estereótipos sobre mulheres são construtos multidimensionais que refletem crenças sobre características, comportamentos e papéis de gênero tradicionais. Ao definir funções sociais de acordo com o gênero, eles relegam as mulheres a atividades domésticas de mães, esposas e cuidadoras, mais relacionadas a atributos como sensibilidade, gentileza e modéstia, e sempre tendo os homens como referencial. Os homens, por outro lado, seriam responsáveis por papéis de liderança, associados a características como assertividade e clareza.

De acordo com essa visão, ancorada em padrões culturais e sociais relacionados historicamente às esferas pública e privada, os homens são considerados mais assertivos, dominantes, agressivos, competitivos e independentes. Em oposição, as mulheres são estereotipadas como calorosas, compassivas, prestativas, carinhosas, simpáticas, sensíveis, gentis e educadas. Isso significa que, na maioria das vezes, a liderança é codificada como

<sup>23</sup> Disponível em: <https://revistagalileu.globo.com/Sociedade/noticia/2016/08/o-processo-de-impeachment-de-dilma-rousseff-atraves-dos-memes.html>. Acesso em: 16/06/2019.

masculina (BIROLI, 2011; DOLAN, 2014; GENOVESE e STECKENRIDER 2013; HUGHUES e PAXTON, 2017; NORRIS, 1997; POMPPER, 2017).

A pesquisadora Kathleen Jamieson (1995) aponta uma recorrente tensão enfrentada por mulheres em posições de liderança: a forma como sua associação com estereótipos tradicionalmente masculinos ou femininos impacta em sua imagem pública. Essa dupla vinculação nunca é totalmente positiva para a mulher, pois ela é questionada tanto se adotar características socialmente relacionadas ao universo feminino – podendo ser considerada pouco adequada às posições de liderança, quanto se for considerada muito masculina, porque então sua própria condição de mulher é questionada.

Isso pode gerar uma ideia de que o ambiente político é inapropriado ao gênero feminino. Não por acaso, muitos dos exemplos do humor político direcionado às mulheres, inclusive nos memes, retratam uma aversão ao sexo feminino, que inclui o sexismo e a pornografia, e se enquadra na definição de misoginia. O riso seria provocado (ou não) pela sensação de uma superioridade relativa que, de maneira preferencial, alimenta-se pelo estímulo de agressões recalcadas. As agressões são motivadas pelo fato de a crítica humorística se referir a uma mulher, em posição supostamente incompatível com o seu gênero. Revelam, sobretudo, a presença de um repertório convencional de estereótipos machistas e misóginos que é ativado em função do efeito humorístico. Em vista disso, é possível observar a predominância de um sentimento de ódio sobre o humor, o que faria “escárnio” um termo mais adequado (WINK, 2017, p. 134).

Em consonância com essa visão, Ivana Bentes (2016) afirma que o conteúdo reproduzido nas redes sociais prolifera tanto a ignorância, a desinformação e o regime de crença de diferentes grupos, quanto a inteligência popular, o humor e a ironia. De acordo com a pesquisadora, os memes nos dão as “evidências” de que precisamos para derrotar, humilhar, rir, desqualificar uma pessoa, um grupo, um pensamento.

Os regimes de pós-verdade produzem mais do que fatos e informações, trabalham com os regimes de crença. Visões de mundo, preconceitos, sentimentos. Se antes o propósito da mentira política era criar uma falsa visão do mundo, agora trata-se de reforçar preconceitos e sentimentos, não apresentar ou analisar fatos (BENTES, 2016).<sup>24</sup>

É como se as pessoas, munidas de um gerador de memes ou de um vídeo e uma conta no Facebook ou no Twitter se tornassem editorialistas de suas próprias crenças, falando para as bolhas das redes sociais, dos seguidores. Essa audiência é capaz de validar e cancelar o

---

<sup>24</sup> BENTES, Ivana. "A memética e a era da pós-verdade". In: Revista CULT, 31/10/2016. Disponível em: <https://revistacult.uol.com.br/home/a-memetica-e-a-era-da-pos-verdade/>. Acesso em: 17 de junho de 2019.

que é dito, produzindo pertencimento e identificação, ou ódio e uma guerra memética impermeável, na qual aparentemente há muita replicação e pouca reflexão. Chagas (2017) afirma que os memes têm influenciado a cena política brasileira há mais tempo do que imaginamos.

Como excelentes termômetros eleitorais, eles dinamizam e dimensionam a opinião pública a respeito de um dado candidato, partido ou uma proposta específica. Funcionando como comentários situacionais, escárnio ou manifestação de apoio explícito, os memes são capazes de descortinar de forma bastante evidente o comportamento das massas em um cenário eleitoral (CHAGAS, 2017, p. 13).

É interessante observar que, na contemporaneidade, inclusive devido a avanços legislativos, muitos se sentiriam intimidados em expor pensamentos sexistas de maneira explícita. Mas o humor proporciona certo relaxamento para falar de assuntos considerados tabu, funcionando, por vezes, como um território no qual posicionamentos sexistas podem ser mais facilmente aceitos, supostamente por seu tom de brincadeira.

Não é por acaso que o humor parece ser sempre o reduto final de sobrevivência dos discursos preconceituosos, quando eles não encontram mais legitimidade social para se manifestar de outra forma. Assim, o humor machista sobrevive ao machismo doutrinário aberto, o humor antissemita ao antissemitismo escancarado, o humor homofóbico ainda hoje tem curso mesmo em espaços sociais nos quais a homofobia assumida não é mais admitida e assim por diante (MIGUEL, 2013, p. 106-107).

O humor configura-se como um local de construção e negociação de identidades que, muitas vezes, ajuda a naturalizar estereótipos. Para que a piada se realize, o humorista e o público precisam partilhar um universo mental comum, um repertório de conceitos prévios; e precisam compartilhar a mesma linguagem. “Sem essa partilha, não se realiza o humor. (...) As piadas preconceituosas são o primeiro nível do humor, um humor mais baixo, mas fácil, mais raso” (LAERTE, 2012). Como estão ancoradas no senso comum e não exigem um amplo conhecimento prévio, apenas dos preconceitos compartilhados, esse tipo de piada acaba sendo bastante comum. Entretanto, como reproduzem estereótipos, elas não são transgressoras, apenas assumem que o mundo é preconceituoso e sugerem que isso é engraçado. “O discurso humorístico é também um discurso ideológico. Ele diz coisas, por mais que a intenção seja divertir as pessoas enquanto comem batata frita” (LAERTE, 2002).

Não é exagero afirmar que esse hábito de proliferar piadas sexistas e até mesmo misóginas foi reiterado durante o processo de *impeachment* de Dilma Rousseff, inclusive através do uso das redes sociais. Apesar de todo o potencial democrático e da diversidade de

vozes oferecido pela ambiência em rede, a divulgação de abordagens machistas, muitas delas em linguagem humorística, foi frequente.

Consideramos pertinente pontuar que, se por um lado, as mídias sociais têm a capacidade de criar novas narrativas e até mesmo impulsionar a democracia participativa e uma nova esfera pública, por outro lado, parte significativa dos memes durante o processo do *impeachment* da presidenta Dilma Rousseff reproduziu a narrativa hegemônica da mídia tradicional de massa. Essas narrativas expuseram posturas conservadoras e estimularam preconceitos contra as mulheres em conteúdos disseminados com assustadora facilidade nas redes sociais. Como não há filtro para verificar a veracidade das informações veiculadas na internet, há também um potencial de desinformação.

Cabe ressaltar que, entretanto, nem todos os conteúdos disseminados nas redes sociais são reacionários ou reforçam o *mainstream*.<sup>25</sup> Além disso, nem todos os memes funcionam através do escárnio. A própria Dilma Bolada produziu postagens que apresentaram outras narrativas para o período do *impeachment* da presidenta Dilma Rousseff, sem a incidência de conteúdo misógino, como veremos na análise realizada no capítulo 5.

Nesse sentido, a internet é também um campo fértil para a mobilizações de combate às narrativas estereotipadas, inclusive de gênero. Exemplo disso são as manifestações organizadas por coletivos feministas no ambiente digital, como “Chega de Fiu-fiu”, campanha lançada pelo *blog* Think Olga com o intuito de lutar contra o assédio sexual em espaços públicos. Outra iniciativa é a campanha “Eu não mereço ser estuprada” que teve início no Facebook como resposta à divulgação de uma pesquisa realizada pelo Instituto de Pesquisa Aplicada (Ipea), que informava que 65% dos entrevistados achavam que as mulheres que usavam roupas curtas mereciam ser estupradas (RISSOTTO, MEYER e SOUSA, 2017).

Muitas dessas campanhas têm adotado mobilizações de caráter humorístico, por vezes, através da ironia, do sarcasmo e da irreverência, como aponta o dossiê “O Humor das mulheres e as mulheres no humor: feminismos, riso e arte” (CRESCÊNCIO e PIRES, 2018). As autoras destacam as conexões entre o humor e o ativismo político em manifestações como a Marcha das Vadias, que é realizada desde 2011, e o Movimento de Mulheres Unidas contra Bolsonaro, criado na campanha eleitoral de 2018. Tendo como mote a *hashtag* #EleNão<sup>26</sup>, a

---

<sup>25</sup> A tradução literal de *mainstream* do inglês para o português é “corrente principal” ou “fluxo principal”. Em português, a palavra designa um grupo, estilo ou movimento com características dominantes, usualmente relacionado ao mundo da cultura e das artes.

<sup>26</sup> “#EleNão: A manifestação histórica liderada por mulheres no Brasil vista por quatro ângulos”. ROSSI, Amanda; CARNEIRO, Julia e GRAGNANI, Juliana. In: BBC News Brasil, São Paulo, Rio de Janeiro e Londres.



iniciativa ganhou as ruas e foi repercutida nacional e internacionalmente. De acordo com a pesquisadora Céli Regina Jardim Pinto (2018), a manifestação organizada pelo Movimento #EleNão, em 29 de setembro de 2018, foi a maior manifestação<sup>27</sup> de mulheres da história do país.

---

30 setembro 2018. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-45700013>. Acesso em: 17 de junho de 2019.

<sup>27</sup> O número total de pessoas que participaram das manifestações é incerto. A Polícia Militar não divulgou estimativas de público nas principais cidades, como costumava fazer durante as manifestações pró e contra o *impeachment* de Dilma Rousseff. Mais de 110 cidades tiveram manifestações contrárias a Bolsonaro. Também houve atos em diferentes cidades do mundo, como Nova York, Lisboa, Paris e Londres. As maiores manifestações aconteceram em São Paulo e no Rio de Janeiro.

### 3 O HUMOR NA REDE DA HISTÓRIA

Uma das principais características de Dilma Bolada é seu estilo humorístico. Muito mais do que um traço acessório, o humor tem papel fundamental na construção da personagem e na sua relação com o público. Observar conexões historicamente desenvolvidas entre o humor, a política e gênero interessa-nos sobremaneira, já que elas relacionam-se aos objetivos de estudo deste trabalho. Ademais, ao buscar compreender os conceitos de “humor” e “riso” em um retrospecto histórico, percebe-se que a cultura midiática adquire uma importância nessa associação, na medida em que a mídia tem provocado o riso e gerado mudanças no estado de humor de suas plateias ao longo do tempo.

Sem dúvida, é uma complexa temática, já bastante visitada, cuja origem remonta ao pensamento de Platão, Aristóteles, Cícero e Quintiliano, mas que foi revisitada em suas múltiplas nuances ao longo dos séculos por pensadores de diversas áreas do conhecimento, a exemplo da Filosofia, da Literatura, do Teatro, da Psicologia, da História, da Antropologia, da Publicidade e da Sociologia. Questões como: o humor é parte essencial da natureza humana ou um produto cultural mutável no tempo e historicamente gerado? De que e por que rimos? Qual o significado do riso? têm percorrido a agenda de autores como Hobbes, Freud (1978), Bergson (1983), Propp (1992), Alberti (1999) e Saliba (2017), dentre outros.

Em sua pesquisa sobre a comicidade e o riso, o filólogo russo Vladimir Propp diz que o riso ocorre na presença de duas grandezas: “de um objeto ridículo e de um sujeito que ri – ou seja, do homem” (1992, p.31). Não deixa de ser digno de nota o uso do gênero masculino como universal para a humanidade, já que a frase de Propp – em obra lançada originalmente em 1976 – parece excluir as mulheres. Tomadas isoladamente, as duas grandezas citadas acima pelo autor russo – em outras palavras, o objeto cômico e a pessoa que ri – não definem a comicidade. A relação entre esses dois componentes do riso não é obrigatória nem natural. Tanto que algumas pessoas riem de coisas que constroem ou trazem indignação a outras, a exemplo das piadas racistas, sexistas ou homofóbicas.

O que provoca o riso pode estar relacionado a condições de ordem histórica, nacional, social e pessoal. Além disso, suas causas podem variar de acordo com a cultura e a época, bem como segundo as classes sociais e as próprias diferenças individuais. Não por acaso, uma piada dificilmente é compreendida quando a audiência desconhece totalmente o seu contexto. Como afirma o semiólogo italiano Umberto Eco (1984), o cômico parece estar ligado ao tempo, à sociedade e à antropologia cultural.

Entretanto, há uma espécie de cômico universal e mais lúdico, como o pastelão, a torta na cara. Uma pessoa que caia de uma cadeira ou numa calçada, por exemplo, pode ser risível. Mas o cômico se esvairia da cena, caso o sujeito morresse na queda, porque o humor depende também da ausência de compaixão. O aspecto destrutivo, como sinalizou Aristóteles (2003), eliminaria a comicidade do ato, já que o risível consiste “num defeito e numa deformação que não apresentam caráter doloroso ou destrutivo”. Entretanto, além desse humor mais universal, há uma comicidade que depende da linguagem e do contexto social, cultural e político. É esse humor que interessa à nossa pesquisa.

### 3.1 DEFINIÇÕES DO HUMOR: PARÓDIA, IRONIA E SARCASMO EM DILMA BOLADA

Um dos grandes desafios que se coloca para os estudiosos do humor é a sua irredutibilidade ao conceito e à teorização. Para cada teoria que esclarece as bases do humor e do riso, há diversos exemplos pertinentes, mas também muitos exemplos que não correspondem à definição. Como explica a estudiosa portuguesa Isabel Ermida:

O humor pode ser verbal ou não verbal; pode constituir uma experiência subjetiva ou cumprir propósitos comunicativos; versar a realidade ou reportar-se ao imaginário; pode cativar ou agredir; surgir espontaneamente ou ser usado como técnica de interação pessoal ou profissional; pode consistir numa simples piada trocada entre amigos ou elevar-se à sofisticação de uma peça de Shakespeare. Nos nossos dias, o humor encontra também inúmeros meios de expressão – que ultrapassam as formas literárias clássicas da comédia, da farsa e da canção de escárnio, ou ainda os panfletos satíricos ou as pantominas dos bobos e dos saltimbancos – e que vão desde as *sitcoms* televisivas aos filmes cômicos, aos *cartoons* na imprensa diária ou semanal e às *gags* que circulam na internet (ERMIDA, 2002, p. 65.).

Apesar de com frequência pensarmos no riso como associado ao humor, essa conexão nem sempre se sustenta, posto que, embora o humor leve ao riso, nem todo o riso acontece a partir do humor. Exemplo disso é o riso de ameaça ou de raiva, que não guarda relação com o humor. Em seu artigo “História cultural do humor: balanço provisório e perspectivas de pesquisas”, publicado em 2017, o professor do Departamento de História da Universidade de São Paulo (USP), Elias Thomé Saliba, afirma que o humor não pode ser reduzido a uma única regra ou fórmula, já que assume muitas formas diferentes. Em vez disso, deve ser visto como um processo de resolução de conflitos.

Neste sentido, o humor é um processo, não uma visão ou um comportamento. É o resultado de uma batalha em nosso cérebro entre os

sentimentos e os pensamentos, uma batalha que só pode ser compreendida ao se reconhecer o que causou o conflito. Noutros termos, o humor às vezes é a única forma de lidar com o turbilhão da vida. (SALIBA, 2017, p. 9)

Ítalo Calvino diz que o humor é “o cômico que perdeu peso corpóreo” (CALVINO, 1990, p.32), reforçando, por outro lado, que “a dimensão da carnalidade humana” traduz a grandeza de Boccaccio e Rabelais. Como analisa Cleise Mendes, o humor pode ser “entendido como uma variante da espirituosidade, da atividade requintada de jogar com palavras e idéias (sic), visando o riso inteligente do espectador” (2000, p.181), que atrai o mérito crítico devido ao seu suposto afastamento das exigências do corpo. O filósofo francês Henri Bergson, em seu ensaio sobre a significação do cômico publicado originalmente em 1900, afirma que a corporeidade das personagens das tragédias é neutralizada, já que são os movimentos da alma que devem estar sob a luz. “É cômico todo incidente que chame nossa atenção para o físico de uma pessoa estando em causa o moral” (1983, p.27), afirma.

Por isso o poeta trágico tem o cuidado de evitar tudo o que possa chamar nossa atenção para a materialidade dos seus heróis. Desde que ocorra uma preocupação com o corpo, é de temer uma infiltração cômica. Daí os heróis de tragédia não beberem, não comerem, não se agasalharem. Inclusive, na medida do possível, nunca se sentam. Sentar-se no meio de uma fala seria lembrar que se tem corpo. (BERGSON, 1983, p. 28)

Diante do exposto, é compreensível que Bakhtin, em sua análise sobre o baixo cômico popular, considere o humor um “riso reduzido” (MENDES, 2000, p. 181), já que se trata de uma vertente mais intelectual da comicidade. O filósofo francês Giles Lipovetsky em seu livro *A era do vazio*, publicado em 2005, que reúne ensaios sobre o individualismo contemporâneo, afirma que o humor, ao contrário da ironia, “aparece como uma atitude que revela uma espécie de simpatia, de cumplicidade, mesmo que fingidas, para com o indivíduo visado: rimos com ele e não dele” (p. 132). Esse pode ser um caminho para percebermos as nuances do humor de Dilma Bolada. A personagem buscava fazer graça sobre seu próprio comportamento, para que ríssemos com ela e seu temperamento brincalhão ou mesmo de seus adversários.

O ator Frank Menezes, em informação verbal, destaca que o humor é necessário à vida, configurando-se quase como uma questão orgânica. Relaciona-se, segundo o artista, com a sensação de extravasamento possibilitada pelo riso. “Do ponto de vista do comediante, historicamente o humor funciona para falar sobre política. O riso é a melhor forma de você dar o recado” (MENEZES, ago. 2018, informação verbal).

Grande parte dos estudiosos que trataram do humor, provenientes das mais diversas áreas, levaram em consideração três definições teóricas funcionais sobre o tema: a teoria da

superioridade ou da hostilidade, a teoria do alívio (da liberação) ou “da válvula” e a teoria da incongruência. Elas referem-se mais aos procedimentos ou técnicas para produção do riso do que propriamente ao universo mais vasto do humor.

A teoria da superioridade considera a manifestação do riso um sinal do nosso sucesso e da fraqueza do adversário. Seus estudos remetem a Thomas Hobbes e, no início do século XX, foi desenvolvida por Henri Bergson. Suas características são a hostilidade, a malícia, a agressão e o menosprezo. Há, nesse caso, uma ênfase nos aspectos negativos e pejorativos que caracterizam o riso, ou seja, a agressividade, a subjugação do alvo e a exploração das diferenças. Essa concepção irá aparecer em formas mais sofisticadas no cenário contemporâneo, sobretudo na cultura digital. Saliba (2017) explica que o humor direcionado a um grupo de pessoas, tal como ocorre em piadas de conteúdo étnico e de gênero, costuma guardar relação direta com este prazer que decorre da superioridade (ou suposta superioridade). É interessante notar a relação desse mecanismo com uma dialética da alteridade, porque ele também gera uma sensação de pertencimento ao grupo, ou seja, em decorrência do sentimento de fazer parte de algo e de acreditar ser melhor do que o outro. Uma dinâmica perceptível nas redes sociais, em que o conjunto de atores de cada rede compartilha a ideia de pertencimento a um determinado grupo e, em diversos casos, a aversão a atores e narrativas divergentes.

Já a teoria do alívio, também conhecida como “teoria da válvula” ou “da liberação”, considera o sentido prazeroso que resulta do alívio psíquico quando se elabora uma situação conflitiva através da anedota ou do chiste. De acordo com Sigmund Freud (1978), principal nome a defender essa teoria, o risível libera aquele que ri de suas inibições, pensamentos e sentimentos reprimidos. O psicanalista afirmava que a função do humor era a liberação de impulsos libidinais, morais e escatológicos, proporcionando uma catarse, ou seja, um estado de libertação psíquica vivenciado quando um ser humano consegue superar algum trauma. Essa teoria está diretamente relacionada à transgressão e à quebra de tabus.

Dessa forma, o riso abarcaria uma realidade essencial não limitada pela razão e pela seriedade. O riso e o cômico são, assim, indispensáveis para o conhecimento do mundo e para apreender a realidade plena. O riso situa-se, segundo a historiadora Verena Alberti (1999) além do conhecimento e do saber. Por isso, permite pensar o que não pode ser pensado.

O riso está diretamente ligado aos caminhos seguidos pelo homem para encontrar e explicar o mundo: ele tem a faculdade de nos fazer reconhecer, ver e apreender a realidade que a razão séria não atinge. (...) Sua positividade é clara: o nada ao qual o riso nos dá acesso encerra uma verdade infinita e

profunda, em oposição ao mundo racional e finito da ordem estabelecida (ALBERTI, 1999, p. 12).

O contexto de liberação proporcionado pelo riso defendido pela teoria do alívio nos aproxima da personagem que é foco de nosso estudo, na medida em que alguns comportamentos criticados, quando praticados por Dilma Rousseff – figura pública na qual Dilma Bolada se inspirou – provocavam o riso, quando adotados pela criação humorística e fictícia na qual nos debruçamos nesta tese.

Aqui se vislumbra um elemento importante, colocado (mas não resolvido) pela teoria do alívio, que é o caráter vicário ou ficcional de toda produção humorística. Noutros termos, e de forma mais enfática: se a transgressão e a violência simulada são humorísticas, será que a violência e a transgressão reais não poderiam sê-lo mais ainda? (SALIBA, 2017, p. 15).

A terceira teoria é a da incongruência, cujas primeiras descrições remontam a Aristóteles e Cícero, tendo sido também descrita por filósofos como Kant e Schopenhauer. Sua amplitude deriva, sobretudo, da tese mais geral de que o humor nasce da dualidade essencial entre a percepção e a representação do mundo. De acordo com essa teoria, o riso nasce de uma percepção repentina da incongruência entre uma representação intelectual e o mundo real dos objetos. O humor residiria na passagem brusca de um sistema de referência para outro – sistemas coerentes em si mesmos, mas mutuamente incompatíveis. Apesar de não comportar todos os casos de riso, essa linha abrange uma enorme gama de situações humorísticas.

Ao longo do trabalho, usaremos o risível e o cômico como sinônimos daquilo que produz o riso. A historiadora Verena Alberti (1999) define o risível como aquilo do que se ri e que corresponde, em grande parte dos casos, ao cômico, ou seja, tudo aquilo que pode divertir e provocar o riso por uma razão qualquer (MENEZES, 1974, p.6). O objeto do riso é aquilo que suscita a ligação insolúvel e contraditória entre o sério e o não sério, entre o sentido e a ausência de sentido. “Ou seja, quando a razão e o entendimento não conseguem responder, é o corpo que assume a tarefa de expressar a impossibilidade de resposta” (ALBERTI, 1999, p. 29). Segundo a autora, rimos com a possibilidade do impossível, da ruptura do sentido, daquilo que não sabemos como lidar. O humor nasceria, portanto, do rompimento do significado real das coisas, como propõe a teoria da incongruência. Alguns autores sustentam que o cômico derive da percepção de um contraste, que pode ser racional, natural ou social. “[...] o cômico derivaria assim do prazer que nos ocasiona o contraste entre o real e o verossímil e o inesperado ou impróprio” (MENEZES, 1974, p.7).

Esse contraste é visível nas publicações da *fanpage* Dilma Bolada, inicialmente a partir do aparente antagonismo entre a presidenta Dilma Rousseff e a personagem nela inspirada. O dado “real” ou “verossímil” é a presença de uma mulher na presidência da República. Uma mulher que era descrita pela mídia como muita dura e séria, uma mulher masculinizada; a mesma mídia que, aliás, nunca aceitou chamá-la de presidenta, como preferia ser chamada. A falta de congruência entre Rousseff e a personagem é expressa no próprio sobrenome da criação humorística.

Embora já tenha havido muitas lutas e algumas conquistas das mulheres no universo político, ainda há uma clara resistência à presença desse gênero nesse espaço de poder. A experiência das mulheres sugere que há um teto de vidro que permite que elas ascendam, mas não de maneira profunda. Dessa forma, qualquer mulher que aspire a posições de liderança pode ser considerada subversiva da ordem estabelecida, ainda que nem todas tenham essa aspiração. Uma subversão que é explicitamente nomeada com a palavra Bolada. Gíria que se tornou conhecida nos bailes *funk* do Rio de Janeiro – cidade onde vive o criador da personagem –, “bolada” tem origem no universo da religiosidade de matriz africana. Na umbanda e no candomblé, é chamada bolada a pessoa que foi tomada por um espírito ou orixá, mas que não possui o preparo necessário para receber a entidade, ou seja, que ainda não foi iniciada na religião. Por isso, fica sem equilíbrio, embola no chão sem dominar o próprio corpo durante o transe e luta contra algo que ainda não conhece. Em algumas acepções, “bolado” significa estar possuído por um espírito maligno ou demônio, interpretação que pode remeter ao preconceito religioso. Vale destacar que, nessas comunidades religiosas, as referidas entidades espirituais trazem energia vital e não são consideradas negativas por seus membros.

Do surgimento no contexto sagrado até os dias atuais, a palavra “bolada” ganhou outros significados: indignada, revoltada, raivosa, irritada, possuída, chateada, preocupada, fora dos domínios da racionalidade. Essas acepções do termo representam o oposto do comportamento socialmente esperado de uma mulher. Não nos parece exagero considerar que o humor de Dilma Bolada resida no contraste e no inusitado. Ao mesmo tempo, o riso provocado pela personagem relaciona-se com a teoria do alívio, na medida em que a risada suscitada por seu temperamento explosivo também tenha ares de catarse, ao romper com padrões de comportamento estereotipados, com potencial de aprisionar as mulheres em moldes limitantes. Essa ruptura, inclusive, pode ser considerada oposta ao comportamento adotado por Dilma Rousseff, uma mulher considerada dura, rigorosamente consciente do seu papel, sem brechas para o relaxamento em qualquer situação.

A elaboração da personagem Dilma Bolada e as estratégias discursivas utilizadas em sua composição apresentam elementos tradicionais do humor, como a paródia, a ironia, o sarcasmo e a sátira, por vezes, combinados. No livro *Uma teoria da paródia*, publicado em 1985, a pesquisadora canadense Linda Hutcheon define a paródia como uma forma de imitação caracterizada por uma inversão irônica. A paródia tem natureza cômica e é uma repetição, porém uma repetição que inclui diferença. “[...] é imitação com distância crítica, cuja ironia pode beneficiar e prejudicar ao mesmo tempo” (HUTCHEON, 1985, p. 54). A autora explica que a paródia é a representação de uma “realidade modelada” que, por si só, já é uma representação particular de uma “realidade” original.

A paródia singulariza-se diante de outras formas de imitação porque procura a diferenciação diante do modelo no qual é inspirada. Nesse sentido, Hutcheon destaca que a distância irônica concedida pela paródia tornou a imitação um meio de liberdade, até no sentido de exorcizar fantasmas pessoais – ou melhor, de alistá-los na sua própria causa. Na paródia, não há necessariamente um julgamento negativo. Por isso mesmo, ela pode ter a natureza cômica mais acentuada ou, por outro lado, uma função crítica mais marcada. Vladimir Propp afirma que a paródia é um dos instrumentos mais poderosos de sátira social (1992, p. 87).

Assim como a ironia, a paródia opera em dois níveis: um primeiro, superficial ou primeiro plano; e um secundário, implícito ou de fundo. Mas o sentido deste último, o plano de fundo, em ambos os casos, deriva do contexto no qual se encontra. “O sentido final da ironia ou da paródia reside no reconhecimento da sobreposição desses níveis” (HUTCHEON, 1985, p. 51). Já a ironia é uma inversão do real significado de algo em um determinado contexto, por exemplo, quando se diz o contrário do que se pensa.<sup>28</sup> Considerada uma das formas mais requintadas de humor, a ironia é uma forma de expressão que consiste em dizer o oposto daquilo que se quer expressar. Ela opera através de sentidos subentendidos na sentença, e o sentido da ironia ocorre nas lacunas e não na superfície do discurso. Dessa forma, ela pode revelar algum defeito sem expressá-lo ou até mesmo através de um aparente elogio, produzindo assim o efeito de zombaria.

A pesquisadora Ana Isabel Correia Martins, da Universidade de Coimbra, afirma que a ironia revela certa superioridade porque “toca no absurdo, exhibe um elevado grau de abstracção e constrói uma certa tensão na lógica argumentativa e na dialéctica sem resolução” (2015, p. 329). A ironia é bastante utilizada como recurso humorístico na internet. Nas redes

---

<sup>28</sup> Disponível em: < <https://www.significados.com.br/filosofia/> > Acessado em: 22 de fevereiro de 2019, às 11h35.



sociais, um de seus símbolos é a *hashtag* #sqn, que representa a expressão “só que não” e indica o oposto do que foi afirmado.

O sarcasmo, figura de linguagem ligada à ironia, também se caracteriza por designar o contrário daquilo que se pretendia dizer. Porém, ele é mais amargo e provocatório do que a ironia. O sarcasmo tem por objetivo desprezar, ofender ou zombar de algo ou alguém, transformando-se, às vezes, quase em um insulto. Com intuito mordaz e quase cruel, nem sempre ele está ligado ao humor. A diferença principal entre o sarcasmo e a ironia é que o primeiro é sempre mais provocador, enquanto a segunda é uma contradição voluntária, com intuito menos áspero e feroz.

Dentro da ampla categoria de humor político, a sátira política ocupa um papel específico, porque visa provocar o riso, enquanto exerce um julgamento. Segundo Young (2017), é essa função de “julgar” que separa a sátira de noções mais amplas de humor político. Piadas e textos que tratam de temas políticos de maneira despreocupada, mas não oferecem críticas de instituições, políticas ou normas sociais não constituem sátira. Em vez disso, a sátira questiona a ordem política ou social existente, geralmente, justapondo a realidade imperfeita existente com visões do que poderia ou deveria ser.

Como paródia de Dilma Rousseff, Dilma Bolada tem liberdade para brincar com a seriedade que normalmente impera no campo político e para adotar comportamentos mais atrevidos – para recorrer a uma palavra utilizada pela própria personagem – do que os da líder do Executivo. As postagens da personagem surpreenderam os internautas ao mostrar uma presidenta fictícia com tiradas irreverentes, que ironizava seus inimigos políticos e esnobava as críticas dos oponentes, muitas vezes considerados apenas invejosos diante de sua reiterada beleza e soberania. O inesperado de cada publicação era, muitas vezes, a faísca que provocava o riso.

### 3.2 FUNÇÕES SOCIAIS DO RISO: DA MANUTENÇÃO DA ORDEM À SUBVERSÃO DE PAPÉIS

Uma abordagem que nos interessa para fins desta pesquisa é pensar no sentido de coletividade do riso, tão presente nas redes sociais, *habitat* de Dilma Bolada. Elias Thomé Saliba (2017) fornece elementos para essa perspectiva, ao explicar que as recentes pesquisas nas áreas de Psicologia, das Ciências Cognitivas e da Primatologia têm indicado que a origem do riso não está no humor, nas piadas ou nas incongruências, mas sim na interação social. Os

dados apresentados pelo pesquisador indicam que temos 30 vezes mais chance de rir, quando estamos com outras pessoas do que quando estamos sozinhos.

“Neste caso, o riso não seria apenas uma reação física instintiva relacionada ao humor – como quando realizamos um movimento brusco ou quando trememos de frio. Ele exerceria, sobretudo, uma função de explorar uma forma instintiva de criar laços sociais” (SALIBA, 2017, p. 4). Uma série de estudos investiga o riso em relação à vida social. De maneira geral, eles atribuem o lugar do riso e do risível à forma pela qual a sociedade e a linguagem são concebidas. Pressupõe-se a ideia de um sistema e de uma norma e o riso é considerado uma oposição à ordem, que valoriza o não oficial e o não sério. O espaço de consentimento do riso seria, então, culturalmente marcado, correspondendo a um significado ou mesmo a uma função social. Dessa forma, em cada sociedade haveria um espaço para a expressão do riso, no qual é permitido experimentar a transgressão da ordem estabelecida, usualmente com limites (ALBERTI, 1999, p. 30).

Bakhtin (1987) discute essa transgressão em seu clássico estudo sobre o Rabelais e a cultura popular na Idade Média e no Renascimento. Para o autor, apenas no Carnaval e em outras festas populares e públicas do período, o povo poderia penetrar temporariamente em um reino de universalidade, liberdade, igualdade e abundância. Provisoriamente, o regime dominante era abolido, incluindo todas as relações hierárquicas, privilégios, regras e tabus.

O indivíduo parecia dotado de uma segunda vida que lhe permitia estabelecer relações novas, verdadeiramente humanas, com os seus semelhantes. A alienação desaparecia provisoriamente. O homem tornava a si mesmo e sentia-se um ser humano entre seus semelhantes. (BAKHTIN, 1999, p. 9)

O riso encontrava-se, então, ligado à profanação de elementos sagrados e à violação das regras oficialmente estabelecidas. O cômico unificava-se na categoria do realismo grotesco, que tem como traço marcante a transferência de tudo que é elevado e espiritual para o plano material e corporal, em uma espécie de rebaixamento. O papel social do riso é importante porque o elemento de irrealidade ou jocosidade envolvido no humor parece permitir assuntos normalmente considerados tabus, geralmente reprimidos em ambientes mais sérios. Uma abordagem que se relaciona com a já mencionada teoria do alívio, pela qual o riso poderia reduzir tensões psicológicas e teria função terapêutica, ao possibilitar a vivência de desejos recalcados.

É uma percepção que nos parece corroborar a possibilidade de o humor oferecer uma ambiência diferenciada para lidar com estereótipos de gênero. Na medida em que possui o potencial de subverter as convenções que estabelecem comportamentos considerados

socialmente aceitos para homens e mulheres, a linguagem humorística também fornece elementos para a produção de novas narrativas sobre esses modelos. Uma abordagem que pode contribuir para distensionar espaços que – a despeito dos avanços legislativos – ainda são culturalmente restritivos à presença das mulheres, como é o caso da política. Ao criar uma personagem fictícia inspirada na presidenta Dilma Rousseff, que ocupava, então, o cargo máximo do Poder Executivo do país, Jeferson Monteiro insere a linguagem humorística nas narrativas dessa representação.

Na *fanpage* Dilma Bolada, as publicações apresentam contextos muito semelhantes aos vivenciados por Rousseff, porém tendo o humor como elemento diferencial. Assim, comportamentos que talvez soassem como inapropriados para a presidenta, provocavam o riso dos internautas quando adotados por sua versão fictícia. É como se o deboche da personagem desconstruísse a solenidade do cargo, subvertendo a ordem estabelecida. Isso possibilitaria a ativação do potencial de liberação do riso, inclusive diante de papéis sociais preestabelecidos.

No contexto dos *sites* de redes sociais, esse riso adquire um caráter coletivo, ao estimular interações, comentários e compartilhamentos de conteúdo. Esse comportamento é, com efeito, responsável pela popularização de Dilma Bolada, na medida em que cada postagem replicada torna-se visível para os membros da rede do usuário que republicou tal conteúdo. Tal mecanismo multiplica a audiência que tem acesso às narrativas da personagem. Como explicam Barbosa, Monte e Liesenberg, em *sites* como o Facebook e o Twitter, por exemplo, o humor e, em consequência, o riso, são, em grande parte, manifestações que “convocam um outro alguém para que o riso se dê, em gestos de cascata, no sentido baseado na expressão de alguém gerar-se um movimento coletivo em torno do riso e de seu compartilhamento entre os usuários” (2013, p. 76).

As diversas manifestações contemporâneas associadas aos conceitos de humor e riso fornecem pistas sobre o entendimento das configurações políticas na cibercultura e os produtos midiáticos produzidos nessa ambiência. Na internet, é possível analisarmos essas narrativas e interações que, por meio do humor e do riso, atuam tanto como entretenimento e piada ou como crítica e contestação diante dos atores que integram as redes de relacionamentos *on-line*. Nesse sentido, essas novas tecnologias comunicacionais são usadas como ferramentas de prazer e convívio.

Por um lado, o posicionamento do riso ao lado da desordem confere a ele um valor de liberdade em relação às coerções sociais, com um potencial de questionamento da hierarquia e da ordem. O humor permite romper os automatismos que a vida em sociedade cristaliza em torno das pessoas e se opõe a uma “ideologia da seriedade”. Esse potencial regenerador e, às

vezes, subversivo, do riso e do risível conecta o humor às manifestações de libertação da ordem estabelecida. Por outro lado, a agressividade e a hostilidade também fazem parte da variedade de formas risíveis, desde as mais primárias, até as mais refinadas.

Fenômeno humano por excelência, o riso nasce da convivência dentro de um sistema sociocultural. “Portanto, deriva igualmente de situações de aproximação e identidade ou de antagonismo e discriminação” (MENEZES, 1974, p. 8). Dessa forma, o riso nem sempre é expressão de alegria, mas também de malícia em relação àquele de quem se ri.

O estudioso do riso pode embarçar-se diante da vontade de situá-lo entre as manifestações de libertação da ordem estabelecida – rimos todos juntos da norma – e a constatação de que não raro é a afirmação mesma da ordem que está em jogo – as piadas racistas, por exemplo, não nos unem contra a norma (ALBERTI, 1999, p. 29).

Segundo essa perspectiva, o humor, muitas vezes, serve para reforçar visões que são tradicionais e conservadoras, e até mesmo claramente preconceituosas, como afirma o cartunista Laerte no documentário “O riso dos outros”, de 2012. O filósofo francês Henri Bergson (1987) diz que o cômico tem uma utilidade pragmática: a correção, a sanção social pelo riso. Cômico e riso são, para ele, respectivamente, uma manifestação negativa e sua sanção funcional. O cômico exprime uma imperfeição individual ou coletiva que pede correção imediata. O riso é o próprio mecanismo de correção social. Essa dinâmica restabeleceria a ordem da vida em sociedade. Como essa sanção deve atingir o maior número de pessoas ao mesmo tempo, a comédia cria tipos e dirige-se ao geral e não ao individual (VERSIANI, 1974, p. 22). Segundo Bergson (1983), o riso é um gesto social que provoca tensões e reprime excentricidades nas pessoas pelo medo de parecerem ridículas.

Pelo temor que o riso inspira, reprime as excentricidades, mantém constantemente despertas e em contato mútuo certas atividades de ordem acessória que correriam o risco de isolar-se e adormecer; suaviza, enfim, tudo o que puder restar de rigidez mecânica na superfície do corpo social (BERGSON, 1983, p. 14).

De acordo com essa perspectiva, quem se isola expõe-se ao ridículo, porque o cômico se constitui, em grande parte, desse próprio isolamento, do que nos diferencia. “Assim se explica que a comicidade seja muitas vezes relativa aos costumes, às idéias (sic) — sejamos francos, aos preconceitos de uma sociedade” (BERGSON, 1983, p. 66-67). O autor afirma que esse mecanismo social não é justo com suas vítimas, porque as atinge “em blocos”. Para ser justo, precisaria examiná-las individualmente, o que não acontece. O riso funcionaria como instrumento de sanção social por ridicularizar suas vítimas e, como explica Menezes

(1974), um dos sentimentos que comandam as ações humanas é justamente o temor do ridículo.

O cômico, portanto, guarda uma ambiguidade e certo aspecto contraditório. Ele pode servir para subverter as normas sociais e afrouxar tensões. Nessa perspectiva, ao desmontar a seriedade de certos rituais, tem um potencial libertador e até mesmo de transformação social. Por outro lado, o riso também pode ser um mecanismo de repressão e de manutenção das regras sociais. Assim sendo, funciona como uma técnica de controle da sociedade, inclusive no que concerne aos comportamentos culturais. Como a comicidade estaria presente no individual e singular, o riso pode fortalecer estereótipos, inclusive de gênero – mote, aliás para muitas piadas que reforçam preconceitos contra mulheres e homossexuais, apenas para citar dois exemplos. O dinamismo do papel social do riso mostra quão complexa é a análise do humor no tecido político e social.

Em seu artigo sobre a força cômica, Cleise Mendes (2000) entende a comicidade como força, agindo em meio a uma pluralidade de outras forças, com as quais trava um combate que tem como impulso “apropriar-se do real e dominá-lo segundo suas próprias leis” (2000, p.186). Dessa forma, exclui-se a ideia de superioridade e inferioridade do “objeto imitado”. A comicidade deixa de ser vista como representação daquilo que “está embaixo” e passa a ser compreendida como “uma força que ‘puxa para baixo’, que instala a crise, que divide, faz rachar, estalar a superfície de toda imagem solene, fechada em sua gravidade, polida, monolítica” (2000, p. 186).

Acreditamos que essa força cômica é uma das responsáveis por aproximar a personagem dos internautas. Ao subverter a imagem formal da presidenta – ainda que essa polidez muitas vezes fosse ilustrada com falas “duras” frequentemente mostradas pela mídia tradicional – Dilma Bolada contrariava a solenidade e criava uma presidenta fictícia mais simples, engraçada, pronta para falar de forma aberta sobre qualquer assunto, tal qual desejassem os internautas, já acostumados à proximidade proporcionada pelas redes sociais.

### 3.3 A MÍDIA E O HUMOR POLÍTICO

Seja como uma forma de arte ou um modo de discurso persuasivo, o uso do humor político remonta à Grécia e à Roma antiga. Durante séculos, políticos, cidadãos e elites se maravilharam e até temeram sua influência poderosa sobre a opinião pública (PALETZ, 1990;

MARTINS, 2015; YOUNG, 2017). São várias as abordagens possíveis para o estudo do conteúdo, do público e do impacto do humor político. Na contemporaneidade, quando os pesquisadores discutem o tema, eles geralmente referem-se a um conjunto amplo de textos que vão desde as piadas políticas de comediantes na televisão, aos memes e às paródias políticas *on-line* ou às charges publicadas em jornais impressos, por exemplo. Como define Dannagal Young (2017), “humor político” é um termo “guarda-chuva” que engloba qualquer texto humorístico que trate de questões políticas, seja tendo como foco pessoas, eventos, processos ou instituições.

Tsakona e Popa (2011) definem o humor político como uma comunicação que traz para a superfície incongruências e inadequações de decisões e atos políticos, e a incompetência, irresponsabilidade e a corrupção dos políticos. Ao abordar as questões políticas através de uma linguagem humorística, o humor político pode não somente fazer com que a audiência questione a efetividade das decisões e práticas políticas, como também servir como meio de resistência contra a opressão política e injustiça social. Essa visão está ligada a uma perspectiva do humor como meio de desconstruir a realidade social e, ao mesmo tempo, criar e propor uma realidade alternativa.

Ademais, o humor político debruça-se sobre certo padrão social e histórico-político, por vezes, como fuga ou resistência a sistemas totalitários nas suas operações repressivas (MARTINS, 2015, p. 340). O controle e a manipulação do humor político parecem ser mais fortes e institucionalizados em regimes opressivos nos quais o Estado não apenas controla e censura a mídia e os espaços públicos, como também pode ter acesso à esfera privada. Vale observar, entretanto, que na Alemanha Oriental Socialista, algumas piadas foram feitas pelo próprio regime. Elas eram criadas nas escolas e instituições do partido, depois habilmente introduzidas ao público em mesas de bar e encontros sociais, daí popularizadas no “boca a boca”.

In order to keep the people and popular sentiment in control the Party creates political jokes, which allow the Party to develop the proper ideological stance and norms, in order to control the situation. And the jokes, which allow people to let off steam, also serve the purpose of quieting them<sup>29</sup>. (STEIN, 1989, p.85)

Hong (2010) sugere que o humor político em regimes ditatoriais pode ser usado duplamente: como um reforço secundário no desenvolvimento da consciência crítica política necessária para a resistência ou, por outro lado, como um substituto para o conflito que,

ulteriormente, contribui para o escapismo. Em seu estudo sobre piadas dinamarquesas contra a invasão nazista, o pesquisador argumenta que, mais do que uma arma subversiva poderosa contra os invasores alemães, ao circular em ambientes privados e sem oferecer grandes riscos, as piadas políticas garantiam a satisfação emocional de atacar o poder sem maiores consequências, positivas ou negativas, sem que isso reverberasse de forma concreta no mundo real. Segundo o autor, essa forma de humor era produzida e circulava como uma forma de escapismo e evasão que substituíam ações contra os nazistas.

Political humour may thus be a morale boosting strategy in the hands of the oppressed, but it may also become a mousetrap for dissidents or even a means of repression in the hands of the oppressors<sup>30</sup> (SAKONA e POPA, 2011, p.13).

É claro, entretanto, que nos regimes opressores e ditatoriais, a liberdade para o humor político é rigidamente reduzida, havendo tentativas de controle e manipulação. Em meio à opressão, as piadas protestam contra o autoritarismo, a coerção e o monopólio do poder político. Funcionam, nesses casos, como um tipo de resistência onde visões políticas destoantes não podem ser abertamente explicitadas. No Brasil, por exemplo, enquanto o regime militar estabeleceu um estado de medo para suprimir atos de oposição, o humor foi utilizado pelo *Pasquim* como ferramenta para mostrar descontentamento. O semanário humorístico, fundado em junho de 1969, ou seja, logo após a proclamação do Ato Institucional nº 5, e editado até novembro de 1991, destacou-se pelas charges políticas e por seu papel de oposição ao regime militar então vigente. Ainda que a censura não permitisse um discurso de oposição que representasse um enfrentamento direto às posturas do regime, o *Pasquim* agia como uma espécie de fissura nesse muro formado pelo medo do Estado ditatorial (FERREIRA, 2009, p.4-5). Com uma tiragem expressiva, iniciada com 20 mil exemplares, chegando a alcançar os 200 mil, o jornal influenciou o comportamento dos brasileiros.

O Pasquim foi a primeira coisa a mudar o comportamento do brasileiro depois da televisão. No verão d'O PASQUIM, depois da entrevista de Leila Diniz, o Brasil se tornou a única comunidade no mundo a aceitar integralmente o homossexual; no verão d'O PASQUIM, as mulheres grávidas, pela primeira vez, apareciam nas praias. (BRAGA, 1991, p. 221)

---

<sup>29</sup> A fim de manter as pessoas e o sentimento popular no controle, o Partido cria piadas políticas, que o permitem desenvolver a postura e as normas ideológicas apropriadas, a fim de controlar a situação. E as piadas, que permitem que as pessoas desabafem, também servem ao propósito de acalmá-las. (Tradução nossa).

<sup>30</sup> O humor político pode, assim, ser uma estratégia de impulso moral nas mãos dos oprimidos, mas também pode se tornar uma ratoeira para os dissidentes ou até mesmo um meio de repressão nas mãos dos opressores. (Tradução nossa)

A histórica entrevista com a atriz Leila Diniz, publicada na edição número 22 do semanário, foi livre de autocensura e repleta de palavrões. Alguns explícitos e outros tão óbvios que foram substituídos por um “\*”, sem comprometer a leitura. Sua influência sobre o comportamento do público – vide a ida de mulheres grávidas à praia, em uma época que esse hábito não era comum – pode ser considerado um exemplo da força do humor político. Por outro lado, o próprio semanário foi considerado conservador em posturas com relação às mulheres e ao feminismo. Rachel Soihet (2007) cita a polêmica envolvendo o cartunista Ziraldo, um dos principais integrantes da publicação, e mulheres do movimento feminista. Um pequeno grupo de mulheres, incomodado com uma das charges do cartunista – que substituiu o lema “Nossos corpos nos pertencem” por “Nossos corpos nus pertencem” – decidiu se vingar dele pichando o muro da casa do autor com a frase: “Ziraldo, o Doca Street<sup>31</sup> do humor”. A reação provocou diversos protestos do cartunista, que deu uma série de entrevistas e publicou várias charges em que criticava as feministas.

Numa delas, um homem informa serem três os mentores da pichação: ‘Duas mulheres feias e uma pessoa do sexo masculino ao volante...’ Em outra, o motorista, ao lhe perguntarem como aceitara a incumbência de ‘dirigir Fusca de madrugada para feminista pichar muro’, responde: ‘Meu sonho mesmo era trabalhar no Lampião’. Dessa forma, Ziraldo não só aproveitava para apontar o ‘supremo pecado das mulheres’, a sua feiúra, como insinuava que o homem supostamente envolvido era homossexual, revelando igualmente o preconceito contra esses segmentos (SOIHET, 2007, p. 50).

Podemos apontar, no próprio *Pasquim*, a ambiguidade do humor que questiona a ordem vigente, mas, por outro lado, reforça estereótipos e preconceitos. Mesmo com uma perspectiva crítica e libertária, Soihet considera misógina a postura adotada pelo jornal, voltando sua mordacidade também para as mulheres que decidiram lutar por seus direitos e/ou que, em seu cotidiano, assumiam atitudes consideradas inadequadas ao padrão social de feminilidade e às relações estabelecidas entre os gêneros. A autora identificou que as charges retratavam as mulheres com estereótipos negativos, como a inconsequência, a menor inteligência e a feiúra, dentre outros.

Tsakona e Popa (2011) argumentam que, mais do que induzir a mudança social e política, o humor serve para duas funções: criticar o *status quo* político, mas também reciclar e reforçar valores e visões políticas dominantes. Muito do interesse pelo humor político como fonte de influência política decorre de sua significativa audiência, conforme indicam os variados exemplos de humor político no Brasil e no mundo.

---

<sup>31</sup> Raul Fernandes do Amaral, conhecido como Doca Street, matou com quatro tiros Ângela Diniz, uma mulher da alta sociedade, após uma discussão motivada por ciúme, em 30 de dezembro de 1976. O caso foi um dos



Uma das principais inspirações para o humor feito pelo *Pasquim* foi o pioneiro jornalista e escritor Aparício Torelly, considerado o pai do humor político brasileiro. Colaborador do jornal *A Manhã*, Apporelly, como também era conhecido, criou, em 1926, o suplemento *A Manha*. Em 1934, fundou o *Jornal do Povo*. Apporelly – ele mesmo quase uma personagem humorística – autoproclamou-se Barão de Itararé, nome escolhido em alusão ao local onde aconteceria a grande batalha entre a oligarquia e as forças vitoriosas na Revolução de 1930. A batalha nunca ocorreu porque os envolvidos entraram em um acordo, devidamente registrado pelo humor do Barão. Com os jornais *A Manha* e *Almanhaque*, Apporelly ironizou as elites, criticou a exploração e enfrentou governos autoritários.

Em seu estudo sobre o Barão de Itararé, Leandro Konder (1983) sublinha o papel do humor como desmistificador da ideologia dominante e, por conseguinte, emancipador. Ele destaca seu caráter libertário e capacidade de trazer o novo. No Brasil, mais de duas décadas antes do surgimento de *O Pasquim*, o cartunista pernambucano Péricles de Andrade Maranhão já havia criado o Amigo da Onça, personagem humorístico que se tornaria o mais popular do país nos anos 1940 e 1950 do século XX. Péricles foi publicado de 1943 a 1961<sup>32</sup> em *O Cruzeiro*, sendo um dos principais responsáveis pela vendagem de cerca de 780 mil exemplares daquela revista em todo o país. O sucesso do personagem garantiu garrafinha com seu rosto, bibelôs que decoravam de cozinhas a salas de jantar e quadrinhos com a inscrição de uma de suas célebres frases: “Fiado, só amanhã”. Satírico, irônico e crítico, muitas vezes com temáticas relacionadas à política, o Amigo da Onça é crítico com os seus interlocutores em diversas ocasiões e também os coloca em situações embaraçosas.

Ele representa o anti-herói brasileiro, aquele que a todo momento fazia travessuras para comprometer o caráter dos demais personagens. Ora, ele é o próprio ‘amigo da onça’, aquele que mente, que trai, que expõe o outro ao ridículo enquanto mantinha sempre uma postura superior, seja em seu porte físico – um sujeito de porte atlético, bem vestido e bem penteado – seja em seu porte psicológico – sujeito sempre vitorioso, o mais inteligente, o mais esperto, mais audaz, o mais atraente. Notemos que mesmo sendo o ‘anti-herói’ o leitor torcia por ele já que, seja fazendo uma crítica ao próximo, ou comprometendo a vida alheia, provocava o riso (ZAMMATARO e GAWRYSZEWSKI, 2009, p. 3-4).

Enquanto o humor do *Pasquim* questionava de forma direta os grupos do poder vigente, possivelmente o mesmo não se pode afirmar com relação ao Amigo da Onça. Como

---

crimes passionais de maior repercussão do país.

<sup>32</sup> Após a morte precoce de Péricles, em 1961, aos 37 anos, Carlos Estevão deu continuidade à sua obra, trabalhando nos mesmos eixos de seu criador. A personagem foi publicada até 1974, ano de fechamento de *O Cruzeiro*.

explicam Ana Flávia Dias Zammataro e Alberto Gawryszewski (2009), os indivíduos se reconhecem nas tirinhas da personagem, sem, no entanto, participar diretamente da imagem:

[...] desmistificando modos e costumes, o Amigo da Onça revela o caráter mais íntimo dos indivíduos, aquele a que todos negam, mas que acabam por encontrar uma parcela de sua personalidade sendo representada, e se ligando, mesmo que indiretamente à grande tiragem da revista O Cruzeiro (2009, p.8).

Ao revelar o inesperado, o Amigo da Onça se enaltece em suas anedotas, em detrimento dos personagens que sofreram as revelações. Desse modo, torna-se portador das verdades, fazendo julgamentos morais, sociais e políticos em tom humorístico. Suas críticas podem provocar uma reflexão no leitor, mas não questionam diretamente o *status quo*. Nesse sentido, ele dialoga mais com a esfera privada do que com o espaço público.

A possibilidade de levar o público a refletir e, principalmente, a natureza subversiva do humor político é desafiada por suas relações estreitas com os meios de comunicação de massa. Se, por um lado, o humor é percebido como um meio poderoso de se rebelar contra o autoritarismo e a repressão, alguns autores apontam que, no capitalismo tardio, raramente há relações entre humor e rebeldia porque o humor tornou-se um produto de entretenimento midiático. Dessa forma, não pode ser considerado “perigoso” para o *status quo* (TSAKONA e POPA, 2011, p. 276).

[...] there are difficulties with an equation between rebelliousness and humour. A feeling of rebellion and an enjoyment of humour that transgresses social demands do not necessarily equate with a politics of rebellion. The conditions in late capitalism illustrate this. The position of the joking rebel is a valued one. It is much celebrated in the entertainment products of the media. These products do not encourage their audiences to become rebels in an absolute sense, for the rebelliousness conforms to the standards of the times<sup>33</sup> (BILLIG, 2005, p. 209).

Essa lógica do entretenimento remete-nos à indústria cultural, definida como um sistema que integra grupos de poder econômicos e midiáticos em prol da manutenção do *status quo*. Um mecanismo que funciona com aparência de entretenimento asséptico, através do qual mesmo o que se apresenta como novo tem como finalidade o não desenvolvimento de uma visão crítica e a alienação do público consumidor (ADORNO e HORKHEIMER, 1985).

---

<sup>33</sup> Há dificuldades com uma equação entre rebeldia e humor. Um sentimento de rebeldia e um gozo de humor que transgride as demandas sociais não necessariamente são iguais a uma política rebelde. As condições no capitalismo tardio ilustram isso. A posição da piada rebelde é valiosa. É muito celebrada nos produtos de entretenimento da mídia. Esses produtos não encorajam seus públicos a se tornarem rebeldes em um sentido absoluto, pois a rebeldia está em conformidade com os padrões dos tempos (tradução nossa).

Na sociedade contemporânea, o humor político também tem seu lugar na engrenagem da indústria cultural, que pode transformá-lo em produto voltado ao entretenimento.

Associada à política, a comicidade pode converter-se em uma forma de obter ganhos econômicos e conquistar poder político. Ou seja, mesmo quando critica o poder político vigente, a maior parte dos conteúdos humorísticos é produzida e veiculada através de grupos de comunicação com interesses econômicos e políticos próprios, ainda que escusos, o que significa que seu conteúdo não é totalmente livre de censuras, mesmo em regimes democráticos. Justamente devido aos interesses políticos em jogo, o jornalista Bob Fernandes considera medíocre o cenário atual do humor político no Brasil.

Eu acho que nesses últimos anos você teve um humor engajado que eu chamo de medíocre, tipo Pânico. Um humor covarde, na verdade. Que era o humor feito em favor do *mainstream* e do que os donos das emissoras queriam. Assim como o CQC, que era às vezes engraçado, às vezes não. Eu sei que quando tinham episódios contundentes, que não interessavam à emissora, eles não colocavam no ar. (FERNANDES, ago. 2018. Informação verbal)

Bob Fernandes define como humor engajado o humor que “enfrenta o poder”, que nada contra a correnteza do poder vigente. Ele menciona o Pânico e o CQC, dois programas humorísticos televisivos, e critica o “engajamento” de Dilma Bolada, pelo fato de ser um humor político “a favor” do poder, de acordo com sua visão. “O humor político que me instiga é aquele que enfrenta o poder, não o humor que vai na correnteza. Porque aí não é humor, é amor pela causa”, afirma (FERNANDES, ago. 2018. Informação verbal).

Como parte significativa do humor político circula na grande mídia, ele tende a não encorajar transformações expressivas, já que a manutenção dos sistemas de poder é importante para sua própria existência (ANDI, 2007). Em contraposição, autores como Lemos (2010) visualizam na cibercultura o caminho para utilizar o potencial das ferramentas comunicacionais digitais para expressão livre dos movimentos sociais e das articulações e reivindicações político-ativistas, em um cenário que permite alcance planetário para questões locais, a livre expressão para publicar informações, a colaboração e a participação. Esse uso de ferramentas de comunicação por vozes livres e independentes é fundamental para reconfigurar a cultura política contemporânea. Com a liberação do pólo de emissão nas redes sociais, em tese qualquer pessoa pode gerar conteúdo em *sites* como o Facebook, Twitter ou Instagram, sem a necessidade de um meio de comunicação de massa.

O próprio Jeferson Monteiro é um exemplo disso. Quando criou a Dilma Bolada, era um estudante de apenas 19 anos, do município de Mesquita, na Baixada Fluminense, sem visibilidade nas mídias tradicionais ou na internet. Outras *fanpages* seguiram linhas

semelhantes, através da paródia a líderes políticos, como é o caso de “Haddad Tranquilão”, inspirada no então prefeito de São Paulo, Fernando Haddad, e do “Prefeito Netinho”, paródia referente ao prefeito de Salvador, Antônio Carlos Magalhães Neto (ACM Neto). Enquanto o criador da paródia do prefeito da capital paulista era um publicitário<sup>34</sup> de 26 anos, que tinha como objetivo divulgar informações sobre a gestão do prefeito da capital paulista, o idealizador da página *fake* de ACM Neto preferiu manter o anonimato,<sup>35</sup> mas afirmou que se inspirou na personagem Dilma Bolada para sua criação.

O cenário das recentes campanhas eleitorais de Donald Trump (2016), nos Estados Unidos, e Jair Bolsonaro (2018), no Brasil, mostram, todavia, que há interferências nessa dinâmica. Não apenas porque a ambiência em rede passa a ser mais um local de cruzamento entre os poderes midiático e político – o que pode levar a interferências em seu conteúdo, mas também devido a estratégias ilícitas de desinformação. A proliferação de conteúdo político falso, por vezes, recorre aos memes e ao humor. Segundo estudo da Diretoria de Análise de Políticas Públicas da Fundação Getúlio Vargas (FGV), cerca de 20% das discussões envolvendo política nas redes sociais são motivadas por *bots*<sup>36</sup> políticos. Em seu estudo,<sup>37</sup> a FGV destaca que as contas automatizadas que permitem a massificação de postagens se converteram em uma potencial ferramenta para a manipulação de debates nas redes sociais, em especial em momentos de relevância política. Com isso, o mundo virtual tem permitido a adaptação de velhas estratégias políticas de difamação e manipulação de debates públicos, agora em maior escala.

Retomando resumidamente as duas visões de humor político apresentadas ao longo das primeiras seções deste capítulo, por um lado, há a possibilidade do questionamento do

---

<sup>34</sup> Para mais informações, ver: "Conheça a verdadeira identidade de Haddad Tranquilão". In: Estadão, 18/07/2015. Disponível em <https://tv.estadao.com.br/politica,conheca-a-verdadeira-identidade-de-haddad-tranquilao,422894>. Acesso em 21 de jun de 2019.

<sup>35</sup> Para mais informações, ver: "Prefeito Netinho" cai no gosto do internauta. In: B News. CARDOSO, Terena. 4 de fev de 2013. Disponível em: <https://www.bnews.com.br/noticias/entretenimento/politica/53196,quotprefeito-netinhoquot-cai-no-gosto-do-internauta.html>. Acesso em: 21/06/2019.

<sup>36</sup> Um *bot* é um “robô” virtual, criado para realizar automaticamente uma série de tarefas específicas que parecem ser feitas por pessoas, desde enviar spam para caixas de e-mails até iniciar atendimentos a empresas. Os vilões das recentes eleições são os “*bots* políticos” das redes sociais, que são materializados em perfis de usuários que parecem reais, mas que, na verdade, são programados para interagir e atuar nesses ambientes de acordo com os interesses, que podem ir desde replicar notícias falsas até inflar artificialmente um tema para que ele se torne relevante entre os “usuários reais” e vire uma pauta.

Para mais informações, ver: "Como robôs atuam nas redes sociais para manipular seu voto nas eleições de 2018". In: NUNES, Brunella. Hypeness. Outubro, 2018. Disponível em: <https://www.hypeness.com.br/2018/10/como-robos-atuam-nas-redes-sociais-para-manipular-seu-voto-nas-eleicoes-de-2018/>. Acesso em 21 de jun de 2019.

<sup>37</sup> Para mais informações, ver: <http://dapp.fgv.br/robos-redes-sociais-e-politica-estudo-da-fgvdapp-aponta-interferencias-ilegitimas-no-debate-publico-na-web/>

poder político estabelecido. Por outro lado, há o humor que reforça a ordem política vigente. Ao problematizarmos as relações entre humor, política e mídia, observamos que são muitos os desafios para que o humor desenvolva um papel questionador da ordem preestabelecida para promover a transformação social. Entretanto, cabe ressaltar que, em nossa visão, o humor político é uma forma criativa e simbólica poderosa de deliberação política, que pode ser utilizada para criticar figuras, decisões e práticas.

### 3.3.1 A audiência do humor político

Muito do interesse pelo humor político como fonte de influência política decorre de sua significativa audiência. Durante a última década, relatórios do Pew Research Center concluíram que os jovens, mais do que pessoas mais velhas, estavam cada vez mais informando-se sobre política a partir de programas humorísticos (Pew, 2004). Ao mesmo tempo, os jovens relataram acompanhar menos a programação tradicional de notícias. No entanto, não há pesquisas que afirmem que a juventude esteja abandonando notícias tradicionais em favor da programação de comédia (YOUNG, 2017). Além disso, os espectadores jovens estão mais propensos a consumir conteúdo humorístico em redes de tevê a cabo, no rádio e *on-line*. Esses dados apontam a importância do conteúdo humorístico relacionado à política veiculado na internet e nas redes sociais, como é o caso de Dilma Bolada.

Quando o humor político é realizado em uma rede social, caso da personagem analisada, é significativo o espaço de participação dos internautas nessa nova esfera pública. Como explica Castells (2008), as redes sociais configuram-se como novo espaço de participação democrática na contemporaneidade. Temos, no caso estudado, narrativas sobre política apresentadas de uma maneira humorística. O próprio Jeferson Monteiro atribui a popularidade da personagem ao “humor puro e simples, sem apelação, sem baixaria. Um humor que diverte e ao mesmo tempo informa” (MONTEIRO. In: GADELHA, 2013). Por conseguinte, a participação do público – através das curtidas, comentários e compartilhamentos – é fundamental para que a personagem ganhe mais visibilidade e, em certo sentido, legitimidade.

Em um estudo sobre o humor no Facebook, o professor de Ciência Política da Universidade Federal do Paraná (UFPR), Emerson Cervi, e o pesquisador Márcio Cunha Carlomagno (2013) investigaram, através de uma análise de Dilma Bolada, o uso do humor como meio para divulgar ações políticas e construir a opinião pública. Para conhecer o perfil do público que acompanha a página, eles aplicaram uma pesquisa de mercado quantitativa a 6

mil internautas que seguem a personagem na rede social. Entre as perguntas feitas, eles questionaram por que os usuários seguem a página e como se posicionam politicamente frente ao Partido dos Trabalhadores (PT) e à presidenta Dilma Rousseff. Os resultados apontaram que o humor está no cerne da motivação para seguir a *fanpage* Dilma Bolada, sendo que 42,6% dos internautas indicaram que a razão para acompanhar a personagem era estritamente devido ao humor e 44,7% alegaram humor associado a motivos políticos, como mostra a Tabela 1. Do universo de entrevistados, 21% afirmaram ser filiados ao PT, mas apenas 7% seguem a página por razões estritamente políticas. Ou seja, o humor é o principal fator de interesse na página. Apesar disso, a grande maioria dos internautas entrevistados obtém no perfil informações a respeito dos compromissos e ações da presidenta, “indicando uma função de comunicação que vai além do simples entretenimento” (CARLOMAGNO e CERVI, 2013, p. 14).

**Tabela 1**

<b>Frequência das respostas do motivo pelo qual o internauta segue a página Dilma Bolada.</b>	<b>Nº</b>	<b>%</b>
<b>Humor</b>	<b>1192</b>	<b>42,6</b>
<b>Humor, Motivo Político</b>	<b>1253</b>	<b>44,8</b>
<b>Motivo Político</b>	<b>194</b>	<b>6,9</b>
<b>Outros</b>	<b>159</b>	<b>5,7</b>
<b>Total</b>	<b>2798</b>	<b>100,0</b>

Fonte: CARLOMAGNO e CERVI, 2013, p. 12.

90% das pessoas entrevistadas consideram que recebem informação da *fanpage*, mais do que meramente humor. Além disso, 50,1% afirmaram que não receberam essas informações por outros meios de comunicação – notadamente os meios tradicionais como impresso e televisão. Ou seja, tiveram acesso a informações que não teriam conhecimento, caso não acompanhassem a página. Quando perguntados sobre quais informações seriam essas, 46,3% souberam responder com precisão quais informações eram essas. Carlomagno e Cervi (2013), entretanto, só irão analisar detalhadamente essas respostas na próxima etapa de seu estudo.

Os dados informados anteriormente fortalecem a importância do conteúdo do humor político. Em nossa pesquisa, interessa-nos sobretudo perceber as relações com as questões de gênero, em especial, através da presença dos estereótipos relacionados a papéis socialmente estabelecidos para homens e mulheres. A esse respeito, em conexão com as definições do humor estudadas, buscamos observar em que medida o humor fortalece esses padrões historicamente estabelecidos ou, se por outro lado, pode funcionar como estratégia para que eles sejam subvertidos. O humor é uma das expressões através da qual a identidade da mulher, inclusive na política, vem sendo construída, em uma relação que, historicamente, é complexa e permeada de tensões.

#### 3.4 O HUMOR E AS MULHERES: ENTRELACAMENTOS ENTRE GÊNERO E HUMOR NA POLÍTICA

O humor tem sido utilizado com frequência de maneira a fortalecer imagens negativas sobre a mulher na política. Muito antes dos memes que povoam a internet e as redes sociais, charges publicadas em jornais e revistas já ridicularizavam mulheres que se aventuravam a lutar por uma atuação que fosse um pouco mais além das tarefas do lar. Vários estereótipos relacionados às mulheres na política estão enraizados nas experiências do movimento sufragista no final do século XIX e início do século XX, durante a primeira onda do movimento feminista (POMPPER, 2017), principalmente nos Estados Unidos e Reino Unido. Enquanto lutavam pelo direito ao voto, as sufragistas presenciaram diversos ataques à sua condição de mulher como forma de diminuir sua força e deslegitimar sua voz na busca por direitos. A conservadora sociedade do período considerava o sufrágio feminino contrário às leis da natureza, às convenções sociais e à “essência feminina”.

Em seu livro *The masculine woman in America: 1890-1935*, publicado em 2001, a pesquisadora e professora Laura Behling analisa uma série de caricaturas sobre as sufragistas publicadas em revistas e jornais do período. Segundo as charges, o principal objetivo das integrantes do movimento era tornarem-se “mulheres masculinas” ou “*female sexual invert*” (mulheres sexualmente invertidas) – expressão recheada pelos preconceitos do período e então usada para se referir pejorativamente à homossexualidade. Isso apesar de todo o cuidado que as sufragistas tiveram, na época, para mostrar que eram domésticas e femininas. A líder da National Women Suffrage Association, na introdução à sua obra *The woman citizen*, no português, *A mulher cidadã*, afirmou que a mulher é, antes e acima de tudo, uma

mãe e esposa. Por isso, politicamente, deveria envolver-se com as mesmas áreas que supervisionava em casa, como a conservação da comida e os cuidados com o outro. Um discurso que reforçava a divisão de poder estabelecida pelo patriarcado entre esfera pública e privada.

Mesmo com posturas que fortaleciam a manutenção da divisão social do trabalho, as mulheres que lutaram pelo direito ao voto foram duramente criticadas. Com efeito, os anti-sufragistas utilizaram a mídia para desacreditar e contradizer a demanda daquelas mulheres por uma agenda política. Construíram uma linha de argumentação que buscava mostrar como a emancipação feminina desestabilizaria a hegemonia masculina, e afetaria o casamento e as famílias. Os discursos mostravam as supostas consequências decorrentes da conquista do voto feminino. Além disso, simbolizavam a “ameaça” decorrente da difusão dos ideais feministas. Muitos argumentos anti-sufragistas baseavam-se na biologia para defender a manutenção de papéis sociais diferentes com base na divisão de gênero, e culturalmente naturalizados, para homens e mulheres. Nas charges, as sufragistas eram caricaturadas como masculinas, lésbicas, grosseiras, agressivas, insensíveis, feias e solitárias, em um viés claramente negativo (Figuras 3 e 4). Características não muito distantes das que a mídia atribuiria a Dilma Rousseff, um século mais tarde.

**Figura 3** – Origem e desenvolvimento de uma sufragista: “Aos 15, um amor de pessoa; aos 20, uma pequena sedutora; aos 40, ainda solteirona; aos 50, uma sufragista”



Fonte: reprodução oldpicsarchive.com



**Figura 4** – Sufragistas que nunca foram beijadas



Fonte: reprodução oldpicsarchive.com

Mulheres e homens que se opunham ao movimento sufragista diziam que suas integrantes iriam negligenciar os serviços domésticos e passariam por mudanças psicológicas e físicas, tornando-se verdadeiras aberrações. O processo era descrito – e ilustrado, nas charges – com detalhes grotescos: elas passariam a ter pés e mãos muito grandes, seios achatados (planos) e lábios finos; mulheres viris, provavelmente devido a essas transformações psicológicas e físicas advindas das lutas por direitos políticos (Figura 5).

**Figura 5** – Eu estou perdendo peso ou essas são as suas calças?

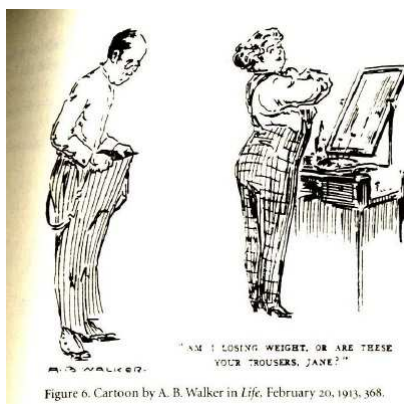


Figure 6. Cartoon by A. B. Walker in *Life*, February 20, 1913, 368.

Fonte: cartum de A.B. Walker. Revista Life. 20 de fevereiro de 1913.

Em oposição, os homens eram retratados como seres oprimidos e submissos às suas esposas sufragistas. Ficavam em casa cuidando dos filhos, cozinhando e limpando a casa, enquanto as mulheres saíam para votar fazer campanha pelo voto, sempre indiferentes ao choro dos filhos ou, integralmente, ao abandono do lar e da família. Muitas dessas charges eram acompanhadas por matérias com argumentos de cunho científico. O humor servia para ilustrar e esclarecer como essas transformações se processariam na sociedade. Nesse sentido, o seu propósito era alertar a população sobre os supostas desvantagens das conquistas femininas (Figuras 6 a 9).

**Figura 6** – “A vida é uma maldição atrás da outra”, diz a charge, enquanto lê-se na placa ao fundo “O que é uma casa sem uma sufragista”



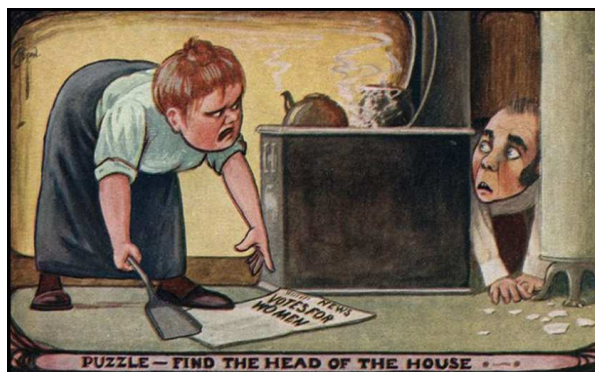
**Fonte:** reprodução oldpicsarchive.com

**Figura 7** – “Quem falou em divórcio!”



Fonte: reprodução oldpicsarchive.com

**Figura 8** – “Enigma – Encontre o chefe da casa”



Fonte: reprodução oldpicsarchive.com

**Figura 9** – Sufragistas atacando um policial



Fonte: reprodução oldpicsarchive.com

A estrutura dessas charges não difere muito dos memes que fazem sucesso atualmente nas redes sociais. Elas utilizam uma imagem, muitas vezes fora de contexto, e uma frase de efeito.

Há uma construção da ‘ridicularidade’ desse objeto que mobiliza um grande conjunto de pressupostos sobre o que é a norma e o que é o desvio, sobre quais são os comportamentos normais e suas motivações. E o riso, embora tantas vezes seja saudado como ‘libertador’, pode tanto desafiar quanto confirmar os discursos dominantes, os preconceitos e os estereótipos cristalizados (MIGUEL, 2013, p. 105).

Com frequência, o conteúdo do humor exige a existência de um conhecimento prévio compartilhado. Nessa circunstância, o que é necessário mobilizar para que essas charges pareçam engraçadas? Primeiro, salta aos olhos o fato de que o voto feminino em si não é discutido nas figuras acima: sua importância para as mulheres e para a sociedade parece ainda não ser um objeto de grande consideração. A questão do sufrágio apenas é retratada enquanto consequência para o homem e para os filhos – nos dois casos, no ambiente doméstico, que é o único espaço socialmente aceito para as mulheres ocuparem. O humor das charges anti-sufragistas fortalece a divisão sexual do trabalho, e das esferas pública e privada.

Essa dualidade corresponde a uma compreensão restrita da política, que, em nome da universalidade na esfera pública, define uma série de tópicos e experiências como privados e, como tal, não políticos. É uma forma de isolar a política das relações de poder na vida cotidiana, negando ou desinflando o caráter político e conflitivo das relações de trabalho e das relações familiares (BIROLI e MOTA, 2014, p. 31)

O sufrágio, um dos direitos que constituem a busca pela cidadania, representa o primeiro passo para a quebra do contrato social e dos lugares por ele socialmente estabelecidos (PATEMAN, 1993). Na modernidade, a esfera pública estaria baseada em princípios universais, na razão e na impessoalidade, enquanto a esfera privada englobaria as relações de caráter íntimo e pessoal. Essa percepção inclui estereótipos de gênero desvantajosos para as mulheres. Papéis atribuídos às mulheres, segundo essa dualidade, como dedicação prioritária à vida doméstica e aos familiares, colaboraram para que a domesticidade feminina fosse vista como um traço natural que as diferencia dos homens, e também como um valor a partir do qual outros comportamentos seriam caracterizados como desvios.

Essas condutas historicamente atribuídas às mulheres e relacionadas aos estereótipos de gênero colaboraram para que a dedicação aos cuidados com o lar fosse vista como natural, ao passo que práticas diferentes ou o trânsito por espaços na esfera pública, fossem consideradas inapropriadas. Dessa maneira, a natureza estaria na base das diferenças hierarquizadas entre os sexos. A garantia de privacidade para a vida familiar e doméstica foi

vista como uma das ferramentas para a manutenção da dominação masculina. Ademais, serviu para encobrir as vinculações entre as posições de poder na esfera privada e na esfera pública.

Por conseguinte, as consequências do sufrágio feminino, de acordo com as charges, as quais nos referimos, é desastrosa: física e psicologicamente, essas mulheres cidadãs tornam-se exemplos de vida em deformidade. Em uma das charges analisadas por Behling (2001), por exemplo, o gerente de um museu de aberrações – lugar que expõe figuras estranhas como um homem polvo e um garoto com a cabeça de porco, mobiliza os visitantes do local para observarem o que parece ser para ele e para o seu tempo uma aberração muito mais chocante do que as que viam no museu: uma manifestação de mulheres sufragistas reivindicando seus direitos.

**Figura 10** – Dando um descanso às aberrações



**Fonte:** reprodução BEHLING (2001).

Reiteramos que é preciso compartilhar dessa visão para que as charges sejam dotadas de sentido. Nomear como “aberração” a participação da mulher na política, em defesa do sufrágio universal, expressa e defende uma percepção política de que votar é um direito masculino. Portanto, evidencia a existência de uma sociedade sexista que reserva para a mulher uma existência privada cercada pelas paredes do mundo privado: a vida doméstica.

No “*show* de horrores” decorrente da atuação política das mulheres, elas tornam-se feias – novamente, a feiúra como o supremo pecado das mulheres – e masculinizadas, e aqui vale notar que mais uma vez o referencial é o homem. Continuadamente, também, é evocado o estereótipo da mulher “mal-amada”. Na verdade, as construções narrativas tentam mostrar

que elas acabaram se envolvendo com a política porque nunca conseguiram se casar e formar uma família. Talvez seja essa a razão para terem se tornado lésbicas, como sugerem outras ilustrações. Há charges que dizem inclusive que algumas dessas mulheres sequer foram beijadas (Figura 2), como se essa fosse uma justificativa plausível para o ingresso delas no movimento sufragista.

Em outros casos, as charges produzem representações de mulheres casadas antes muito meigas, exemplos na vida doméstica, que agora estão agressivas com os maridos e indiferentes aos filhos. Mudanças que, na perspectiva das charges, tornam os maridos intimidados diante das suas novas atitudes. Ou seja, há nessas charges o estabelecimento de uma percepção sobre a mulher como portadora de existência apenas quando esta é relacionada aos cuidados do marido, filhos, a família de modo geral. Fora da projeção da esfera doméstica, restaria para as mulheres apenas a invisibilidade ou a acusação de desejar e/ou passar a ocupar um lugar inadequado para o seu gênero. Nesse contexto, a política impõe-se como ícone representativo do não lugar para o gênero feminino. Já que é inadequado para uma existência dotada de reconhecimento, identidade apenas para as atividades referentes ao espaço privado do lar.

É fato que as mulheres avançaram muito na luta de seus direitos políticos desde 1911 – data de publicação da referida charge (Figura 9) – até os dias atuais. Mas essa imagem de aberração, de algo que está completamente fora de lugar ainda reverbera na atuação política das mulheres. Há, com frequência, um certo incômodo, um viés crítico quando uma mulher ocupa uma posição de poder político, como se isso representasse uma ameaça à estrutura política e social. No campo cultural, a ocupação desse espaço de poder pelas mulheres ainda não foi tornada comum.

Hoje, talvez, poucos tivessem coragem de verbalizar o conteúdo das charges anti-sufragistas, até mesmo porque o humor depende fortemente de fatores circunstanciais (POSSENTI, 2001, p.73). Entretanto, o machismo ainda é fonte de inspiração de humoristas.

As piadas machistas e sexistas tentam colocar a mulher num lugar que a gente está tentando tirar, de submissão, de opressão, da mulher burra, da mulher objeto. E a gente está tentando fazer outra coisa, um lugar de autonomia, de respeito (MORENO, 2002).

O tema das piadas que reforçam o sexismo ou a violência contra a mulher, por exemplo, é antes de tudo, uma realidade que atinge e tira a vida de milhões de mulheres. A banalização dessa violência, através do humor, é um elemento crucial para que ela se perpetue e seja naturalizada, reforçando consequências como a cultura de culpabilização das vítimas pela violência. Essa naturalização – baseada em argumentos como porque estavam sozinhas à

noite ou usavam roupas muito curtas, apenas para citar duas das justificativas para o injustificável – contribui para que os autores desse tipo de crime sejam punidos de forma ainda incipiente (MIGUEL, 2013). Nessa perspectiva, é interessante perceber a reflexão de Alex Castro no artigo “Carta aberta às pessoas humoristas do Brasil”, publicado em 2014. Autor de uma série de piadas que reproduziam estereótipos em revistas brasileiras, o escritor diz ter mudado sua postura após ter refletido sobre a prática de o humor ter como alvo pessoas marginalizadas, que são vítimas de desrespeito e violência física ou simbólica.

As mulheres são mortas em tão grandes números (...) porque existe uma cultura machista no Brasil, onde as mulheres são vistas como tendo menos valor, onde as mulheres são rotuladas ou como santas ou putas, onde uma mulher viver abertamente sua sexualidade é considerado ofensivo ou repreensível, onde a sexualidade de uma mulher tem impacto direto sobre a honra de seu companheiro. (...) Se você faz piadas que confirmam os lugares-comuns dessa cultura machista, que objetificam a mulher, que estigmatizam seu comportamento sexual, então você possibilita e reforça essa cultura assassina. Você é cúmplice.<sup>38</sup> (CASTRO, 2014).

Por isso, alguns humoristas e pesquisadores do tema têm refletido sobre a escolha do alvo das piadas. Inspirar-se em grupos poderosos ou ridicularizá-los como mote para fazer rir pode alcançar resultados bem mais libertadores e subversivos do que utilizar o senso comum e apenas reforçar padrões estereotipados. No documentário *O riso dos outros* (2012), alguns comediantes afirmam que toda piada tem um alvo: pode ser um discurso, um objeto, um país, uma pessoa. Ou seja, o humor irá sempre tecer uma crítica “Você vai estar criticando alguma coisa. O problema é o que criticar. Que vítima vai ser essa” (POSSOLO, 2012):

Esse pessoal que ataca minorias pra fazer piada precisa entender que eles não estão transgredindo nada. Seus tataravôs já eram racistas, gente. Pode ter certeza que seus tataravôs já comparavam negros com macacos. Aposto como seus tataravôs já faziam gracinhas sobre a sorte que uma moça feia teve em ser estuprada. Vocês não são moderninhos, não são ousados, não são criativos. Vocês estão apenas seguindo uma tradição.

Quando carregado de preconceitos, o humor pode desestimular as mulheres a atuarem na política, enfraquecer a imagem de líderes ou mesmo interferir na decisão pelo voto. Há ainda a possibilidade de contribuir com a banalização da violência contra a mulher nesse campo de poder, através da reiteração da violência simbólica – a mídia e as redes sociais são um grande campo dessa modalidade – ou da violência física, não raro entrelaçadas.

Uma das mulheres da política estereotipadas de forma mais negativa é a senadora e ex-secretária de estado dos Estados Unidos Hillary Rodham Clinton (POMPPER, 2017, p. 211).

---

<sup>38</sup> Disponível em <https://papodehomem.com.br/carta-aberta-aos-humoristas-do-brasil/>. Acesso em 28 de nov de 2018.



Considerada impessoal pela mídia, Clinton, geralmente, é discreta com relação à sua vida privada, embora seja de conhecimento público que ela desempenhe as funções de esposa, mãe, avó, filha e irmã. Ela prefere reforçar seus papéis de política, líder e advogada.

Clinton the candidate on the 2016 presidential campaign trail was hammered on social media as a bitch, harpy, dumb, and ugly. Clinton's sexuality has been attacked multiple times over decades. She has been called frigid as a woman who could not satisfy her husband, with the New York Times actually tallying the total number of times she shared a bed with her husband, former U.S. President Bill Clinton. She has been called a lesbian and hermaphrodite (a slur, rather than label for sex or sexual orientation) and lampooned on the cover of now-defunct satirical *Spy* magazine wearing conservative white male underwear featuring bulging male genitalia underneath and the headline 'Hillary's Big Secret'<sup>39</sup> (POMPPER, 2017, p. 212).

Em seu estudo sobre o humor político na campanha de Hillary Clinton, nas primárias das eleições presidenciais de 2008 nos Estados Unidos, Joan L. Conners (2009) analisou 847 charges e programas televisivos humorísticos como o *The Daily Show* e o *The Tonight Show*. Pesquisa do Pew Research Center (2005) mostra que 48% dos adultos usam regularmente ou às vezes programas como os citados como fonte de notícias nas campanhas políticas. Muitas charges exploraram aspectos negativos, e representam a morte da candidatura de Clinton antes mesmo da conclusão das primárias do Partido Democrata – que indicou Barack Obama como candidato à presidência. É digno de nota que Hillary Clinton foi a candidata mais caricaturada pelo *Late-Night Comedy* naquele ano. Ela foi alvo de 467 piadas, quase o dobro das 244 direcionadas a Barack Obama, que disputava com ela a nomeação no partido. Nenhum outro candidato à presidência no período foi mais parodiado do que Hillary Clinton.

Para que seja possível rir das piadas sobre Clinton, é preciso compartilhar desse imaginário que enxerga a mulher, de maneira geral, através de suas características pessoais, mesmo que ela tenha uma posição pública. A ex-senadora e secretária de Estado dos Estados Unidos é qualificada como feia e frígida, além de carregar o estigma de não conseguir satisfazer o marido. Politicamente, é considerada incompetente e arrogante, críticas também feitas no Brasil à presidenta Dilma Rousseff.

Assim como a líder brasileira, Clinton foi “acusada” de ser muito masculina, daí o fato da líder norte-americana ser ridicularizada seja como lésbica, frígida ou mesmo hermafrodita.

---

<sup>39</sup> Clinton, a candidata na campanha presidencial de 2016, foi criticada nas mídias sociais como uma cadela, arrogante, burra e feia. A sexualidade de Clinton foi atacada várias vezes ao longo de décadas. Ela tem sido chamada de frígida como uma mulher que não podia satisfazer seu marido, com o *New York Times*, de fato, registrando o número total de vezes que ela dividiu a cama com seu marido, o ex-presidente dos EUA Bill Clinton. Ela foi chamada de lésbica e hermafrodita (um insulto, em vez de rotular por sexo ou orientação sexual)



É como se a mulher na política representasse uma “aberração”, e sua presença tornasse necessária uma explicação biológica e sexual para ser assimilada. A justificativa para essa mulher “no lugar errado” está enraizada na vida privada. Se o ambiente doméstico é o lugar “natural” para uma mulher estar, qualquer ruptura dessa ordem socialmente estabelecida encontraria justificativa apenas na própria esfera privada. Seria uma visão geral compartilhada de que algo vai mal na vida pessoal dessa mulher, caso contrário, ela não estaria “tão fora de lugar”.

#### 3.4.1 A mulher como sujeito do humor político

O humor é uma das formas de construir narrativas sobre a mulher na política. Historicamente, são muitas as tentativas de mostrar esse ambiente como inapropriado para esse gênero. Na contemporaneidade, o ambiente digital tem permitido a proliferação de discursos sexistas e misóginos, como destacamos no capítulo 1. Entretanto, a internet também tem sido a ambiência para a expressão de outras narrativas sobre a mulher na política, sobretudo a partir de 2015, no contexto nacional, quando as brasileiras tomaram as ruas e as redes em um movimento batizado de Primavera das Mulheres. Alguns temas foram amplamente discutidos nas mídias sociais no período: o projeto de lei que pretendia dificultar o aborto em casos de estupro; a criação da *hashtag* #PrimeiroAssédio, contra esse tipo de violência; a campanha #MeuAmigoSecreto, que revelou casos de machismo e assédio no cotidiano das mulheres brasileiras; a Marcha das Vadias,<sup>40</sup> que protesta contra o machismo e a culpabilização das vítimas de violência e o Movimento de Mulheres Unidas Contra Bolsonaro, criado na campanha eleitoral de 2018, com o mote #elenão.

Consideramos importante destacar dois aspectos a respeito dessa movimentação coletiva. O primeiro deles é que essa Primavera fortaleceu grupos feministas já existentes, fez surgir novos e impulsionou a produção de conteúdo com linguagem acessível e a discussão sobre o feminismo. Buscas no Brasil pela palavra feminismo no *site* Google entre os anos de 2014 e 2019 mostram um aumento expressivo nas pesquisas sobre o feminismo em outubro de 2015, período da Primavera das Mulheres, e em setembro de 2018, durante a campanha

---

e satirizada na capa da extinta revista satírica *Spy*, usando roupas íntimas masculinas conservadoras com genitália masculina protuberante e a manchete “O Grande Segredo de Hillary”. (tradução nossa)

<sup>40</sup> A Marcha das Vadias é um movimento que surgiu a partir de um protesto realizado em abril de 2011, em Toronto, no Canadá, e se internacionalizou. Em janeiro do mesmo ano, ocorreram diversos casos de abuso sexual em mulheres na Universidade de Toronto. Um policial, então, pediu que “as mulheres evitassem se vestir como vadias” para não serem vítimas da violência. O movimento protesta contra a crença de que as mulheres que são vítimas de estupro teriam provocado a violência por seu comportamento. Por isso, as participantes da marcha usam não só roupas cotidianas, mas também roupas consideradas provocantes, como blusinhas transparentes, lingerie, saias, salto alto ou apenas o sutiã.

presidencial (Gráfico 1).<sup>41</sup> A popularização do tema não aconteceu apenas no Brasil, como mostram campanhas como #MeToo<sup>42</sup> (Eu também), que expôs a questão global do assédio contra mulheres, a partir de um escândalo envolvendo uma das personalidades mais influentes de Hollywood e a campanha da ONU (ONU Mulheres) pela igualdade de gênero *He for She* (Ele por Ela), lançada em setembro de 2014.

**Gráfico 1**



O segundo aspecto, ao lado do maior interesse e publicização do referido tema, é o caráter humorístico de parte significativa das mobilizações citadas, com ações relacionadas à ironia, ao sarcasmo e a muita irreverência. Essa característica, como argumentam Crescêncio e Pires (2018), potencializa a força e o viés político dessas manifestações. As autoras destacam a energia que o humor confere quando empregado às lutas políticas, sejam elas feministas ou não, e ressaltam o poder revolucionário do humor e do riso das mulheres.

Se, por um lado, as mulheres foram alvo do humor preconceituoso há séculos, por outro lado, também produzem, há séculos, humor. O ambiente das redes sociais pode possibilitar maior visibilidade e disseminação para esse humor, por muito tempo invisibilizado. Nesse contexto, o uso da internet na construção e difusão de piadas, montagens, memes e charges dialoga com os cartazes, cantos e palavras de ordem usados nas

<sup>41</sup> Fonte: Google Trends. Disponível em: <https://trends.google.com/trends/explore?date=today%205-y&geo=BR&q=feminismo>. Acesso em 24 de junho de 2019.

<sup>42</sup> A expressão “Me Too” foi pensada pela ativista Tarana Burke em 2006, como uma forma de causar empatia entre as vítimas de assédio sexual. Mas o termo somente popularizou-se em 2017, após as denúncias de assédio envolvendo Harvey Weinstein, um dos maiores produtores de Hollywood, fundador da Miramax e da The

marchas protagonizadas pelas mulheres nas ruas. Juntos, contribuem com a produção de novas configurações para a mulher na sociedade através do humor e do riso.

Essa discussão aponta amplas possibilidades de problematização. Uma delas é capacidade de o humor produzido por mulheres<sup>43</sup> fabricar outras formas de ser e estar no mundo, não pautadas na violência e que dialoguem de forma diferenciada com marcas históricas e sociais de gênero. Segundo, as representações e discursos humorísticos sobre as mulheres debruçam-se, com frequência, na constatação da existência de uma violência simbólica contra as mulheres. Esse humor, não raro (mas não somente), é produzido por homens.

No caso da personagem Dilma Bolada, temos a representação fictícia e humorística de uma mulher, Dilma Rousseff, construída a partir das impressões de um homem, Jeferson Monteiro, sobre a primeira presidenta do Brasil. Buscamos examinar as postagens da personagem a partir de um olhar que relacione gênero e humor para identificar se a personagem opera na manutenção de estereótipos e posições preestabelecidas para as mulheres, bem como das assimetrias de poder. Por séculos, o riso constrangeu e ridicularizou as mulheres. Em Dilma Bolada, o riso, muitas vezes, é proveniente da mistura de ideias e situações disparatadas, que frustram expectativas previamente estabelecidas e surpreendem por subverterem a liturgia do cargo de líder do Executivo do país. Essa surpresa normalmente vem pela comparação da personagem com Dilma Rousseff. Ou seja, a imagem prévia da presidenta parodiada funciona como um primeiro referencial para a compreensão da personagem. Nesse sentido, precisamos também nos debruçar sobre a figura pública que inspira essa criação fictícia, a presidenta Dilma Rousseff. Compreender os mecanismos de humor acionados por Dilma Bolada é importante para saber se eles reproduzem essas estratégias de subjugação das mulheres a papéis sociais historicamente estabelecidos ou se, por outro lado, apresentam outras possibilidades de narrativas no entrelaçamento entre humor, política e mulheres, em que esse gênero se desvincula de posições subalternas.

---

Weinstein Co. Na ocasião, atrizes norte-americanas utilizaram a hashtag #MeToo na rede social Twitter. O movimento ganhou ampla repercussão mundial.

<sup>43</sup> Para mais informações sobre o humor produzido por mulheres, ver: CRESCÊNCIO, Cíntia e PIRES, Maria da Conceição. “O humor das mulheres e as mulheres no humor: feminismos, riso e arte”. In: Revista Ártemis, vol. XXVI, n. 1; jul-dez, 2018. p 1-5.

#### 4 DILMA ROUSSEFF: A INSPIRAÇÃO DE DILMA BOLADA

Pela decisão soberana do povo, hoje será a primeira vez que a faixa presidencial cingirá o ombro de uma mulher. Para assumi-la, tenho comigo a força e o exemplo da mulher brasileira. Venho para abrir portas para que muitas outras mulheres, também possam, no futuro, ser presidenta; e para que – no dia de hoje – todas as brasileiras sintam o orgulho e a alegria de ser mulher. Não venho para enaltecer a minha biografia; mas para glorificar a vida de cada mulher brasileira. Meu compromisso supremo é honrar as mulheres, proteger os mais frágeis e governar para todos! (ROUSSEFF, 2011)

O trecho acima integra o discurso de posse proferido pela presidenta Dilma Rousseff em 1º de janeiro de 2011. A celebração marcou um momento histórico: a chegada da primeira mulher ao cargo mais elevado do poder Executivo do país. Imaginava-se que aquele seria o início de uma época de avanços culturais e políticos para o Brasil. Afinal, após oito anos sob a liderança de Luiz Inácio Lula da Silva, ex-operário com bases políticas nascidas no movimento sindical, a população havia escolhido, nas urnas, ser comandada por uma mulher.

O primeiro pronunciamento da presidenta expressa essa conquista e sinaliza seu caráter simbólico ao incluir todas as brasileiras enquanto fonte de inspiração e comprometimento. Quando Dilma Rousseff foi eleita, em 2010, havia apenas 78 anos que as mulheres tinham conquistado o direito ao voto no Brasil,<sup>44</sup> um passo fundamental para o estabelecimento da cidadania desse gênero. Entretanto, a despeito dos avanços na obtenção de postos de liderança nas décadas seguintes, as mulheres com frequência vêm sendo questionadas sobre sua adequação à atividade política, o campo de poder mais emblemático da esfera pública.

Nesse sentido, diversas narrativas buscam construir a imagem da mulher como sujeito estranho ou inapropriado ao ambiente político. Com efeito, isso pode ser observado ao longo da trajetória pública da presidenta Dilma Rousseff. Não raro, fatos de sua biografia, desde a juventude na militância estudantil, foram utilizados para afastá-la da imagem culturalmente associada às mulheres. Foram feitas diversas insinuações quanto a sua sexualidade e muitas vezes isso foi sinalizado nos adjetivos pelos quais era nomeada, tanto pelo viés profissional, a exemplo do apelido “gerentona”, que a vincula a uma posição de mando, quanto através de

---

<sup>44</sup> Até 1965, só podiam votar as mulheres que exerciam profissão remunerada. Somente em 1985 o direito ao voto foi estendido às mulheres analfabetas. (In: Série Inclusão: a conquista do voto feminino no Brasil. Disponível em: <http://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/2013/Abril/serie-inclusao-a-conquista-do-voto-feminino-no-brasil>. Acesso em 20 de março de 2019).

referências à sua suposta homossexualidade, vide a alcunha “Dilmão”, uma figura grosseiramente híbrida. Uma mulher que ocupa um lugar que não é o seu.

Esses apelidos circularam em charges e memes até passarem a fazer parte do vocabulário de muitos brasileiros, afinal a união entre humor e política não é um fenômeno recente. Tampouco é nova a tentativa de desqualificação das mulheres através de um humor recheado de preconceitos.

Muitas dessas características atribuídas a Dilma Rousseff com o intuito de criticá-la foram mote do humor irônico da personagem Dilma Bolada. Entretanto, o riso provocado pela personagem, que conquistou a simpatia de um público significativo nas redes sociais, não sinaliza para a desqualificação da presidenta fictícia. Ao contrário disso, os atributos usualmente criticados em Dilma Rousseff – fonte de inspiração para a persona criada pelo publicitário Jeferson Monteiro – seja na mídia tradicional ou nas redes sociais são enfatizados como fonte de poder pela autointitulada “Soberana das Américas”.

Para melhor compreender as questões de gênero que emergem nas narrativas de Dilma Bolada, consideramos importante debruçar-nos sobre sua principal referência: a presidenta Dilma Rousseff. É a partir da eleição da primeira mandatária do país que a personagem é criada. Momentos de sua trajetória servem como referência para diversas postagens ao longo dos dez anos transcorridos desde sua criação, em 2010, até os dias atuais, porque a personagem ainda existe, embora com ritmo menos intenso de publicações.

#### 4.1 FAMÍLIA, EDUCAÇÃO E MILITÂNCIA

Segunda filha do advogado e empreendedor de origem búlgara Pedro Rousseff e da fluminense Dilma Jane Coimbra, Dilma Vana Rousseff nasceu em 14 de dezembro de 1947 em Belo Horizonte. Professora do ensino primário, sua mãe, Dilma Jane abandonou a profissão e dedicou-se às atividades domésticas após o casamento. A união dos pais, além da futura presidenta Dilma Vana, gerou Igor e Zana Lúcia. Esta última, falecida em 1977. Batizada com o mesmo nome da mãe, a presidenta era sempre chamada de Dilminha em família. A menina queria ser bailarina, porque achava bonito, ou entrar para o corpo de bombeiros, porque achava bonito também.

A família morava em uma casa no bairro de classe média alta São Pedro, na capital mineira. Dilma Rousseff cursou o jardim de infância no centro metodista Izabela Hendrix. Aos sete anos, foi para um educandário católico só para meninas, que recebia as filhas da elite

mineira, o Colégio Nossa Senhora de Sion. Ela contava com a ajuda do pai nas lições de matemática e francês. Além das disciplinas tradicionais, na escola, as alunas faziam inglês, latim e trabalhos manuais, como bordado e tricô. Os relatos da infância privilegiam a relação entre Dilma e Pedro Rousseff. Além de professor das tarefas escolares, o pai é incentivador da leitura e do aprendizado de música, o companheiro das viagens de férias.

Há o apagamento discursivo da figura materna. Em que pese o fato de Dilma Jane estar viva e lúcida, o falecido pai de Dilma Rousseff é sempre instituído como a referência da presidenta, seja nos textos da campanha, ou nas produções editoriais comuns. [...] O pai biológico é apresentado como o referencial intelectual da candidata, e o pai da nação, o referencial político. (DANTAS, 2014, p. 51)

A referência familiar paterna indica a importância do exemplo masculino na relação da presidenta com o espaço público. Ao tempo em que, a herança materna como influência na formação da presidenta não é mencionada. Vinculada ao espaço doméstico, o privado, a mãe produz um trabalho que acaba naturalmente incorporado ao cotidiano das pessoas. As atividades aprendidas e apreendidas no espaço privado não são enfatizadas, não são trabalho. Ao convocar a herança paterna, há um fortalecimento da divisão dos domínios da mulher e do homem. A primeira, identificada com o espaço doméstico, e, o segundo, com o espaço público. Embora as mulheres hoje já ocupem mais funções no espaço público, sua ligação com o espaço privado ainda não foi eliminada, especialmente no imaginário coletivo. Há ainda uma certa convenção cultural de identificar o poder como um atributo masculino no campo político.

Ainda na juventude de Dilma Rousseff, aos domingos, as moças do Sion e os rapazes do colégio dos jesuítas, o Loyola, prestavam assistência social à população do Morro do Papagaio. Sob a direção das freiras, ensinavam a ferver água, noções de higiene e ajudavam nos mutirões, mas não havia discussões políticas. A professora Sônia Lacerda, amiga de Dilma Rousseff desde os tempos da escola, sinaliza que a jovem já havia percebido que aquela ação não iria mudar o mundo. “Eu me lembro dela dizendo: ‘isso é muito bom, mas não vai levar a lugar nenhum. Não resolve os problemas reais’. (...) Me impressiona até hoje, porque ela já tinha essa percepção ali pelos 12 ou 13 anos de idade” (AMARAL, 2011, p. 28).

Essa forma de “resolver os problemas reais” só seria vislumbrada por Dilma Rousseff após sua saída do Colégio Sion. Ela prestou exame para o curso científico – atual ensino médio – e ingressou no Colégio Estadual Central em março de 1964, apenas duas semanas

antes do golpe militar.<sup>45</sup> A instituição, com cerca de 2 mil alunos, rapazes em sua maioria, era um celeiro do movimento estudantil secundarista na capital mineira. Ali, começaria a fase militante da vida de Dilma Rousseff e ela daria seus primeiros passos na política.

Ela atuou em diferentes grupos de resistência ao regime militar. Primeiro, ingressou na Organização Revolucionária Marxista-Política Operária (ORM-Polop). Foi lá que conheceu Cláudio Galeno de Magalhães Linhares, também integrante de grupos de resistência à ditadura, com quem ficou casada de 1967 a 1969. Era um período de efervescência cultural, e as conversas giravam em torno de livros, filmes e revolução. Após uma cisão, em 1968, a Polop deu origem ao Comando de Libertação Nacional (Colina). Em 1969, quando Dilma Rousseff cursava o segundo ano da Faculdade de Ciências Econômicas da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), ela e Galeno tiveram de deixar a capital mineira. Foram viver no Rio de Janeiro, onde continuaram a militância.

O casal passou a integrar a Vanguarda Armada Revolucionária Palmares (VAR-Palmares), uma fusão entre a Colina e a Vanguarda Popular Revolucionária (VPR). A organização deslocou Galeno para Porto Alegre, enquanto Dilma Rousseff deveria permanecer no Rio. A fase marcaria o fim do seu primeiro casamento e a segunda união, dessa vez, com o gaúcho Carlos Franklin Paixão de Araújo, também integrante da VAR-Palmares. Presa em 16 de janeiro de 1970, em São Paulo, ela foi torturada por 22 dias nos porões da Operação Bandeirante (Oban), depois Destacamento de Operações de Informação – Centro de Operações de Defesa Interna (DOI-Codi). Após passar dois anos e dez meses presa, Dilma Rousseff saiu do Presídio Tiradentes no fim de 1972, com 57 kg, dez quilos mais magra e com uma disfunção na tireoide.

Já em liberdade, ela ficou um período em Minas Gerais com a família e depois foi para Porto Alegre esperar o marido, que cumpria na capital gaúcha os últimos meses de sua pena. Dilma Rousseff engravidou em 1975, enquanto cursava a graduação em Ciências Econômicas na Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Em março de 1976, nasceu sua única filha, Paula Rousseff Araújo.

A respeito da participação das mulheres no combate à ditadura civil militar no Brasil, Ana Maria Colling (2004) destaca que a mulher cometia dois pecados aos olhos da repressão:

---

<sup>45</sup> Ocorrido em 31 de março de 1964, no Brasil, o golpe militar depôs o então presidente da República João Goulart. O Congresso Nacional declarou vaga a presidência da República no dia seguinte, e os militares assumiram o poder. Durante o regime militar, que durou até 1985, direitos constitucionais foram abolidos no país, com a instituição da censura e da perseguição política, que motivou a tortura e a prisão de opositores ao governo.

o de se insurgir contra a política golpista e o de desconsiderar o lugar destinado socialmente às mulheres. Ao se envolver na política, elas adentravam no espaço público, uma esfera que, naquela visão, era destinada aos homens. Violência simbólica, física, sexual e psicológica; estupros, abortos e assédios fizeram parte da realidade de muitas mulheres que militaram contra o regime ditatorial no país. A repressão tratava a mulher militante como promíscua. Em muitos documentos do Departamento de Ordem Política e Social (DOPS), elas são chamadas de “putas comunistas”. A violência extrema era utilizada como forma de dominação do corpo feminino. “Nos atos de tortura, há uma tentativa por parte do Estado de se estabelecer como o senhor do seu corpo, com plenos poderes de vida e morte” (LONGO e BARROSO, 2017, p.40).

Mas a desigualdade de gênero também estava presente nas organizações de esquerda, que não propiciavam o debate sobre a relação entre homens e mulheres porque estavam focadas na oposição entre a burguesia e o proletariado. “Isto reforçava o poder masculino dentro das organizações” (COLLING, 2004, p. 1). Em depoimentos, mulheres que atuaram em grupos como o Colina e o VPR reconhecem que havia machismo mesmo no interior desses grupos políticos transgressores (RIDENTI, 1990). Existia uma opressão das mulheres dentro desses organismos, muito marcada pelo tipo de estrutura e pelas relações de poder existentes. Além disso, na orientação política das organizações, a influência das mulheres era muito menor que a dos homens. Elas tinham poucas oportunidades de liderança e não raro desempenhavam atividades que eram tradicionalmente entendidas como função de mulher.

Muitas dessas militantes eram estudantes universitárias, cujos contatos com os ideais socialistas, comunistas e de esquerda aconteciam dentro do próprio ambiente estudantil, motivadas por figuras emblemáticas como Che Guevara e determinados acontecimentos em nível internacional, a exemplo da Revolução Cubana. Ainda que o feminismo começasse a despontar em algumas discussões, grupos e eventos no Brasil, as militantes não pactuavam com os postulados feministas, ou até mesmo os desconheciam. As mulheres vivenciaram um universo de poder masculino no cenário da luta armada, atravessado pelos estereótipos de gênero que estruturavam determinadas relações sociais, ora em contexto de guerrilha, ora dentro das prisões, quando submetidas a atos de tortura perpetrados pelas forças militares.

Já a presidenta, ao longo de sua trajetória, não enfatizou as diferenças de tratamento entre homens e mulheres no âmbito das organizações de que participou. “Assim, embora apontemos que a divisão dos papéis de gênero permanecia nas células da militância, é fato que a resistência aos regimes de exceção, no Brasil e em outros países da América do Sul,



acabou por aproximar as mulheres da ação política” (DANTAS, 2014, p. 55). Após a reforma partidária no Brasil, em 1980, muitas mulheres tiveram mais oportunidade de inserção na política institucionalizada. Foi o que aconteceu com Dilma Rousseff. Sua primeira atividade remunerada, após sair da prisão, foi a de estagiária na Fundação de Economia e Estatística, vinculada ao governo do Rio Grande do Sul. Era apenas o começo de uma nova fase de atuação política.

Em sua carreira política, a presidenta Dilma Rousseff optou por não falar muito sobre sua militância. Um dos mais emblemáticos episódios de sua história foi fundamental para sedimentar a imagem de mulher honrada da então ministra, em 2008. A Casa Civil fora acusada de preparar um dossiê para a oposição, vazando dados secretos sobre a intimidade do ex-presidente Fernando Henrique Cardoso e sua família. Após dois meses negando a acusação, a ministra foi convocada pela Comissão de Infraestrutura do Senado, oficialmente, para falar sobre o Programa de Aceleração do Crescimento (PAC). O senador Agripino Maia, líder do Democratas (DEM), tentou carimbar a pré-candidata como mentirosa, logo no início da sessão. Para tanto, repetiu a declaração de Dilma Rousseff de que, nos depoimentos dados na prisão, durante o regime militar, ela mentia. Mas a pergunta não a intimidou.

Eu me orgulho muito de ter mentido, senador, porque mentir na tortura não é fácil. Na democracia se fala a verdade. Diante da tortura, quem tem coragem e dignidade fala mentira. E isso, senador, faz parte, integra a minha biografia, de que eu tenho muito orgulho. Todos nós somos muito frágeis, nós somos humanos, nós temos dor. E a sedução, a tentação de falar o que ocorreu e dizer a verdade é muito grande. O senhor não imagina quanto é insuportável. Então, eu me orgulho de ter mentido, eu me orgulho imensamente de ter mentido, porque eu salvei companheiros da mesma tortura e da morte. Este diálogo aqui é o diálogo democrático. A oposição pode me fazer perguntas e eu vou responder. Nós estamos em igualdade de condições humanas e materiais. Nós não estamos num diálogo entre o meu pescoço e a forca, senador (AMARAL, 2011, p. 180).

Ao enfrentar as acusações, Dilma Rousseff reforçou uma característica importante de sua biografia: a coragem. Anos mais tarde, sobretudo na sua campanha de reeleição à presidência da República, essa qualidade seria ressaltada através do epíteto “Coração Valente”. A imagem da juventude subversiva de Dilma Rousseff foi evocada em diversas ocasiões por Jeferson Monteiro nas postagens de Dilma Bolada. Em 21 outubro de 2015, por exemplo, a personagem publicou como foto do perfil de sua *fanpage* um desenho sobre o *mugshot*<sup>46</sup> de Dilma Rousseff, feito quando ela foi presa, aos 22 anos. Na mesma data, uma

---

<sup>46</sup>*Mugshot* é uma palavra usada na língua inglesa – sem tradução para o português – para se referir à foto que é tirada na delegacia quando alguém vai preso. A foto é tirada do rosto da pessoa, que segura uma placa com informações sobre seu processo.

publicação da personagem afirma que ela fez uma viagem no tempo, de 1975 a 2015, buscando no passado a coerência para sua atuação política futura. Na ocasião, Dilma Bolada não problematiza a militância estudantil pelo viés de gênero, entretanto, a fase marcou o posicionamento da personagem nas lutas a favor dos direitos das mulheres, temática que passaria a pautar diversas de suas publicações.

#### 4.2 A CARREIRA POLÍTICA INSTITUCIONAL

Dilma Rousseff ingressou no espaço político ainda muito jovem, amadurecendo na militância de resistência à ditadura, mesmo com os limites das organizações políticas, ainda marcadas pela desigualdade de gênero. Ao lado de seu segundo marido, Carlos Franklin Paixão de Araújo, em Porto Alegre, ela se uniu a Leonel Brizola para refundar o Partido Trabalhista Brasileiro (PTB) e, posteriormente, o Partido Democrático Trabalhista (PDT). Em 1985, após apoiar a candidatura de Alceu Collares (PDT) à prefeitura de Porto Alegre, Dilma Rousseff assumiu o comando da Secretaria da Fazenda. Era a primeira mulher no país a comandar as finanças de uma capital.

Entre 1991 e 1993, ela foi presidenta da Fundação de Economia e Estatística do Estado do Rio Grande do Sul, no governo de Alceu Colares. Ainda durante esse governo, foi secretária estadual de Minas, Energia e Comunicação – assumiu a pasta nos 13 meses finais da gestão –, cargo que voltaria a ocupar em 1999 no governo Olívio Dutra, dessa vez, durante toda a gestão. Naquele período, consolidou-se a imagem da Dilma Rousseff boa gestora e especialista, afinal até então sua carreira era marcada por análises e decisões técnicas, com destaque para a área de gás e energia.

Ela estabeleceu, portanto, conexões e relacionamentos importantes dentro do partido político, e consolidou capital político, relativo ao desempenho nos cargos do Executivo municipal e estadual. Antes disso, em 1994, Dilma Rousseff e Carlos Araújo divorciaram-se, depois de 26 anos de união. Um ano após a nomeação como secretária estadual de Minas, Energia e Comunicação, em 2000, Dilma Rousseff desligou-se do PDT e se filiou ao PT. Na campanha presidencial vitoriosa de Luiz Inácio Lula da Silva, em 2002, ela foi responsável pelas propostas do plano de governo para o setor de energia. Eleito presidente, Lula a convidou para assumir o Ministério de Minas e Energia. “Lula tinha se fixado ‘naquela secretária durona do Olívio’ desde os tempos do apagão. Ela parecia ser a pessoa certa para evitar um novo racionamento” (AMARAL, 2011, p. 128). À frente da pasta, a ministra

desenvolveria o programa Luz para Todos, que levaria energia elétrica para 2 milhões de famílias no campo e seria importante para a reeleição de Lula em 2006.

A atuação no Ministério aproximaria Lula e Dilma Rousseff, tornando-a peça chave do governo. Ela já havia conquistado um lugar especial junto ao então presidente em 2005, quando o escândalo de corrupção política<sup>47</sup> relacionado à compra de votos de parlamentares no Congresso Nacional começou a derrubar lideranças do PT. Com a saída do governo do então ministro-chefe da Casa Civil, José Dirceu, acusado de operar o esquema de corrupção, Dilma Rousseff tornou-se a primeira mulher a assumir a chefia da Casa Civil da presidência da República. Era o início do processo de sua ascensão no Palácio do Planalto.

O segundo governo do presidente Luiz Inácio Lula da Silva começou com o lançamento do PAC, que reuniu os grandes projetos de infraestrutura. Dilma Rousseff era a responsável por coordenar e garantir a execução do programa. Em março de 2008, Lula foi ao Rio anunciar obras do PAC das favelas, que incluía ações nas comunidades do Alemão, Mangueiras e Rocinha. No meio do discurso, o presidente chamou a atenção para uma mulher de óculos, sentada na segunda fila, e pediu que ela fosse para a frente do palco.

‘Eu queria agradecer à nossa companheira Dilma Rousseff. A Dilma é uma espécie de mãe do PAC. Ela é a companheira que coordena o PAC. É ela que cuida, que acompanha, que vai cobrar (...) se as obras estão andando’. As menções de Lula à mãe do PAC se repetiram em Mangueiras e na Rocinha (AMARAL, 2011, p. 175-176).

Já era possível perceber o discurso da técnica e da capacidade de gestão que Dilma Rousseff personificava. De fato, seu trabalho na Casa Civil foi focado na gestão técnico-administrativa, gerindo os principais programas do governo. Essa imagem de boa gestora foi uma das características de Dilma Rousseff que primeiro chamou a atenção de Jeferson Monteiro.<sup>48</sup> A ideia de criar o perfil Dilma Bolada nas redes sociais surgiu a partir da admiração do então estudante por Dilma Rousseff.

Eu sempre gostei muito da Dilma. Costumo brincar que eu já gostava dela porque ela era conhecida como a grande pessoa do Governo Lula, na Casa Civil. Eu comecei a acompanhar de longe a movimentação e até brincava que a próxima presidente do Brasil seria uma mulher. O pessoal dizia: você tá doido. [...] Primeiro, [tinha] a questão de ser boa gestora. Segundo, ela ser

---

<sup>47</sup> Entre 2005 e 2006, o escândalo de corrupção política foi objeto de ação movida pelo Ministério Público no STF. Ficou também conhecido como “mensalão” devido ao suposto esquema de pagamentos no valor de R\$ 30 mil que eram feitos mensalmente a deputados para favorecer interesses político-partidários. O caso teve como protagonistas alguns integrantes do governo do então presidente Luiz Inácio Lula da Silva, membros do PT, Popular Socialista (PPS), Trabalhista Brasileiro (PTB), República (PR), Socialista Brasileiro (PSB), Republicano Progressista (PRP), Progressista (PP), e do Movimento Democrático Brasileiro (MDB).

<sup>48</sup> O criador de Dilma Bolada, Jeferson Monteiro, concedeu entrevista à autora em 12 de dezembro de 2015, no Rio de Janeiro.

muito honrada, muito correta. [...] Então, eu sempre a admirei por isso. O PAC, por exemplo, foi muito bem executado. Ou seja, o trabalho dela, além de ter essa postura, de ser uma mulher forte, também teve essa questão de ter sido uma boa gestora durante o tempo que ela chefiou a Casa Civil. (MONTEIRO, dez. 2015. Informação verbal).

Ainda no período em que Dilma Rousseff estava à frente da Casa Civil, começaram a surgir críticas ao seu suposto temperamento difícil, à impaciência e ao seu tom incisivo na cobrança aos ministros. As reclamações chegaram até o presidente Lula que, de modo diplomático, aconselhou sua ministra a ser mais “suave”, mas nunca a desautorizou. Entretanto, o próprio Lula ajudava a reforçar a imagem de “durona” de Dilma Rousseff. Um dia, ele disse a José Sarney que havia autorizado uma obra no interior do Maranhão, mas pediu ao ex-presidente: “Não conte nada pra Dilma. Se ela souber que eu fiz isso pra você, ela me mata” (AMARAL, 2011, p. 166).

No Dia Internacional da Mulher de 2007, mais de três anos antes de o Brasil eleger sua primeira presidenta, Dilma Rousseff disse, em uma entrevista publicada no jornal Folha de S. Paulo, que “a situação das mulheres ainda é muito difícil no século 21”. A então ministra-chefe da Casa Civil do governo Lula brincou com a reputação de mulher dura: “nunca vi ninguém dizer que um homem é duro”. Rousseff ironizava, então, a naturalização do estereótipo dos homens serem duros, o que tornava a característica aceitável a esse gênero, mas não às mulheres.

Tem uma reação básica em relação a uma mulher desempenhando certas funções. É que tem um estereótipo que é exigido da mulher, uma função de subordinação. Uma mulher que, pela sua função tem atividades que implicam mando, ordenar, ter decisões, é vista como uma mulher dura. Cercada de homens meigos. O grande preconceito contra mim é eu ser uma mulher dura cercada de homens meigos, muito meigos (LEITE, 08 mar. 2007).

A mesma questão seria abordada novamente dois anos depois, dessa vez, no jornal *Estado de São Paulo*. Naquela época, Dilma Rousseff já havia sido escolhida pelo presidente Lula como candidata para sucedê-lo. “Em condições de poder, a mulher deixa de ser vista como objeto frágil e isso é imperdoável”, afirmou. ‘Aí começa a história da mulher dura. É verdade: eu sou uma mulher dura cercada de homens meigos’” (In: NOSSA, 10 mar. 2009).

Em abril de 2006, quando as pesquisas indicavam a reeleição de Lula no primeiro turno, o presidente teria sinalizado informalmente o nome de Dilma Rousseff para disputar a sucessão em 2010. Em uma conversa com Olívio Dutra, Lula disse: “Claro que o PT tem nome. O PT tem a Dilma, que você conhece muito bem. E ela ainda tem essa novidade de ser mulher” (AMARAL, 2011, p. 157). Diversas fontes afirmam que o presidente Lula não teria

consultado a então ministra Dilma Rousseff sobre a candidatura dela à presidência da República. Seu intuito era criar um fato consumado (AMARAL, 2011). Ao longo de seu segundo mandato (2007-2010), Lula foi testando o nome de Dilma Rousseff entre os colegas do PT e a mídia.

Não por acaso, desde meados de seu segundo mandato, em 2008, as aparições de Dilma Rousseff ao lado do presidente intensificaram-se. Foi nesse contexto que ele passou a apresentá-la como a “mãe” do PAC, inclusive como forma de testar sua aceitação. Como ela era ainda pouco conhecida da população, pouco a pouco a pré-candidata foi ganhando mais visibilidade. Isso aconteceu através de suas participações em eventos e inaugurações do Governo Federal e de sua ida a programas de rádio e de tevê. Entretanto, a decisão antecipada do presidente pela candidatura da ministra, sem aguardar as prévias do PT, gerou divergências internas no partido, e a legitimidade da candidata foi questionada e combatida em vários momentos, tanto por correligionários quanto pela mídia.

Em diversas notícias, Dilma Rousseff aparecia como um projeto de Lula, sem autonomia ou trajetória política que lhe conferisse o capital necessário para candidatar-se à presidência. Sua escolha como candidata precisava ser justificada e acolhida por diferentes atores do campo político (DANTAS, 2014). Ela chegou a ser questionada sobre sua condição de poste de Lula, no sentido da transferência do capital político do então presidente, que era considerado por 51% dos eleitores<sup>49</sup> o melhor presidente que o país já havia tido. Isso não indica, necessariamente, que essa cobrança baseava-se na questão do gênero, na medida em que outros candidatos sofreram o mesmo tipo de questionamento em eleições anteriores e posteriores.

As críticas, entretanto, não impediram que, em fevereiro de 2010, ela fosse aclamada candidata do PT à disputa presidencial. Em discurso, Dilma Rousseff reforçou o alinhamento com o presidente Lula. Ao escolher Dilma Rousseff para a sucessão presidencial, Lula levava em conta, para além da técnica, a novidade que representava para o eleitorado uma mulher presidente. Esse também foi um fator determinante para a concepção de Dilma Bolada, como explica Jeferson Monteiro:

E também tem o fato dela ser mulher. Eu acho que isso foi muito importante. Eu, de fato, acho que para a sociedade evoluir mais, as mulheres precisam ocupar mais espaços em todos os setores da sociedade. E na vida pública também. Eu acredito que a mulher tem mais sensibilidade. Acho que é uma

---

<sup>49</sup> Pesquisa encomendada pelo PT ao Instituto Síntese, de Belo Horizonte, em julho de 2009, para orientar a estratégia de sucessão do presidente Luiz Inácio Lula da Silva.

coisa cultural. Porque os homens, eles sempre ocuparam os lugares de poder. Eles estão aí há dois mil anos decidindo o que vai acontecer. Nesses dois mil anos, a gente teve cruzadas, a gente teve duas Guerras Mundiais, a gente teve genocídios e genocídios, todos comandados por homens. Então, eu acho que a mulher é o sangue novo que precisa estar para poder oxigenar todas as relações globais. Há uma outra visão, há uma outra postura, há uma certa sensibilidade maior que os homens não têm. Não que isso seja uma qualidade positiva ou um defeito. Não. É apenas um fato que a gente precisa separar e enxergar as coisas como são, porque de fato é facilmente explicável. (MONTEIRO, dez. 2015. Informação verbal).

Abrimos um parêntesis aqui para problematizar, à luz dos estudos de gênero, a consideração de que as mulheres seriam mais sensíveis do que os homens, associada ao essencialismo acerca da natureza da mulher. Miguel e Biroli (2014) explicam que existem diversos estereótipos de gênero desvantajosos para a mulher, sobretudo no campo político. Características e papéis atribuídos a elas, como a dedicação à vida doméstica e ao cuidado com os familiares, colaboraram para que “a domesticidade feminina fosse vista como um traço natural e distintivo, mas também como um valor a partir do qual outros comportamentos seriam caracterizados como desvios. A natureza estaria na base das diferenças hierarquizadas entre os sexos” (MIGUEL E BIROLI, 2014, p. 32).

Não por acaso, o presidente Luiz Inácio Lula da Silva decidiu enfatizar, na candidata à sua sucessão, “essa novidade de ser mulher”. Segundo pesquisa encomendada pelo PT ao Instituto Síntese para guiar as estratégias da sucessão de Lula, 46% dos eleitores achavam que ser mulher “auxiliava a candidatura”, enquanto 12% diziam que “atrapalhava” e 38% afirmaram “ser indiferentes”. É interessante, para nosso estudo, observar o percentual de eleitores que concordava com as afirmações abaixo:

- Mulheres têm mais cuidado e carinho para governar (75% concordam);
- Mulheres são mais honestas que os homens (72%);
- Mulheres têm mais coragem que os homens para combater a corrupção (65%);
- Mulher na presidência tem condições de comandar as Forças Armadas (63%);
- Mulheres têm mais jogo de cintura que homens nas negociações políticas (64%).

Antes daquele momento, outras mulheres já haviam sido candidatas à presidência.<sup>50</sup> A novidade era que tanto Dilma Rousseff quanto Marina Silva, que foi candidata pelo Partido Verde (PV), tinham o peso e o apoio partidário suficientes para a campanha. Ademais, resultados de pesquisas de opinião pública indicavam que o eleitorado enfatizava a

---

<sup>50</sup> Em 1989, a advogada Livia Maria Ledo Pio de Abreu participou da disputa eleitoral pela presidência. Em 1998, foi a vez de Thereza Tigreiros Ruiz. Em 2006, houve duas candidatas entre os concorrentes: Heloísa Helena e Ana Maria Rangel.

honestidade das mulheres à frente da gestão pública, seu cuidado e carinho para governar, além de coragem no combate à corrupção.

Em 2011, no primeiro ano de seu mandato como presidenta da República, a luta contra a corrupção e a honestidade de Dilma Rousseff também seriam enfatizadas. Na ocasião, a presidenta viu sete ministros caírem, seis deles por acusações de corrupção. A forma enérgica como ela lidou com esses episódios fez com que parte da população passasse a vê-la como a grande responsável pela “faxina ética” contra a corrupção. Uma óbvia referência aos afazeres domésticos, os termos faxina ou limpeza ética serão problematizados no próximo capítulo, relacionados à já mencionada imagem de honestidade normalmente atribuída às mulheres. Esse estereótipo da honestidade associado às mulheres foi uma das características mais destacadas nas narrativas de Dilma Bolada no período analisado, como veremos.

A coligação liderada pelo PT, registrada com o nome “Para o Brasil seguir mudando”, inspirava-se nos principais elementos que compuseram a campanha eleitoral da candidata: a garantia de continuidade, a valorização dos projetos sociais empreendidos pelo Governo Federal e a total adesão ao presidente Lula. Em seu discurso na convenção nacional do partido, em 13 de junho de 2010, Dilma Rousseff destacou que as mulheres nasciam com o sentimento de cuidar, amparar e proteger, sendo imbatíveis na defesa dos filhos e da família.

Essa associação entre os papéis de mulher e mãe na política reproduz funções sociais destinadas às mulheres, relacionadas à divisão entre as esferas pública e privada. Ana Alice Costa (2002) explica que as imagens de mulheres na política são construídas a partir de representações femininas na sociedade. Portanto, têm forte ligação com o privado/doméstico, instância historicamente relacionada com as mulheres. Ainda de acordo com essa pesquisadora, a construção de papéis de gênero atinge tal grau de internalização que as próprias mulheres, ao ingressarem na vida pública, “independente do tipo de instância política, reproduzem ou reforçam modelos estereotipados, isto é, padrões de comportamento definidos a partir do gênero” (COSTA, 2002, p. 78). Nesse sentido, quando ingressam na vida pública, as mulheres tenderiam a realizar atividades análogas às que realizavam no âmbito doméstico. Na política, isso equivaleria a pastas como educação, saúde e bem-estar social, ao contrário de segurança e economia, por exemplo. Dilma Rousseff havia assumido pastas usualmente lideradas por homens, mas a associação entre os papéis de mulher e mãe na política não parecia incomodá-la.

Dilma nunca se constrangeu em ser chamada de mãe do PAC e, se tinha alguma dúvida com relação a isso, deixou para trás num café da manhã com

a presidenta do Chile, Michelle Bachelet, em junho de 2009, quando ainda estava na Casa Civil. A presidenta, chamada em seu país de mãe do Chile, disse à ministra para não se envergonhar do título: ‘As pessoas sabem que mãe é quem cuida, e é isso que o povo espera de nós, no Chile ou aqui’ (AMARAL, 2011, p. 242).

No imaginário coletivo, a mulher é vista como a mãe e está diretamente vinculada à honestidade, ao carinho, ao cuidado e à bondade. Uma imagem que não está relacionada à dinâmica masculina do poder. A visão da mulher como essencialmente aquela que cuida, ampara e protege os filhos foi amplamente utilizada na campanha eleitoral de 2010. A estratégia de *marketing* liderada pelo publicitário João Santana incluiu também mudanças estéticas: cirurgias plásticas, substituição de óculos por lentes de contato, mudanças no corte e na cor do cabelo e correções na arcada dentária. Além da questão estética, houve treinamentos em mídia para melhorar o desempenho diante das câmeras e a oratória da candidata.

Ao longo da campanha, a maternidade foi um elemento-chave, balanceado com imagens da candidata em obras, plataformas da Petrobras e reuniões ministeriais. Elas fizeram um contraponto ao tom emocional do discurso materno, como demonstração de força. Nos dois turnos da campanha, foi destacada a proposta de continuidade do governo Lula, associada à imagem de pioneirismo e competência de Dilma Rousseff. Em 31 de outubro de 2010, a candidata petista obteve 55.752.529 votos, 56,05% do total e foi eleita a primeira mulher presidente do Brasil. Nesse mesmo ano, Jeferson Monteiro criou a personagem Dilma Bolada na rede social Twitter e, no ano seguinte, no Facebook, onde sua criação tornou-se mais popular.

Uma das *hashtags* mais populares da personagem, #Dilmãe, a associava à criação fictícia justamente à maternidade. Em uma das publicações feitas na *fanpage*, o então ministro de Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, Fernando Pimentel, apresenta a Dilma Bolada a versão da canção “Faroeste Caboclo” que ele mesmo havia feito em homenagem à presidenta fictícia. No momento em que recebe a ligação do ministro, a personagem estava assistindo ao então recém-lançado filme *Faroeste Caboclo*, o que também mostra que ela acompanha os lançamentos do cinema nacional. Dilma Bolada avalia a letra como tão maravilhosa como ela. A paródia musical é acompanhada por *hashtags* como #Dilmãe; #DilmeteCabocla e #LegiãoDilmais – em alusão à canção e ao filme mencionado, além de #MasAmanhãQueroOsRelatóriosProntos e #MarcelaCadêMinhaPipocaVocêFoiPlantarOMilho? Essas duas últimas *hashtags* não condizem com o clima de proteção materna alardeado na música. A exigência dos relatórios direcionada ao ministro e o tom de cobrança à Marcela Temer por sua suposta lentidão na



execução das tarefas domésticas funcionam como um contraponto que aproxima a personagem do alegado temperamento incisivo da presidenta Dilma Rousseff, ao mesmo tempo em que são um elemento de humor. A última *hashtag* indica uma tensão entre Dilma Bolada e Marcela Temer, que será analisada no próximo capítulo.

E Dilma com toda sua estratégia 🎵  
 Virou a grande Mãe da Nação  
 Dilma Rousseff sem fronteiras, Presidenta,  
 Acabando com a miséria com espírito protetor 🎵  
 [...]  
 E Dilma conseguiu o que o Brasil queria  
 Quando veio pra Brasília com o Lula ter 🎵  
 Ela queria era trabalhar com o presidente  
 Mas se tornou mãe desse povo  
 E ajudou toda essa gente que vai venceeeeeer! 🎵  
 (MONTEIRO, 7 jun. 2013. Dilma Bolada)

O cenário político oscilou de maneira significativa ao longo do primeiro mandato de Dilma Rousseff. Com popularidade alta e apoio da opinião pública, sobretudo nos primeiros dois anos de gestão, ela alcançou diversas vezes avaliação pessoal positiva de 70%. Entre os anos de 2011 e 2012, a aprovação do governo nunca foi inferior a 48% de ótimo ou bom. Em junho de 2012, a aprovação da maneira de governar da presidenta atingiu o maior patamar da história, superando seu antecessor mais popular, de acordo com dados da Confederação Nacional da Indústria (CNI) e Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (Ibope). Dilma Rousseff alcançou os 77%, enquanto o maior nível atingido por Lula foi de 75% em junho de 2004. Já o ex-presidente Fernando Henrique Cardoso conseguiu 54% em maio de 1996. Em seu governo, o Brasil conseguiu sair do Mapa da Fome das Nações Unidas e promoveu um dos maiores programas de inclusão da história, tendo retirado 15 milhões de pessoas da situação de miséria absoluta, graças aos programas sociais, como o Bolsa Família, iniciado no governo do presidente Lula.

A popularidade da presidenta começa a cair com as manifestações de junho de 2013, que tiveram início em São Paulo e ganharam as ruas de todo o país, com a participação de milhares de pessoas. O movimento histórico, que havia começado com a luta pela redução da tarifa da passagem de ônibus, teve ampliada a sua pauta para o combate à corrupção e o clamor pela reforma política, além de melhorias nas áreas de saúde, educação e segurança.

Estava anunciado o desejo, por parte dos manifestantes, de reformas mais radicalmente democráticas. As mobilizações revelavam também a redução do contato do PT com as forças populares que ele, por mais de 30 anos, quis representar e soube integrar.

A crise política representada pelas Jornadas de Junho, com suas demandas sociais não respondidas pelo governo, pode ser somada a outro importante fator: uma importante onda de baixa dos juros bancários brasileiros, promovida pelo governo, chegou ao seu ponto mais baixo em novembro de 2012. Como consequência, disparou o discurso e a organização social de interesses contra a política governista.

De um lado, o capital local se afastava do projeto, começava a criticá-lo duramente no espaço da mídia pública, e passava a buscar nova alternativa de interesse ao poder petista, sustentando concretamente o movimento da forte oposição que quase venceria a eleição de 2014. De outro, movimentos sociais à esquerda escancaravam a distância que o partido mantinha da vida real das mazelas brasileiras, propunham políticas de cunho social mais fortes e encenavam a política independente, de ação direta, como perda de influência do governo sobre as suas próprias bases tradicionais (AB’SÁBER, 2015, p. 34 e 35).

No mesmo ano das Jornadas de Junho, a popularidade da presidenta caiu de 55% para 31% de ótimo ou bom. O pesquisador e professor de Ciência Política Jessé Souza (2016), explica que, a partir de junho de 2013, a mídia passou a se associar às instituições do aparelho jurídico-policial “no processo de deslegitimar o governo eleito. Palavras de ordem como ‘Muda Brasil’, como forma cifrada de invocar a verdadeira bandeira – ‘Muda (de governo) Brasil’ – passaram a dominar o imaginário das manifestações” (SOUZA, 2016, p. 94).

Enquanto isso, o cenário em 2013 era diferente para Dilma Bolada. Ao mesmo tempo em que o governo Dilma Rousseff começava a ser criticado, crescia o interesse pela personagem humorística inspirada na presidenta. Naquele ano, a criação de Jeferson Monteiro venceu pelo segundo ano consecutivo o Prêmio Shorty Awards, na categoria Melhor uso das redes sociais no Brasil. No anterior, havia sido premiada como Melhor Perfil *Fake* do Mundo.

#### 4.3 UMA MULHER FORA DE LUGAR

A imagem de uma mulher de temperamento difícil, muito incisiva e sem jogo de cintura, incapaz de estabelecer o diálogo político já acompanhava as narrativas sobre Dilma Rousseff desde o primeiro mandato, e mesmo nos tempos de ministra, conforme já destacamos. A queda de popularidade iniciada com as manifestações de junho de 2013 intensificou o tom das críticas à presidenta. Durante a acirrada disputa presidencial de 2014,

já era possível perceber o conteúdo machista e sexista que se agravaria durante o seu segundo mandato à frente da Presidência da República e o processo de *impeachment*.

Há um contexto social e político amplo diretamente relacionado às forças econômicas, políticas, sociais e midiáticas que se uniram pelo afastamento de Dilma Rousseff. Ele envolve questões complexas que vão desde o combate das elites e classes médias ao projeto político que estava em jogo – implantado desde o governo Lula – até o enfrentamento empreendido pela presidenta Dilma Rousseff ao capital financeiro, representado pelos bancos. Há uma série de estudos e análises sobre essa temática.<sup>51</sup> Nosso interesse central, entretanto, é perceber e analisar as questões de gênero envolvidas nesse importante capítulo da história política do Brasil, que usualmente não são observadas ou são silenciadas, inclusive pelo fato de apenas mais recentemente as mulheres terem passado a ocupar posições de poder.

Durante esse processo, considerado por Dilma Rousseff e por diversos setores da sociedade um golpe parlamentar, devido à falta de comprovação do crime de responsabilidade fiscal do qual Dilma Rousseff foi acusada, a grande mídia tratou de pintar um quadro de desequilíbrio da presidenta, ainda que para esse fim utilizasse de expedientes como uso de fotos antigas para ilustrar o que seriam atitudes de 2016 e acusações feitas por fontes não creditadas, o que inviabilizava qualquer confirmação.

É o caso da matéria “As explosões nervosas da presidente”, que estampou a capa da revista *IstoÉ* em 1º de abril de 2016<sup>52</sup>. O texto afirmava: “Em surtos de descontrole com a iminência de seu afastamento e completamente fora de si, Dilma quebra móveis dentro do Palácio, grita com subordinados, xinga autoridades, ataca poderes constituídos e perde (também) as condições emocionais” (PARDELLAS e BERGAMASCO, 01 abr. 2016). De acordo com o jornalista Rodrigo de Almeida, que integrou a equipe da assessoria de comunicação da presidenta:

Resultava numa peça não só machista e preconceituosa como também injusta: impressionava a quem trabalhava perto da presidente o modo como ela reagia à crise. Até os últimos instantes do seu governo, Dilma trabalhou incansavelmente. Em muitos momentos, mostrou-se mais serena e centrada. Seus momentos de fúria com ministros e assessores não eram nada diferentes do que sempre ocorrera no Palácio em cinco anos de comando. (ALMEIDA, 2016, p. 196)

Coletivos feministas como o ThinkOlga publicaram textos de repúdio contra a matéria e acusaram a revista de praticar violência emocional, baseada na manipulação psicológica.

<sup>51</sup> Ver SINGER, André... [et al]. JINKINGS, DORIA e CLETO. **Por que gritamos golpe?: para entender o impeachment e a crise política no Brasil**. São Paulo: Boitempo, 2016.

<sup>52</sup> Disponível em [https://istoe.com.br/edicao/894\\_AS+EXPLOSOES+NERVOSAS+DA+PRESIDENTE/](https://istoe.com.br/edicao/894_AS+EXPLOSOES+NERVOSAS+DA+PRESIDENTE/)

Esse tipo de violência, chamado de *GasLighting*, leva a mulher e todos ao seu redor a acharem que ela enlouqueceu ou é incapaz. No dia seguinte à publicação da revista, Dilma Bolada publicou a sua versão da matéria: IstoÉ Machismo (Figura 11), com a chamada de capa “Os apelos misóginos da Revista IstoÉ”. Na *fanpage* da personagem, o texto da matéria da revista da Editora Três “Em surtos de descontrole com a iminência de seu afastamento e completamente fora de si, Dilma quebra móveis dentro do Palácio, grita com subordinados, xinga autoridades, ataca poderes constituídos e perde (também) as condições emocionais” (BERGAMASCO e PARDELLAS, 01 abr. 2016), foi substituído por:

Em surtos de descontrole, com a iminência das lutas pela democracia e completamente fora de si, a revista IstoÉ rompe com os limites do jornalismo ético e, por falta de credibilidade, assume como pauta editorial o machismo para atacar a primeira presidenta do Brasil, perdendo também as condições de divulgar informação qualificada e se diferenciar do golpismo midiático do país (MONTEIRO. Dilma Bolada, 02 abr. 2016).

Na postagem, Dilma Bolada escreve, com letras maiúsculas: “Machistas, golpistas, não passarão! Não vai ter golpe! Vai ter luta!”. No código de linguagem compartilhado pelos usuários da internet e das redes sociais, o uso de letras maiúsculas representa o ato de gritar. A personagem responde à cobertura midiática machista com uma crítica incisiva ao sexismo e à falta de ética do jornalismo da publicação semanal.

**Figura 11** – À esquerda, capa da revista *IstoÉ* (1 de abril de 2016). À direita, montagem publicada na *fanpage* Dilma Bolada (2 de abril de 2016)



**Fonte:** reprodução da capa da revista *Isto é* (à esquerda). Reprodução da postagem de Dilma Bolada (à direita).

Além da cobertura jornalística tendenciosa, diversas imagens de cunho machista, várias delas com ofensas sexuais, circularam na internet e foram compartilhadas nas redes sociais. Esse tipo de ofensa também foi reproduzida nas manifestações a favor do *impeachment*, através de *slogans* e cartazes, como mostramos nas próximas imagens, com violentas agressões sexuais e fortalecimento de estereótipos de gênero que diminuam a condição de mulher ou a apresentavam a partir de um viés pejorativo, a exemplo de vaca, vadia ou quenga, ou ainda a alegação de que se trata de uma mulher solitária e histérica. A solução, segundo essa visão estereotipada, seria a presidenta arrumar um namorado.

**Figura 12** – Agressões sexuais e palavrões nos atos pelo *impeachment*



Fonte: Cleriton Freire.<sup>53</sup>

**Figura 13** – Agressões sexuais e palavrões nos atos pelo *impeachment*



Fonte: Marcelo Sant'Anna.<sup>54</sup>

<sup>53</sup> Disponível em: <http://jornalinforme.com.br/cacador/index.php/editorias/cotidiano/item/1248-orgao-repudia-cartaz-de-protesto-e-acusa-manifestantes-de-machismo>. Foto: Cleriton Freire.

<sup>54</sup> Disponível em: <https://www.terra.com.br/noticias/brasil/manifestantes-anti-pt-que-tal-abolir-as-ofensas-machistas,bc1a627142a9c410VgnVCM20000099ceeb0aRCRD.html>. Foto: Marcelo Sant'Anna.

**Figura 14** – Agressões sexuais e palavrões nos atos pelo *impeachment*



**Fonte:** reprodução do *site* Sensacionalista.<sup>55</sup>

Em diversas narrativas, Dilma Rousseff era mostrada como uma mulher fora de lugar, o que remete ao estranhamento ainda hoje provocado por uma mulher quando ocupa um espaço de poder. A presidenta também teve sua imagem associada à incompetência, o que era enfatizado nas críticas proferidas contra seus discursos públicos. Parte significativa da grande mídia a classificava como uma oradora ruim, desprovida de clareza na argumentação e de atributos necessários ao cargo que ocupava.

Consideramos importante observar a relação constrangedora entre a voz das mulheres e a esfera pública de discursos, debates e comentários – política em seu sentido mais amplo, desde a Grécia antiga até a contemporaneidade. O dramaturgo grego Aristófanes, considerado o maior representante da comédia antiga, dedicou uma peça inteira à “hilariante” fantasia de que as mulheres deveriam assumir o controle do Estado. Parte do aspecto risível era que as mulheres não sabiam falar adequadamente em público, afinal eram consideradas incapazes de adaptar sua linguagem pessoal – a que utilizavam no ambiente doméstico – ao linguajar da política masculina.

Uma série de mitos do mundo clássico e religioso (JAMIESON, 1995; BEARD, 2018) narra situações em que as mulheres foram silenciadas por diversas razões, seja porque pretendiam denunciar a violência que haviam sofrido – algumas tiveram a língua cortada – ou porque eram consideradas muito estridentes. O fato é que suas vozes eram inadequadas ao discurso público, o que não era exatamente uma surpresa em uma esfera política em que a mulher não tinha participação alguma: nenhum direito de voto, ou independência legal e

<sup>55</sup> Disponível em: <https://www.sensacionalista.com.br/2016/03/13/os-12-cartazes-mais-sem-nocao-das-manifestacoes-deste-domingo/>



econômica. Entretanto, essa “mudez” não reflete apenas o esvaziamento do poder feminino no mundo clássico.

[...] o discurso público e a oratória não eram apenas coisas que as mulheres antigas não faziam: eram práticas e habilidades que definiam a masculinidade como gênero. [...] Discursar publicamente era uma – se não a – característica que definia a masculinidade. (BEARD, 2018, p. 28).

Até onde é possível recuar na história ocidental, há uma separação radical – real, cultural e imaginária – entre as mulheres e o poder (BEARD, 2018). E essa separação está diretamente relacionada à fala em público. Como, historicamente, a política é um espaço destinado aos homens, a própria presença da mulher nesse espaço representa uma quebra do paradigma dominante. Essa questão remete à divisão histórica entre as esferas pública e privada, na qual a primeira estaria baseada na razão e na impessoalidade, e a segunda, abrigaria as relações íntimas e pessoais (MIGUEL e BIROLI, 2014).

Um pensamento que remonta ao mundo clássico, quando, na vida real, as mulheres não tinham direitos políticos formais e dispunham de pouquíssima independência econômica ou social. As mulheres respeitáveis raramente eram vistas fora de casa. Havia exemplos de mulheres no poder, entretanto, em especial no drama grego. Mas, como explica Beard, na maioria das vezes elas eram retratadas mais como agressoras do que como poderosas.

Elas o tomam (o poder) sem legitimidade, de formas que levam ao caos, à ruptura do Estado, à morte e à destruição. São monstros híbridos que de modo algum são mulheres, no sentido grego. E a lógica inabalável de suas histórias é que devem ser desautorizadas e postas de volta em seus lugares. De fato, são as inquestionáveis trapalhadas feitas pelas mulheres com o poder do mito grego que justificam a exclusão delas desse âmbito na vida real e justificam o papel do homem (BEARD, 2018, p.67).

Essa ideologia pode ser exemplificada com Clitemnestra, anti-heroína de um dos mais antigos dramas gregos que chegaram aos nossos dias, o *Agamenon*, de Ésquilo. Na peça, ela se torna a governante da cidade enquanto o marido está fora e, na ocasião, deixa de ser mulher. Masculinizada, ela é descrita como alguém de “objetivos viris” e que “pensa como um homem”. Como era de se esperar, o poder ilegitimamente tomado por Clitemnestra é usado para fins destrutivos e a ordem só é retomada quando seus filhos conspiram para matá-la (BEARD, 2018).

A associação de características masculinas à mulher na política não ficou restrita ao mundo antigo. No contexto da efervescência cultural dos anos 1960, o cineasta Glauber Rocha retira a feminilidade da ativista política Sara, personagem do clássico *Terra em Transe*, ao afirmar que “ela fala feito homem”. A análise é feita pela pesquisadora Linda Rubim

(1999) em sua tese de doutorado *O feminino no cinema de Glauber Rocha. Diálogo de Paixões*. “Enquanto mulher, Sara é estranha, é o outro que deve ser eliminado” (RUBIM, 1999, p. 272). Sua contraposição é a personagem Silvia. Ao tempo em que Sara “é vista com o rosto lavado, tenso, roupas escuras e clássicas, sempre escrevendo ou falando, investida da militância política, Silvia está sempre envolta por longos vestidos finos, anda com elegância e leveza, como se deslizesse em nuvens” (RUBIM, 1999, p. 273). À voz de Sara, contrapõe-se o silêncio de Silvia, uma personagem em consonância com a esfera privada e que não tem sequer uma única fala durante todo o filme. Historicamente silenciadas, as mulheres que ousaram levantar a voz foram classificadas – e, por vezes, penalizadas – como hereges, históricas, vadias, bruxas ou masculinas (JAMIESON, 1995, p.84).

São narrativas que elaboram o estranhamento diante da mulher na política. A pesquisadora britânica Mary Beard (2018) afirma que as mulheres ainda são vistas como ocupando um lugar fora do poder. Ela cita metáforas habituais para se referir ao acesso feminino ao poder – como “batendo na porta” e “quebrando as barreiras”, por exemplo – que sublinham a exterioridade feminina. Nesse contexto, a presença feminina nessa esfera de poder é considerada tão inapropriada que é como se a mulher deixasse de ser parte desse gênero. Ela se masculiniza, torna-se um ser andrógino. Kathleen Jamieson (1995) descreve que durante o movimento sufragista em fins do século XIX e início do século XX, opositores aos direitos das mulheres distorciam o discurso de sua luta por igualdade, afirmando que as militantes não queriam os mesmos direitos que os homens; ao contrário, queriam tornar-se homens (p.104). Em consonância com essa visão, diversas charges daquele período representam as sufragistas como mulheres masculinizadas e “sexualmente invertidas”. Conforme problematizamos no capítulo 2, o humor foi usado para reproduzir e fortalecer estereótipos machistas.

Como, historicamente, as características femininas não estavam associadas ao desempenho de funções dentro do campo político, muitas mulheres adotaram o referencial masculino de liderança. Dessa forma, passaram a seguir uma norma e modelo impostos. Nesse sentido, a fala em público é considerada pela professora Zilda de Oliveira Freitas (2002) uma intromissão agressiva no universo masculino ou uma masculinização de seu comportamento social.

Assim, a mulher vê-se diante de um impasse: utilizar o discurso masculino é pôr em risco sua feminilidade. Não utilizá-lo é expor-se ao ridículo, ao falar em público. A maioria das mulheres optam pela ambiguidade na sua atitude pública, mantendo um pouco daqueles traços da cultura feminina. (FREITAS, 2002, p. 118)



De acordo com Bourdieu (2010), ser “feminina” é evitar todas as propriedades e práticas que possam funcionar como sinais de virilidade. “[...] e dizer de uma mulher de poder que ela é ‘muito feminina’ não é mais que um modo particularmente sutil de negar-lhe qualquer direito a este atributo caracteristicamente masculino que é o poder” (BOURDIEU, 2010, p. 118). Parece-nos significativa, portanto, a desqualificação da fala da presidenta Dilma Rousseff, bem como sua relação com os estereótipos de gênero e com a caracterização da mulher como inadequada às esferas de poder. A origem desse estranhamento entre Dilma Rousseff e seus pares políticos está relacionada ao fato dela ocupar sistematicamente lugares de poder que não eram considerados apropriados a uma mulher. Cabe destacar que, desde os tempos de ministra, ela apontava a existência de tensões de gênero. Posteriormente, no período do processo de *impeachment*, as desavenças ganhariam uma visibilidade ainda maior.

#### 4.3.1 Estereótipos e tensões de gênero no processo de *impeachment*

Um misto de preconceito, ressentimento e raiva contra a mulher que ousou ocupar um espaço tradicionalmente destinado aos homens deu o tom dos nove meses que seguiram após o então presidente da Câmara dos Deputados, Eduardo Cunha, aceitar a abertura do processo de *impeachment* por sob a pretensa acusação das “pedaladas fiscais”, em 2 de dezembro de 2015.

Tais palavras de ordem (‘Fora Dilma’) eram de fato a tradução do ressentimento dos políticos representantes das tradicionais classes dominantes do Brasil, que tinham perdido o poder e de classes médias cada vez mais reativas a possibilidade de um país menos desigual. Inflamados por uma mídia, absolutamente descompromissada com a imparcialidade da informação.

Ao som das panelas, um artefato simbólico, enquanto estigma, na vida das mulheres, o *impeachment* em 2016, durante o segundo mandato de Rousseff, deu um fim melancólico à passagem da primeira mulher pela presidência da República brasileira (RUBIM e ARGOLO, 2018, p.11-12).

Alguns momentos do processo de *impeachment* foram emblemáticos ao revelar explicitamente tensões de gênero. A nomeação de um ministério sem a presença de mulheres por Michel Temer<sup>56</sup> e a votação pela aprovação do *impeachment* no Plenário da Câmara de Deputados – como veremos de maneira mais aprofundada no Capítulo 4 – por uma bancada

---

<sup>56</sup> Em 12 de maio de 2016, o então presidente interino nomeou 24 ministros. Não houve nenhuma representatividade para mulheres, negros, indígenas ou movimentos sociais. Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/politica/ministerio-masculino-e-retrocesso-na-luta-por-direitos-das-mulheres>

composta por 90% de homens e apenas 10% de mulheres são sinais de que é preciso enxergar o viés de gênero na análise do processo que retirou do cargo a presidenta eleita.

Evocamos aqui alguns dos conceitos analisados ao longo dos capítulos para explicitar a origem das tensões de gênero que se aprofundaram durante o processo de *impeachment* de Dilma Rousseff. Essas tensões estão diretamente associadas aos estereótipos de gênero, que são construtos sociais que estabelecem modelos de comportamento para homens e mulheres em uma dada cultura. Como esses padrões não raro baseiam-se em diferenças biológicas segundo a separação entre esfera pública e privada, a mulher é normalmente associada às atividades domésticas e características a ela relacionadas, como o cuidado e o carinho.

É interessante observar que a palavra estereótipo (do grego *stereós*, sólido + *typos*, tipo, uma espécie de molde sólido, imutável) refere-se a um tipo de impressão onde moldes recortados eram usados para reproduzir duplicatas de placas metálicas que permitiam a impressão em massa de livros e jornais. Sua utilização nas ciências sociais deve-se ao jornalista estadunidense Walter Lippmann, que usou o termo em seu livro *Opinião pública*, publicado em 1922, para descrever a simplificação que fazemos do mundo e das pessoas para facilitar a nossa compreensão. Não por acaso, as narrativas sobre o processo de afastamento de Dilma Rousseff, permeadas pela reprodução de estereótipos, mobilizaram de forma apaixonada e polarizada a opinião pública.

A associação de mulheres em posições de liderança com estereótipos tradicionalmente associados à masculinidade ou à feminilidade é frequente. Não raro, esse mecanismo impacta em sua imagem pública e gera uma recorrente tensão. Kathleen Jamieson (1995) define esse mecanismo como *double bind* ou dupla dificuldade. Essa dupla vinculação nunca é totalmente positiva para a mulher. Quando adotam características muito femininas, as mulheres são consideradas inapropriadas para as posições de poder, porque a liderança é codificada a partir de atributos masculinos. Por outro lado, quando têm comportamento associado a traços considerados socialmente masculinos, são criticadas por serem pouco femininas.

Segundo Jamieson (1995), se uma mulher em um cargo de poder for dura, ela é considerada desagradável e má. Todavia, se ela agir de forma diversa, pode ser avaliada como muito emotiva, portadora de uma racionalidade frágil, sem consistência, pouco preparada para assumir posições de liderança e, portanto, não competente para ocupar um lugar de poder. Enquanto os homens são vistos pela opinião pública como determinados quando adotam posturas mais firmes, as mulheres são descritas como “agressivas e difíceis”. Para a mulher na política, é praticamente impossível satisfazer esse complexo conjunto de expectativas. Assim, as mulheres são penalizadas duplamente, tanto por parecerem muito masculinas, como por

não corresponderem ao modelo de liderança conhecido, que é masculino. A assertividade é valorizada nos homens, mas não nas mulheres. Sentir o peso do preconceito trazido por essa tensão de gênero pode levar as mulheres a uma reação de defesa em forma de afetação ou autoridade exageradas. De acordo com Jamieson, o resultado dessa tensão é que as mulheres na política dificilmente são consideradas competentes.

Nichole Bauer (2013) explica que existem dois processos distintos: a ativação e a aplicação dos estereótipos de gênero. Dessa forma, a ativação é o alcance ou a forma na qual esses atributos estão acessíveis na mente de alguém. Já sua aplicação acontece quando uma pessoa usa esses atributos para julgar um membro de um grupo estereotipado. Ou seja, os estereótipos não poderiam ser usados ou aplicados se não tiverem sido previamente ativados.

Apontamos dois fatores importantes para essa visão estereotipada usados contra Dilma Rousseff: primeiro, a reiteração de imagens em que ela era identificada como rude e autoritária ao longo dos anos; em segundo lugar, as experiências negativas que aqueles mesmos deputados tiveram ao serem criticados previamente pela presidenta. Uma das motivações para a aplicação de estereótipos, atesta a pesquisadora, acontece justamente quando uma mulher se comporta de “maneira desagradável”. “Stereotypes are then used to evaluate the woman in light of her disagreeable behavior<sup>57</sup>” (BAUER, 2013, p. 30). Em muitos casos, o tratamento à presidenta era grosseiro e baixo, penalizando-a por ser mulher, e com visível desrespeito ao seu cargo.

Diante dos estereótipos tradicionalmente associados às mulheres, configura-se como um ato de ousadia a presença de uma mulher no cargo máximo do Executivo do país. Dilma Rousseff era criticada por não corresponder à expectativa de ser meiga, doce, recatada e amigável. A imagem pública construída e reiterada midiaticamente sobre a presidenta enfatizava, em diversos momentos, características que não eram consideradas socialmente esperadas das mulheres. Ela era reprovada por ser muito dura, não ter jogo de cintura, não saber negociar e mesmo por não ceder às tramas necessárias da velha forma de fazer política.

E mulher, amigos, quando bate de frente, merece ouvir certas coisas, diz a cultura popular. Mas como chamar uma presidenta de certos nomes seria quebra de decoro – apesar disso ser feito intensamente pela população – usa-se o querida. Esse querida pode ser trocado por vadia, vagabunda, piranha, puta, louca, histérica, maníaca e mais diversos outros adjetivos que normalmente são usados apenas quando se referem a mulheres (PATROCÍNIO, 18 abr. 2016).<sup>58</sup>

---

<sup>57</sup> Os estereótipos são, então, utilizados para avaliar uma mulher à luz de seu comportamento desagradável. (tradução nossa).

<sup>58</sup> Disponível em: <https://medium.com/polemiquinhas-com-a-carol-patrocinio/o-que-est%C3%A1-portal-do-tchau-querida-dos-deputados-pr%C3%B3-impeachment-90647f7b02c2>. Acessado em 10 de jun de 2018.

Os sentidos dessa afronta a padrões socialmente estabelecidos podem ser ampliados para o significado da família tradicional. Ao ser presidenta, essa mulher deixa de cumprir o papel socialmente esperado dela na esfera privada e pode influenciar outras mulheres a fazerem o mesmo. As agressões e intimidações, portanto, referem-se a todas as mulheres. Para manter essa ordem estabelecida, há perpetuações e reforço de estereótipos em diversos espaços de poder da sociedade: na sociedade civil, nos partidos políticos, na mídia.

#### 4.3.2 Violência contra a mulher na política

Pensamos ser apropriada a discussão do processo de *impeachment* da presidenta Dilma Rousseff levando em consideração o conceito de violência contra as mulheres na política. Esse tipo de violência tem como alvo não apenas as mulheres que tentam ocupar ou conquistam cargos políticos, mas busca, sobretudo, enviar uma mensagem de intimidação a todas as mulheres de que a esfera política não é um espaço a elas destinado. Quando as mulheres entram na vida pública, sua presença representa um desafio para as crenças e práticas reinantes que lembram que a política é um domínio masculino. Atos de violência contra as mulheres na política buscam manter ou retornar à tradicional divisão de poder e obrigam as mulheres a deixar a esfera pública.

[...] el acoso político o la violencia política se constituye en un delito contra las mujeres, es una acción ilícita por la cual una o varias personas en ejercicio del poder público presionan, persiguen, hostigan y amenazan o otra con la finalidad de apropiarse de su poder o inducirla a tomar decisiones en contra de su voluntad y de sus principios ético políticos.<sup>59</sup> (MACHICAO BARBERY, 2011, p. 4)

A Lei Modelo Interamericana<sup>60</sup> para prevenir, sancionar e erradicar a violência contra as mulheres na vida política define esse tipo de violência como qualquer ação, conduta ou omissão, realizada de forma direta ou através de terceiros, que baseada em seu gênero, cause dano ou sofrimento a uma ou várias mulheres, e que tenha por objetivo ou como resultado

<sup>59</sup> O assédio político ou violência política constitui um crime contra as mulheres, é uma ação ilícita pela qual uma ou várias pessoas no exercício do poder público pressionam, perseguem, assediam e ameaçam ou outra a fim de se apropriar de seu poder ou induzi-la a tomar decisões contra sua vontade e seus princípios éticos e políticos. (Tradução nossa).

<sup>60</sup> Em abril de 2018, a partir de uma série de discussões através do Mecanismo de Seguimento da Convenção de Belém do Pará (MESECVI) e inspirada na pioneira legislação boliviana sobre o tema, a Comissão Inter-Americana de Mulheres (CIM) da OEA lançou a Lei Modelo Interamericana sobre Violência contra as Mulheres na Vida Política. O documento tem como objetivo prevenir e erradicar a violência contra as mulheres na política, a fim de assegurar que exerçam plenamente seus direitos políticos e participem de forma paritária e em condições de igualdade em todos os espaços e funções da vida política e pública, particularmente nos cargos de governo. A lei está disponível no *site* da OEA: <http://www.oas.org/es/mesecvi/docs/LeyModeloViolenciaPolitica-ES.pdf>. Acessado em 28 mai. 2018.

diminuir ou anular o reconhecimento, gozo ou exercício de seus direitos políticos. Ela tem como objetivo assegurar que as mulheres exerçam plenamente seus direitos políticos e participem de forma paritária e em condições de igualdade em todos os espaços e funções da vida política e pública, particularmente nos cargos de governo.

O direito das mulheres a uma vida política livre de violência inclui, segundo a lei, o direito a ser livre de toda forma de discriminação no exercício de seus direitos políticos e “El derecho a vivir libre de patrones estereotipados de comportamiento y de prácticas políticas, sociales y culturales basadas en conceptos de inferioridad o subordinación”<sup>61</sup> (COMISSIÓN INTERAMERICANA DE MUJERES, 2018, p.26).

Krook (2017) explica que a maior parte das definições de violência contra a mulher relaciona-se com os seguintes problemas: 1) atos agressivos em grande parte ou exclusivamente em mulheres na política; 2) com o objetivo de dissuadir sua participação, a fim de preservar os papéis tradicionais de gênero e enfraquecer instituições democráticas. Vale destacar que a compreensão da violência não está limitada a manifestações físicas, embora palavras como “assédio”, “intimidação”, “abuso” e “discriminação” possam ser usadas em conjunto com a violência para chamar a atenção para os atos não físicos de resistência à participação das mulheres. Pesquisadores e ativistas tendem a usar a violência nesse contexto como um conceito abrangente que inclui todas essas possibilidades, bem como atos de coerção física.

Krook e Sanín (2016) afirmam que, quando as mulheres são atacadas simplesmente por sua visão política, não se trata necessariamente de violência contra a mulher na política. Ela surge quando seus adversários baseiam-se em imagens ou estereótipos de gênero para atacar oponentes do sexo feminino, sugerindo que as mulheres, por si só, não pertencem ao campo político. Esse tipo de ataque tem um impacto poderoso, porque não é direcionado apenas para uma mulher. Procura intimidar outras mulheres políticas, detém aquelas que consideravam vir a ter uma carreira política e comunica para a sociedade que esse é um papel que as mulheres não devem desempenhar.

Essas autoras defendem, ainda, que esse tipo de violência se aproxima dos crimes de ódio, ao usar mecanismos de poder e opressão contra pessoas de uma identidade particular para reafirmar hierarquias.

In the name of traditional gender norms, relatives and party colleagues may sabotage women’s political campaigns; feminist activists may become targets of online bullying, ridicule, and rape or murder threats from often-

---

<sup>61</sup> O direito de viver livre de padrões estereotipados de comportamento e práticas políticas, sociais e culturais baseadas em conceitos de inferioridade ou subordinação. (Tradução nossa).

anonymous sources; and female citizens may be barred from voting or coerced to vote in a particular way by religious or traditional leaders or their own husbands. These dynamics of intimidation and harassment are often intertwined with threats and acts of physical violence up to and including murder. Restricting the participation of women *as women* in these ways is meant to send a broader and unambiguous message that women *as a group* should have no part in political life<sup>62</sup> (KROOK, 2017, p.75, grifos do autor).

Além do objetivo de dissuadir as mulheres da participação política, este tipo de prática ameaça as mulheres em qualquer espaço, tanto público como privado; não vem apenas de grupos de oposição, mas também de membros do mesmo partido e é comum em torno da campanha eleitoral, mas também após as representantes tomarem posse (MINETTO, 2017). Biroli (2016) acrescenta que se trata de uma tática não apenas para combater a participação política das mulheres como candidatas e em cargos eletivos, mas também para deter o ativismo feminista, em especial, em suas lutas contra o Estado para redefinir políticas referentes às mulheres e para bloquear mudanças em curso nos padrões de gênero diretamente conectadas com transformações na posição relativa das mulheres na esfera pública.

Podemos encontrar alguns indícios para as razões desse tipo de violência e a forma que ocorre na já mencionada diferença entre esfera pública e privada (PATEMAN, 1993; KROOK and SANÍN, 2016). Os atos de violência contra as mulheres na política procuram restabelecer essa divisão tradicional obrigando as mulheres a abandonar a esfera pública ou a realçar as suas obrigações no âmbito privado. Os corpos das mulheres – ligados aos papéis sociais estereotipados – tornam-se um foco central da violência. Nesse sentido, Biroli (2016) defende, ao analisar a gestão de Dilma Rousseff à luz do conceito de violência contra a mulher na política, que o maior acesso das mulheres e organizações feministas às estruturas do governo federal, associado à eleição da primeira mulher presidenta do Brasil e à divulgação do feminismo, ativaram uma reação conservadora contra a equidade de gênero. Essa reação expressa-se através da violência política contra mulheres em particular e, mais frequentemente, contra mulheres feministas.

Krook (2017) caracteriza cinco formas de violência contra mulheres politicamente ativas: *física, sexual, psicológica, econômica e simbólica*. Apesar de se apresentarem em diferentes formatos, essas podem ser consideradas parte do mesmo campo, já que têm a

---

<sup>62</sup> Em nome das normas tradicionais de gênero, parentes e colegas do partido podem sabotar as campanhas políticas das mulheres; ativistas feministas podem tornar-se alvos de ameaças *on-line*, ser ridicularizadas e sofrer ameaças de estupro ou assassinato frequentemente anônimas; e as cidadãs podem ser impedidas de votar ou coagidas a votar de maneira particular por líderes religiosos ou tradicionais ou seus próprios maridos. Essas dinâmicas de intimidação e assédio são muitas vezes entrelaçadas com ameaças e atos de violência física, inclusive assassinatos. Restringir a participação das mulheres nestas formas pretende enviar uma mensagem mais ampla e inequívoca de que as mulheres, como grupo, não devem participar da vida política. (Tradução nossa)

mesma meta: manter as mulheres longe da vida pública. Vale destacar que alguns atos relacionam-se com múltiplas categorias, simultaneamente.

A *violência física* envolve atos que afetam a integridade corporal das mulheres politicamente ativas ou de seus familiares. Isso pode incluir abuso doméstico, espancamento, rapto e até assassinato. Um dos casos mais emblemáticos desse tipo de violência no Brasil é o assassinato da vereadora Marielle Franco, em 14 de março de 2018. Ela foi morta a tiros no bairro do Estácio, no centro do Rio de Janeiro, após sair de um encontro com mulheres negras. 13 tiros atingiram o veículo, matando também o motorista Anderson Pedro Gomes.

Negra, lésbica, feminista e com origem na periferia, Marielle Franco exacerbou tensões que apresentam diferentes faces quando uma mulher ocupa um cargo no poder público. Socióloga com mestrado em Administração Pública, ela unia a origem na Favela da Maré à formação em nível superior. Eleita vereadora do Rio de Janeiro pelo Partido Socialismo e Liberdade (PSOL), com 46.502 votos, foi presidente da Comissão da Mulher da Câmara. Como mulher negra e feminista, expunha o caráter sexista, racista e lesbofóbico de práticas e instituições. Ela incomodava também por denunciar os assassinatos de jovens da periferia e por reforçar o debate público sobre as práticas de extermínio.

Dilma Bolada homenageou a vereadora Marielle Franco e cobrou das autoridades a identificação dos responsáveis pelo crime, bem como de suas motivações, em algumas de suas postagens no Facebook. Desde outubro de 2015, momento em que eram realizados protestos contra a presidenta Dilma Rousseff, muitos deles com palavras de ordem sexistas, Jeferson Monteiro passou a publicar na *fanpage* Dilma Bolada diversas publicações que combatiam a violência contra a mulher, inclusive – mas não somente – no âmbito político. Inclusive, o *post* mais curtido de todo o período analisado denunciava um estupro coletivo contra uma jovem no Rio de Janeiro, conforme será detalhado no capítulo 4.

A categoria *violência sexual* compreende atos sexuais e tentativas de atos sexuais por coerção, incluindo comentários ou avanços sexuais indesejados. Inclui assédio sexual, estupro e exploração sexual. Na África do Sul, em 2006, alegações de assédio sexual levaram Mbulelo Goniwe, chefe do Congresso Nacional Africano, a ser expulso de seu partido. Acusações semelhantes levaram o ministro do Interior de Israel, Silvan Shalom, a renunciar em 2015. No início de 2016, uma menina de 14 anos foi sequestrada de sua cama tarde da noite e estuprada como vingança por sua mãe ter vencido eleições locais na Índia (KROOK, 2017, p.80). No Sudão, mulheres defensoras dos direitos humanos foram agredidas sexualmente e avisadas que seriam estupradas novamente, se continuassem suas atividades. Na Tanzânia, mulheres juízas e ativistas expuseram práticas disseminadas de *sextortion*, que

forçavam mulheres a realizar favores sexuais, como condição para que avançassem no serviço público e partidos políticos.

Biroli (2016) destaca que a violência sexual compromete a integridade física e psíquica das mulheres e, com isso, funciona como constrangimento a sua presença na esfera pública. Ao colocar as mulheres na posição de alvos dessa violência, a sociedade lhes dá um lugar – o da domesticidade e o do recato, que figuram como portos seguros sem o serem de fato –, enquanto lhes retira possibilidades. Nesse caso, o recado é voltado às mulheres na política, embora se dirija a uma mulher específica: como mulher, você é alvo dessa violência que eu posso escolher impetrar-lhe ou não.

A *violência psicológica* impõe traumas no bem-estar mental ou emocional das mulheres, criando ansiedade, depressão e estresse. Inclui ameaças de violência física, morte e estupro, perseguição, assassinato, assim como boicotes sociais e atos que pretendam prejudicar a mulher em questão. Ela implica comportamento hostil e abuso com a intenção de causar danos emocionais. No início de 2016, a Rede de Mulheres Muçulmanas do Reino Unido alegou que os conselheiros municipais muçulmanos sabotaram sistematicamente as candidatas do sexo feminino com o intuito de manchar suas reputações e intimidar seus familiares.

Em novembro de 2003, no Brasil, o deputado federal Jair Bolsonaro disse à também deputada Maria do Rosário, diante de câmeras de tevê: “Jamais estupraria você porque você não merece” e a chamou de vagabunda. 11 anos mais tarde, ele repetiu a ofensa para a mesma deputada. Devido a esse novo episódio, foi processado no Superior Tribunal de Justiça (STJ), acusado de injúria e incitação ao crime de estupro. No julgamento, a relatora do caso, ministra Nancy Andrighi alegou que, ao falar que Maria do Rosário não merecia ser estuprada, o deputado atribuiu ao crime a qualidade de prêmio, de benefício à vítima. Uma tentativa de naturalizar o estupro – inclusive, como algo positivo – e de desrespeitar e desqualificar mulheres que ocupam cargos políticos.

Essa fato foi destacado por Dilma Bolada, que postou imagens de garrafas de espumante, como se brindasse para comemorar a notícia de que Jair Bolsonaro havia sido condenado pelo STJ a indenizar a deputada Maria do Rosário devido às ofensas. Ao divulgar esse tipo de conteúdo, Dilma Bolada também contribui para que os internautas tenham acesso a notícias sobre essa temática. Conforme destacamos no capítulo anterior, parte significativa do público que acompanha a personagem afirma receber informações na página, além de meramente humor. Cabe destacar que 50% dos internautas disseram que tiveram acesso a



conteúdo que não receberiam, caso não acompanhassem a *fanpage* (CARLOMAGNO e CERVI, 2013).

Já a *violência econômica* refere-se à coerção através do controle sobre o acesso das mulheres a recursos econômicos na política. Trata-se de atos que buscam controlar sistematicamente o comportamento das mulheres na arena política. O objetivo é tornar o trabalho político tão difícil ou frustrante que as mulheres sejam levadas a se retirar por conta própria ou a reduzir as chances de que possam realizar seu trabalho de forma eficaz, afetando suas futuras carreiras políticas e priorizando as dos homens (KROOK e SANÍN, 2016). A falta de apoio financeiro pode representar maiores barreiras para as mulheres do que para os homens na política, porque as mulheres muitas vezes não têm acesso às redes formais e informais que fornecem fundos de campanha.

Padrões de financiamento de campanha indicam que os partidos no Brasil sistematicamente negavam às mulheres – mas não aos homens – fundos necessários para empreender campanhas bem-sucedidas (SACCHET e SPECK, 2012). Quando as mulheres concorrem a um cargo, a violência econômica pode implicar negar a elas os recursos financeiros necessários para o sucesso das suas campanhas. Esse tipo de violência, portanto, pode manifestar-se ainda na fase da pré-candidatura e seguir mesmo após a conquista de cargos públicos. Autoridades locais na Bolívia negaram às mulheres – mas não aos homens – seus salários e reembolsos de despesas.

Um dos exemplos mais emblemáticos de violência contra a mulher na política naquele país foi o caso da vereadora Juana Quispe, que auxiliava mulheres políticas bolivianas a prestar queixas contra assédio sexual, violência física e psicológica. Logo que foi eleita, a vereadora foi assediada e pressionada a renunciar pelo prefeito, seus partidários e diversos membros do conselho. Como ela não cedeu, eles mudaram os horários das reuniões e negaram sua entrada para as sessões. Na sequência, a suspenderam de sua posição. Quando Quispe foi reintegrada após uma batalha legal de sete meses, teve o salário negado, sob o pretexto que não estava presente durante as sessões do Conselho Municipal. Um mês depois, ela foi assassinada. Temos, nesse caso, uma combinação de diversas modalidades de violência contra a mulher na política: psicológica, econômica, simbólica e física. A morte da vereadora boliviana foi decisiva para que o país se tornasse, em 2012, o primeiro da América Latina a aprovar uma Lei Contra o Assédio e Violência Política contra as Mulheres (2012).

O controle coercitivo – uma característica da violência econômica – inclui esforços para ferir, humilhar, intimidar, explorar, isolar e dominar as vítimas, sendo uma estratégia-chave a negação ou apropriação de recursos humanos. Atos de violência econômica e

simbólica – cuja definição veremos a seguir – também raramente são comportamentos isolados, mas elementos em um padrão maior de agressões que, juntos, têm o efeito de criar um ambiente de trabalho hostil para mulheres políticas.

Dados do Tribunal Superior Eleitoral (TSE) no Brasil mostram que candidatas recebem sistematicamente menos fundos do que candidatos do sexo masculino (SACCHET e SPECK, 2012). Uma vez que conquistam um cargo político, as mulheres podem ter negados seus salários e pedidos de reembolsos de despesas de viagens realizadas para a execução do trabalho, a exemplo de viajar para as áreas rurais para atender os eleitores ou participar reuniões e cursos com grupos de mulheres, como relatado por mulheres na Costa Rica, El Salvador, México e Peru (KROOK e SANÍN, 2016).

No período do *impeachment* de Dilma Rousseff, após a presidenta ser afastada interinamente do cargo em 12 de maio de 2016, o presidente em exercício Michel Temer impôs uma série de restrições econômicas à atuação de Rousseff: cortou seu uso dos aviões da Força Aérea Brasileira (FAB), cartão de crédito, secretárias e seguranças. No dia 9 de junho de 2016, Temer cortou o *clipping* diário de notícias da presidenta.<sup>63</sup> Como reação às restrições, foi realizada uma campanha de financiamento coletivo pela internet para arrecadar R\$ 500 mil para as viagens da presidenta. Intitulada “Jornada pela Democracia – Todos por Dilma”, a campanha tornou-se o projeto com mais doações recebidas em 24 horas e com o maior número de apoiadores. A meta almejada foi alcançada em dois dias. Em decisão posterior, a Justiça autorizou as viagens da presidenta em aviões da FAB, desde que ela restituísse as despesas aos cofres públicos.

Dilma Bolada aproveitou o corte de verbas imposto à presidenta Dilma Rousseff como mote para fazer humor e aproximar a personagem da população de baixa renda, mostrando a simplicidade da presidenta fictícia. O assunto foi mote para uma postagem em que a personagem almoça em um restaurante popular do Rio de Janeiro, onde a refeição custa R\$ 1,00. A fotomontagem utilizada no *post* mostra Dilma Bolada carregando o próprio almoço em uma bandeja, sendo os itens do prato: feijão, arroz, frango e salada. Outros clientes do restaurante fotografam com seus celulares a presidenta fictícia, entre sorrisos e expressões de surpresa. Na publicação, a personagem destaca o corte de verbas imposto por Michel Temer, mas é irreverente e diz que não morrerá de fome por isso. A postagem, que integra o *corpus*

---

<sup>63</sup> Estadão Conteúdo. Depois de avião, Temer corta *clipping* de notícias de Dilma. 9 de jun. de 2016. Disponível em: <https://epocanegocios.globo.com/Brasil/noticia/2016/06/epoca-negocios-depois-de-aviao-temer-corta-clipping-de-noticias-de-dilma.html>

de nossa pesquisa e foi a mais curtida da página no mês de junho de 2016, será analisada no próximo capítulo.

A *violência simbólica* opera no nível das representações e tenta anular a presença das mulheres em cargos políticos. Esse tipo de violência busca deslegitimar as mulheres através de estereótipos que lhes negam habilidade para a política. Tais comportamentos são considerados violência apenas em relatórios de Organizações Não Governamentais (ONGs) sobre violência contra mulheres na política. Embora estudos recentes sobre misoginia e a cobertura da mídia sexista deem suporte para conceituar certas atividades como formas de agressão, assédio e discriminação, esses atos não podem ficar reduzidos à crítica da mídia ou ao comportamento rude “normal” por colegas e oponentes. Alguns tratamentos negativos “cruzam a linha” e tornam-se violência quando implicam um desrespeito fundamental pela dignidade humana, como produzir e distribuir imagens altamente sexualizadas e pejorativas, usando mídias sociais, incitar atos violentos, não reconhecer, ou negar explicitamente a existência de uma mulher na política pelo simples fato de ser mulher (MINETTO, 2017).

[...] symbolic violence can be effective in sustaining women’s oppression because it is ‘subtle, euphemized, invisible’, such that even when some women recognize these acts as exercises of power, they may not be believed, even in societies with greater levels of gender equality. Due to the great diversity of cultures in the world, the form and content of symbolic violence vary more widely than the three other types<sup>64</sup>, but it is present in all types of society.<sup>65</sup> (KROOK e SANÍN, 2016, p. 144)

A violência simbólica é bastante visível na mídia, que desempenha papel fundamental ao determinar o que é simbolicamente importante. Frequentemente, os meios de comunicação enquadram as mulheres que ocupam cargos políticos como pouco competentes e não viáveis, de forma a deslegitimar sua atuação no campo político. Diversas abordagens dão mais atenção a sua aparência ou a aspectos emocionais do que suas posições políticas. Uma das armas mais utilizadas é chamar as mulheres em cargos políticos de pouco femininas ou masculinas. Isso aconteceu sistematicamente com Dilma Rousseff, mesmo antes de tornar-se presidenta.

Na cobertura midiática dos Estados Unidos, Hillary Rodham Clinton foi definida como competente, mas uma dama de ferro pouco feminina e suas roupas, descritas como “uniformes assexuados”, foram criticadas (POMPPER, 2017). A ex-secretária de Estado dos

<sup>64</sup> Nesse texto, as autoras consideram apenas quatro tipos de violência contra a mulher na política: física, psicológica, econômica e simbólica. Uma das autoras, Mona Lee Krook, escreve artigo no ano seguinte (2017), incluindo a modalidade violência sexual, que levamos em consideração nesta pesquisa.

<sup>65</sup> (...) a violência simbólica pode ser eficaz para sustentar a opressão sobre as mulheres porque é ‘sutil, eufemizada, invisível’, de modo que, mesmo quando algumas mulheres reconhecem esses atos como exercícios de poder, eles podem não ser acreditados, mesmo em sociedades com maiores níveis de igualdade de gênero.

EUA e segunda colocada na corrida presidencial do país em 2016 foi atacada nas mídias sociais, chamada de *bitch* – que pode ser traduzida como puta ou cadela, arrogante, estúpida e feia. A sexualidade de Clinton foi atacada várias vezes.

No Brasil, a sexualidade de Dilma Rousseff também foi amplamente comentada. Ela era comumente chamada de “Dilmão”, o que pode ser associado a uma mulher masculina e/ou lésbica. Durante a campanha presidencial de 2014, circulou um adesivo de carro no qual a presidenta estava representada com as pernas abertas. Estrategicamente, a peça foi colada nos veículos de maneira que a bomba de combustível fosse introduzida “entre as pernas” da mulher representada na foto, simulando grosseiramente uma violação sexual. O adesivo foi amplamente criticado nas redes sociais e seu uso foi proibido pela Justiça.

Ademais, não nos parece exagero afirmar que o mencionado episódio da votação pelo *impeachment* de Dilma Rousseff no Congresso Nacional constitui-se em um episódio de violência simbólica contra a mulher na política. Os parlamentares favoráveis à deposição – 367, no total – defenderam diversas vezes a família tradicional, símbolo de preservação da divisão de trabalho que limita as mulheres à esfera privada e, muitas vezes, reduto de violência e exploração. Houve também espaço para o discurso de ódio, na voz do então deputado Jair Bolsonaro – eleito presidente do Brasil em 2018 –, que homenageou o torturador de Dilma Rousseff quando prisioneira política durante a ditadura militar de 1964.

Os impactos da violência simbólica na sociedade podem ser até mesmo mais poderosos do que os da violência física porque são incorporados pela cultura e, dessa forma, podem parecer “corretos” ou fazer sentido para diversos grupos sociais (KROOK e SANÍN, 2016). A violência simbólica opera no nível da descrição e da representação com o objetivo de deslegitimar ou apagar a presença e a competência das mulheres na esfera política. A Lei Modelo Interamericana para prevenir, sancionar e erradicar a violência contra as mulheres na vida política qualifica, como manifestações do problema, ações que:

Divulguen imágenes, mensajes o revelen información de las mujeres en ejercicio de sus derechos políticos, por cualquier medio físico o virtual, en la propaganda político-electoral o en cualquier otra que, basadas en estereotipos de género transmitan y/o reproduzcan relaciones de dominación, desigualdad y discriminación contra las mujeres, con el objetivo de menoscabar su imagen pública y/o limitar sus derechos políticos<sup>66</sup> (MESECVI, 2017).

---

Devido à grande diversidade de culturas no mundo, a forma e o conteúdo da violência simbólica variam mais do que os outros três tipos, mas estão presentes em todos os tipos de sociedade. (tradução nossa)

<sup>66</sup> Divulguem imagens, mensagens ou revelem informações de mulheres no exercício de seus direitos políticos, por qualquer meio físico ou virtual, na propaganda político-eleitoral ou em qualquer outra que, com base em estereótipos de gênero, transmitam e/ou reproduzam relações de dominação, desigualdade e discriminação contra as mulheres, com o objetivo de minar sua imagem pública e/ou limitar seus direitos políticos (tradução nossa).

Dilma Bolada utilizou diversas vezes o humor para criticar a violência simbólica sofrida pelas mulheres, ainda que não denominasse assim esse tipo de violência. A ironia foi usada como arma de subversão para questionar as agressões e repreender os autores das agressões e posturas sexistas. Ao mesmo tempo, o riso servia para aproximar personagem e público. Essa dinâmica de aproximação através do ato de sorrir chega a ser demandada de Dilma Rousseff algumas vezes na mídia. Em alguns casos, através de comparações entre Dilma Bolada e sua inspiração, como que indicando um caminho para a líder do Executivo tornar-se mais próxima dos cidadãos. Foi o que aconteceu no *blog* de Nina Lemos, no Estadão, em dezembro de 2012. A jornalista elogia as aparições de Dilma Rousseff nos programas televisivos de Regina Casé e Hebe Camargo.

De novo, me fazendo de Dilma Bolada, a presidenta ‘arrasa’ ao fazer essas escolhas. Ela quebra a imagem de sisuda ao andar de braços dados com apresentadoras de TV amadas e populares e dá abraços que parecem ser de verdade. Regina, como a deusa Hebe, tem o dom de deixar qualquer pessoa a vontade. E não se intimidaram ao passear por um hospital de Brasília com a presidenta. Se ela é brava? Dizem que sim, mas não somos amigos dela para saber. Na TV, passa a imagem de uma mulher nada inatingível<sup>67</sup> (LEMOS, 09 dez. 2012).

Dois anos mais tarde, já na campanha presidencial de 2014, o jornalista João Luiz Vieira afirma que alguém precisava dizer à Dilma Rousseff que ela sorrisse mais. “A notória falta de simpatia e tato da presidente deve afastar eleitores que, sim, também querem reconhecer felicidade em sua cara”<sup>68</sup> (VIEIRA, 25 out. 2014). Na referida coluna, publicada no jornal *El País*, assim como em várias outras publicações jornalísticas, Dilma Rousseff era nomeada presidente, apesar de ela ter adotado o título de presidenta ao ser eleita.

Conflitos de linguagem na maneira de abordar líderes do sexo feminino contribuem para invisibilizá-las. Essas questões são levantadas de forma aguda em países onde as línguas nacionais – como acontece na América Latina – possuem formas gendradas. Em muitos casos, deliberadamente, oponentes recusam-se a usar substantivos no feminino, muitas vezes de maneira provocativa. O exemplo de Dilma Rousseff vem sendo citado com frequência em conferências e na literatura internacional sobre o tema (KROOK e SANÍN, 2016) porque seus adversários políticos e os meios de comunicação de massa em pouquíssimas vezes utilizaram o termo.

<sup>67</sup> Disponível em: <https://cultura.estadao.com.br/blogs/nina-lemos/dilma-rousseff-acerta-na-tv-e-dilma-bolada-arrasa-na-internet/?fbclid=IwAR30EMcxQnoZ52M7tudUbifS3FKMR5K224NoCFhbPJKKBicImxHvU2xotDQ>. Acesso em: 09 dez. 2017.

<sup>68</sup> Disponível em: [https://brasil.elpais.com/brasil/2014/10/25/opinion/1414237843\\_256724.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2014/10/25/opinion/1414237843_256724.html). Acesso em: 3 dez. 2017.

O fato foi fonte para comentários sarcásticos e irônicos, e mobilizou opiniões de especialistas em gramática para deliberar sobre a correção gramatical da palavra. E, apesar de diversos especialistas terem reiterado a correção gramatical do termo “presidenta”, a palavra nunca foi aceita pela mídia tradicional. Isso porque a origem dessa disputa vai muito além das regras normativas da língua portuguesa.

Fato é que Dilma Rousseff, ao dizer-se ‘presidenta’ causou mal-estar ao machismo. Interrompeu, talvez sem perceber, o jogo de linguagem machista da história da política no Brasil. Ao afirmar-se presidenta, ela se afirmou como eleita e reeleita potencializando seu lugar – único e pioneiro – de representante justamente das mulheres, histórica e atualmente ainda mais sub-representadas no cenário da democracia brasileira (TIBURI, 2018, p.108).

Seis anos após a primeira eleição de Dilma Rousseff, a ministra Carmen Lúcia, eleita para presidir o STF, afirmou que queria ser chamada de presidente e não presidenta. “Eu fui estudante e eu sou amante da língua portuguesa. Acho que o cargo é de presidente, não é não?”.<sup>69</sup> A filósofa Marcia Tiburi (2018) observa que o poder é também um jogo de linguagem. Em debates similares na França e na Itália, oponentes justificam o uso de termos masculinos através de regras gramaticais, reforçando a noção de que tais posições não podem, ou não devem, ser feminizadas.

Ao inaugurar o termo, a presidenta Dilma Rousseff rompe com 121 anos de uma tradição de homens a comandar a república. E não é sem sentido que, ao ser afastada do cargo pelo impeachment, quem a substituiu busca apagar, desde a linguagem até as marcas que podem condensar a memória de sua presença. Uma das primeiras ações de Michel Temer ao assumir interinamente o governo foi ‘orientar’ a Empresa Brasileira de Comunicações (EBC) a não utilizar em seus conteúdos o termo “presidenta”. (RUBIM e ARGOLLO, 2018, p. 14).

Ao contrário da mídia empresarial, Dilma Bolada adotou o termo “presidenta” no Facebook e nas demais redes sociais onde esteve presente. A palavra consta na apresentação da personagem, em sua *fanpage*, e também aparece em diversas *hashtags* que fazem parte das publicações. É importante destacar que essas modalidades de violência contra as mulheres na política frequentemente se sobrepõem e se inter-relacionam. Portanto, tipificá-las não significa lidar com fenômenos desconectados e separados. Nomeá-las é um passo importante para o enfrentamento e superação das estratégias que afastam as mulheres da esfera pública.

Na academia e em publicações feministas, a noção de violência contra as mulheres na política no Brasil raramente tem sido pontuada. Biroli (2016) aponta duas hipóteses para

<sup>69</sup> Disponível em: <https://www.gazetadopovo.com.br/blogs/certas-palavras/pasquale-corrige-carmen-lucia-cargo-e-de-presidente-ou-presidenta/>. Acessada em 8 de jun. de 2018.

explicar essa ausência. A primeira é que esse tipo de violência seja pouco relevante ou mesmo inexistente no país. Entretanto, pensamos ser mais verossímil a segunda hipótese: a violência contra as mulheres na política brasileira está naturalizada e, por isso, não é reconhecida, explicitada e discutida. Essa neutralidade é uma forma de naturalizar perspectivas machistas.

Os casos citados permitem também levantar como questão relevante o discurso de ódio que tem como alvo as mulheres na política. Liberdade de expressão e discurso de ódio são diferentes e não se confundem. O último tem sido parte da dinâmica de violência política contra as mulheres no Brasil. Procura anular sua condição de pares, de iguais na esfera pública, e, sobretudo, incita o ódio de forma que justifica e naturaliza agressões.

A jornalista Eliane Brum (2019) traça uma conexão entre o *impeachment* de Dilma Rousseff e o assassinato da vereadora Marielle Franco, ambos casos de violência contra a mulher na política, embora com diferentes características. Quando o então deputado federal Jair Bolsonaro invocou a tortura do corpo da presidenta ao votar pelo *impeachment* – na já comentada sessão do dia 17 de abril de 2016, é a vontade de destruição do corpo de Dilma Rousseff que reafirma. Como antes já havia feito a apologia do estupro ao agredir a deputada federal Maria do Rosário (PT). Naquele voto, de personagem bufão do baixo clero do Congresso Nacional, ele foi promovido a representante das forças mais arcaicas, tanto os ruralistas como os evangélicos, que queriam ampliar o seu poder no Planalto.

Menos de dois anos após aquela sessão, Marielle Franco foi assassinada por um policial. Ela acolhia em seu corpo todas as minorias esmagadas durante cinco séculos de Brasil: negra, originária da favela e lésbica. Eleita vereadora pelo PSOL, fez de suas identidades criminalizadas uma explosão de potência que tinha como alvo desestabilizar as oligarquias que insistem em tornar singular um país que é plural. Personificando toda essa subversão às normas sociais, Marielle Franco ainda ousava rir, porque sabia ser esse um ato de transgressão, principalmente para uma mulher negra e lésbica, vinda da Favela da Maré. À Dilma Rousseff não era permitido sorrir ou ser engraçada e, em diversas tentativas de ser irreverente, a presidenta foi ridicularizada. O riso subversivo foi uma conquista alcançada pela personagem nela inspirada: Dilma Bolada. Em contextos diferentes, houve uma tentativa de silenciamento tanto da presidenta como da vereadora:

É de desejo de destruição que falamos. E minha interpretação é que majoritariamente é um desejo de destruição dos corpos das mulheres e dos LGBTI, dos corpos que se recusam a ser normatizados, como Jair Bolsonaro e seus seguidores deixaram claro na campanha de 2018. Acrescentaria ainda nesta lista os corpos dos que praticam as religiões de origem africana,

barreira ao crescimento das evangélicas neopentecostais, que por isso precisam ser demonizadas (BRUM, 2019).<sup>70</sup>

Entre os problemas referentes à análise de gênero do *impeachment* de Dilma Rousseff, destacamos o modo como sexismo e misoginia, baseados em estereótipos de gênero, desempenharam um papel na caracterização da presidenta como incompetente e indesejável à frente do Executivo, auxiliando no processo de legitimação do *impeachment* frente à opinião pública. O segundo problema refere-se à ofensiva conservadora em curso no Brasil e na América Latina no que diz respeito ao papel social das mulheres e aos direitos conquistados nas últimas décadas.

Nesse conjunto, incluem-se as ofensivas contra os direitos de trabalhadoras e trabalhadores e o ataque frontal ao que vem sendo definido como “ideologia de gênero”, que corresponde ao conjunto de conquistas e conhecimento acadêmico referenciado pela igualdade de gênero (BIROLI, 2018). O processo de violência política contra Dilma Rousseff pode ser considerado uma das faces da reação e do retrocesso contra a eleição da primeira presidenta do Brasil. Nessa perspectiva, o riso emerge como estratégia possível de subversão contra a dominação dos corpos, sobretudo daqueles que se recusam a adotar os padrões socialmente impostos. O humor é um caminho para questionar tensões de gênero relacionadas à presença da mulher em espaços como a política.

---

<sup>70</sup> BRUM, Eliane. "Quem mandou matar Marielle? E por quê?". In: El País, 13 mar. de 2019. Disponível em: [https://brasil.elpais.com/brasil/2019/03/13/opinion/1552485039\\_897963.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2019/03/13/opinion/1552485039_897963.html)  
Acesso em: 14 mar. de 2019.



## 5 HUMOR E GÊNERO NA “BOLADA” DAS REDES

Para a maioria dos brasileiros, a esperada saída de Dilma Rousseff do palácio do Planalto esta semana dificilmente causará muito luto. Mas pode ser um sinal de choro e ranger de dentes em uma das contas de mídia social favoritas do país. Durante grande parte dos últimos seis anos, a personagem *fake* do Facebook e do Twitter – Dilma Bolada (que se traduz, grosso modo, em Dilma agressiva ou Dilma atrevida) – tem sido mais popular do que a presidenta que simpaticamente satiriza.<sup>71</sup>

O trecho acima foi publicado pelo jornal britânico *The Guardian*, em 9 de maio de 2016, apenas três dias antes da presidenta Dilma Rousseff ser afastada interinamente da liderança do poder Executivo no Brasil, como parte do processo de *impeachment* que a retiraria definitivamente do cargo em 31 de agosto do mesmo ano. O título da matéria “Dilma Bolada: o alter ego digital da presidenta é mais popular do que ela” indica a relevância da personagem no Brasil, país que é o terceiro do mundo com maior quantidade de usuários no Facebook: 130 milhões de pessoas conectadas. 3 milhões de internautas acompanham as publicações de Dilma Bolada em todas as redes sociais<sup>72</sup> em que a personagem está presente, sendo 1,699 milhão apenas no Facebook. Um número que em muito supera a circulação diária do próprio *The Guardian*, que é de 134 mil pessoas.

A matéria citada traz alguns contrapontos frequentemente apontados diante de Dilma Bolada e de sua referente, a presidenta Dilma Rousseff. O principal deles é o senso de humor da personagem, usualmente contrastado com a alardeada sisudez da presidenta. A vaidade e a ousadia da criação fictícia também são ressaltadas, embora não seja destacada a coragem que também é uma das características de Dilma Rousseff, desde que era uma jovem militante. Dilma Bolada é descrita, no texto, como uma espécie de ditadora, porém bem-humorada. Um olhar mais aprofundado revela certas nuances que podem indicar o caminho para a ampla aceitação da personagem pelo público. Apesar do aparente contraste entre Dilma Bolada e sua inspiração, algumas das características da criação fictícia são, também, atributos de Dilma Rousseff. Na personagem, entretanto, esses traços são apresentados através da linguagem humorística.

Dilma Bolada popularizou-se ao desenvolver uma relação bem-sucedida entre gênero, política, humor e redes sociais. Uma confluência diretamente relacionada à questão central de nossa pesquisa, que se propõe a investigar de que modo as questões de gênero e suas possíveis

---

<sup>71</sup> Tradução nossa. In: “Dilma Bolada: Brazilian president’s digital alter ego is more popular than she is”, ou seja, “O alter ego digital da presidenta é mais popular do que ela é” (tradução nossa). (Watts, 09/05/2016). Disponível em: <https://www.theguardian.com/world/2016/may/09/dilma-bolada-brazil-president-facebook-twitter>.

tensões são expressas em Dilma Bolada. Analisamos, portanto, uma personagem formatada através do humor, linguagem reconhecida pela sua eficiência e adesão no trato das questões, especialmente as de conteúdos políticos. As narrativas que dão vida à personagem são construídas e veiculadas nas redes sociais que, por sua vez, vêm se configurando como uma nova esfera pública, fundamental para a conformação – da vida e especialmente – do campo político na contemporaneidade.

Para investigar as tensões de gênero associadas às narrativas do *impeachment* na *fanpage* Dilma Bolada, optamos por observar quais as características da personagem são mostradas nas postagens do referido período e analisar de que modo esses atributos dialogam com estereótipos de gênero. Investigamos, ainda, as questões temáticas abordadas nas publicações, com o intuito de observar se elas dialogam com temas tradicionalmente associados às competências masculinas ou femininas. Por fim, examinamos quais os pontos de aproximação e distanciamento entre Dilma Bolada e Dilma Rousseff no período analisado.

### 5.1 CRIADOR E CRIAÇÃO: JEFERSON MONTEIRO E DILMA BOLADA

Uma estratégia para criar perfis falsos nas redes sociais ganhou popularidade em 2010 no Brasil. Bastava substituir o “l” minúsculo por um “I” maiúsculo e o *fake* estava pronto. Com a grafia semelhante, a troca de letras levou muita gente a seguir, sem saber, usuários fictícios no Twitter e no Facebook. Foi exatamente essa a preocupação do estudante de Administração de Empresas Jeferson Monteiro ao criar, no Twitter, o perfil DiImabr. A ideia do carioca, então com 19 anos, era evitar que alguém criasse um perfil falso – bem parecido com o Dilmabr, grafia do Twitter oficial de Dilma Rousseff – e o utilizasse para ridicularizar a então candidata à presidência da República. “Ou seja, tudo começou por causa da minha preocupação com um nome, um *username*, um usuário. Fiquei preocupado que pegassem e usassem de má fé”, narra Jeferson Monteiro (informação oral), em entrevista concedida à nossa pesquisa em 12 de dezembro de 2015.<sup>73</sup>

Como se percebe, o objetivo de proteger Dilma Rousseff da criação de um perfil que poderia ridicularizá-la motivou a criação da personagem fictícia em questão. Alguns meses mais tarde, foram feitas as primeiras postagens do perfil no Twitter e, posteriormente, no Facebook. Segundo Jeferson Monteiro (2015), o público interagia especialmente quando a personagem afirmava estar “boladíssima”. Essa escuta atenta das reações dos internautas que

---

<sup>72</sup> Em 2016, Dilma Bolada tinha perfis nas redes sociais Facebook, Twitter, Instagram e Snapchat.

acompanhavam a página, possibilitada pelo ambiente de rede social, influenciou na escolha do sobrenome Bolada e no próprio comportamento da personagem.

A imagem de boa gestora associada à Dilma Rousseff, sobretudo quando ministra da Casa Civil,<sup>74</sup> período em que esteve responsável pela gestão técnico-administrativa dos principais programas do governo Lula, foi uma de suas características que primeiro chamou a atenção do publicitário carioca.<sup>75</sup> A declarada admiração do estudante por Dilma Rousseff foi o combustível para a criação do perfil fictício nas redes sociais. Como estratégia de criação, Monteiro conta que imaginou uma avó “gente boa”, super conectada e falando sobre todos os acontecimentos do dia a dia do poder, com uma linguagem informal. A agenda oficial da presidenta – disponibilizada no *site* oficial do Palácio do Planalto – servia como pauta para diversas postagens, que narravam seus compromissos de forma descontraída. Um encontro, uma viagem, um programa de governo ou um evento eram o ponto de partida para a criação das histórias, que combinavam textos, fotos, vídeos e *links* à linguagem humorística para mostrar uma espécie de “Lado B” da líder do Executivo, a partir de sua representação ficcional. O publicitário considera a imaginação e a fantasia, associadas a elementos da cultura *pop*, atributos fundamentais para a boa receptividade de sua criação.

O perfil cresceu e, ao longo do tempo, eu passei a ver a agenda (da presidenta Dilma Rousseff) para fazer a narrativa, para brincar com essa coisa da ficção com os fatos reais. E eu via que muita gente gostava e consumia. Não é que as pessoas estivessem desinteressadas sobre política. É a forma como é contada (MONTEIRO, 12 dez. 2015. Informação verbal).

Essa forma de narrar, no caso estudado, está diretamente relacionada à linguagem humorística e às ferramentas de edição disponíveis na internet. Modalidades amplamente utilizadas por Dilma Bolada, a edição de fotos e vídeos e o recurso de geolocalização permitiam à personagem mostrar que estava no mesmo local que a presidenta. Algumas características de Dilma Rousseff, explica o autor, eram retratadas com humor e sarcasmo nas postagens. Conversas por telefone com “Angel”, apelido usado pela personagem para tratar a primeira-ministra alemã, Angela Merkel, ou broncas e trocas de olhares afetuosos com o presidente dos Estados Unidos, Barack Obama, foram, aos poucos, construindo a imagem da personagem. De políticos e celebridades até o internauta que comentava nas páginas, Dilma Bolada interagiu com todos. A jornalista e pesquisadora Cleidiana Ramos explica como essa

---

<sup>73</sup> Entrevista presencial concedida por Jeferson Monteiro a Adriana Jacob para fins de pesquisa, em 12 de dezembro de 2015, no Rio de Janeiro.

<sup>74</sup> Dilma Rousseff foi ministra da Casa Civil no governo do presidente Lula entre 21 de junho de 2005 e 31 de março de 2010.

diversidade de referências possibilitava ao público praticamente visualizar as cenas narradas pela personagem.

Eu achava fantástico porque era um personagem de extremo humor, ironia fina, e que brincava com todos os estereótipos. Teve um post que eu ri muito, naquele episódio do escândalo Snowden. Ela foi para uma conferência, acho que na Rússia. Uma postagem mostrava o jeito como Obama estava próximo a ela (essa coisa de fazer essas fotos constrangedoras) e o texto era: ‘Te cuida, Michelle. Eu não tô dando bola, mas ele não pára de dar em cima de mim’. Na outra, ela e Cristina Kirchner estavam muito retadas com ele e decidiram dar um susto. Eu acho que o sucesso desse personagem de humor é quando você consegue imaginar. Eu ouvia a voz de Dilma falando, eu conseguia visualizar a cena. E era um menino de 23 anos fazendo aquilo, com um repertório maravilhoso. Então, na calada da noite, elas tocaram a campainha e se esconderam. Quando Obama abriu a porta, elas entraram com os travessieiros gritando: ‘Síria, Síria!’ Guerra de travessieiros. Eram histórias tão fantásticas. Na Copa, ela dizendo que ia com Merkel para a balada, que ia ensinar Merkel a dançar funk, e eu ficava imaginando (RAMOS, ago. 2018. Informação verbal).

É interessante observar a afirmação de Ramos de que Dilma Bolada “brincava com os estereótipos”. A brincadeira tem a capacidade de provocar certa descontração que pode, inclusive, suavizar tensões, como as de gênero, e também flexibilizar as fronteiras dos papéis culturais e sociais definidos em rígidos moldes estereotipados. Por outro lado, o humor também pode reforçar padrões sociais e culturais, inclusive aqueles ancorados no sexismo e no preconceito e apresentá-los, ironicamente, como “apenas uma brincadeira”. O verbo “descontrair” significa eliminar a contração ou a tensão, enquanto a palavra descontração é sinônimo de relaxamento. Nesse sentido, estar em desacordo com um determinado estereótipo de gênero geraria uma tensão, mas quando esse não cumprimento da regra vem através de uma brincadeira, do humor, há certo relaxamento, e torna-se possível rir dessa subversão.

Se tomarmos como exemplo a caracterização de Dilma Bolada como avó e mãe, podemos observar a ampliação dos estereótipos associados a esses papéis sociais. Primeiro, pensar em uma avó legal e descolada, ativa nas redes sociais e informada sobre os principais acontecimentos políticos destoa do estereótipo da vovó que está em casa cuidando dos netos, do jardim e fazendo quitutes para a família. Segundo, o papel de mãe, bastante evocado pela personagem. Culturalmente rica em significados, a maternidade tem características fortes na América Latina, tanto que muitas mulheres recorreram a ela para justificar sua participação política. Em um estudo de 2015, as pesquisadoras Susan Franceschet, Jennifer Piscopo e Gwynn Thomas afirmam que o acesso das mulheres a cargos públicos permanece

---

<sup>75</sup> Após o sucesso de Dilma Bolada, Jeferson Monteiro deixou o curso de Administração de Empresas e tornou-se publicitário.

profundamente moldado por restrições estruturais e narrativas culturais que privilegiam ideais tradicionais do zelo feminino.

Diversas narrativas de Dilma Bolada apresentam-na como uma mãe. Desde a criação da personagem, ela era a “Mãe do PAC”, o Programa de Aceleração de Crescimento do Governo Federal. Também nesse caso, a personagem constrói narrativas capazes de alargar a imagem cultural mais tradicional associada às mães como seres mais dóceis e voltadas aos cuidados com a família e o lar. A “Dilmãe” – neologismo criado por Jeferson Monteiro para a personagem – é brincalhona e irreverente em diversas ocasiões, incisiva e mandona em outros momentos, mas também carinhosa em outras situações. Ao mesmo tempo, como representação fictícia da maior liderança política do Brasil, Dilma Bolada ocupa uma posição de poder na esfera pública, sendo internacionalmente respeitada.

Nos primeiros anos de existência da personagem, a #Dilmãe era uma das *hashtags* mais utilizadas em suas publicações. “Se você for ver, ano passado (2014), então aquela coisa do ‘Mãe ama vocês’, etc. ‘Dilmãe’, que foi uma coisa inventada por mim, que fugiu do roteiro... o país inteiro usa. Inclusive, até a direita mesmo usa para criticá-la” (MONTEIRO, dez. 2015). Como explica Jeferson Monteiro, a composição de Dilma Bolada transitou por uma série de fases.

No começo, ela era [fazia] muito menos [o estilo] ‘Sou linda, sou diva, sou presidenta’ e vestia muito mais a faixa presidencial. Ela vai ficar mais modesta com o tempo... No começo, era muito forte essa questão da característica dela de ser uma mulher de pulso firme, muito dura, muito rígida. Tinha isso misturado com essa questão da acidez da falta de modéstia... e as pessoas gostam disso. De você falar disso de uma forma debochada. Você se afirmar como melhor de todos, mas obviamente a própria personagem saber, deixar claro, nas entrelinhas, que ela está brincando (MONTEIRO, 12 dez. 2015. Informação verbal).

Ao longo dos anos, Dilma Bolada foi ganhando um ar *pop*, “que foi o maior período de tempo, até terminar na mãe” (informação oral). Nessa dita “fase *pop*”, inúmeras referências a ícones da indústria cultural, filmes, músicas, cantores e artistas compuseram a trilha sonora e cinematográfica de Dilma Bolada. O mesmo aconteceu em seu círculo íntimo de amigos, seja nas postagens “ambientadas” no Palácio do Planalto ou em festas ao redor do mundo. Onde Dilma Rousseff estivesse lá estavam as histórias de Dilma Bolada, com seus compromissos fictícios que passaram a extrapolar a agenda oficial de sua inspiradora, inclusive com festas e idas à praia e a clubes.

Após o reconhecimento de estar entre os melhores perfis de redes sociais do mundo, Dilma Bolada atraiu olhares da mídia nacional e internacional. A personagem tornou-se pauta

na imprensa e diversas entrevistas e matérias falaram sobre a página humorística inspirada na presidenta Dilma Rousseff. Dilma Bolada fez parte da agenda de mais de 2 milhões de internautas e transformou-se em um fenômeno da internet. A trajetória da personagem vem sendo narrada através das postagens publicadas em suas redes sociais e das interações entre seus usuários. A participação dos internautas – nomeados por Dilma Bolada como seus súditos – é significativa na *fanpage*. Cada *post* tem números de curtidas que variam de 12 mil a mais de 80 mil. Os comentários em postagem alcançam os 11 mil. Outra possibilidade de interação com o público, o compartilhamento, chega aos 19 mil para as publicações mais populares. Além disso, cada informação compartilhada pode ser vista pelos amigos de cada usuário na rede social.

#### 5.1.1 A ruptura temporária

Dilma Bolada foi apontada como uma celebridade por pessoas como a jornalista Marília Gabriela, que assim a definiu, ao entrevistar Jeferson Monteiro em seu programa televisivo “De Frente com Gabi”, em 12 de maio de 2013. Questionado pela apresentadora se gostaria de conhecer a presidenta, ele respondeu que sim, mas disse que possivelmente seria uma rápida troca de palavras, devido à agenda lotada da presidenta. Como veremos, o encontro entre a personagem e sua inspiradora aconteceria naquele mesmo ano, porém não em uma conversa rápida e sim como parte da estratégia digital da presidência da República.

Nos primeiros meses daquele ano, já se configurava o clima de insatisfação popular que culminaria com as Jornadas de Junho de 2013, também conhecidas como as Manifestações dos 20 centavos. Os protestos reuniram milhões de pessoas em diversas cidades do Brasil, fato que conquistou ampla repercussão nacional e internacional. Naquele cenário – após três anos de elevados índices da aprovação por parte da opinião pública, Dilma Rousseff passou a enfrentar uma onda muito forte de críticas. Havia um clamor geral por uma ampla reforma política, baseada no descontentamento com a forma de se fazer política no Brasil. Entretanto, as manifestações foram apropriadas por parte da extrema direita com o propósito de canalizar as críticas para o governo vigente, de forma a enfraquecer sua principal líder no poder Executivo. As Jornadas sinalizaram profundas mudanças nos rumos da popularidade da presidenta.

Ali começa a desandar tudo. Eu pensei: caramba, o que é que eu faço? Então, a Dilma Bolada tomou a postura que eu gostaria que a Dilma tivesse. Ela ficou ao lado das manifestações, apoiou. Tanto que o meu trabalho foi

muito mais no online do que no offline. Eu só cheguei a ir a uma manifestação aqui no Rio. Eu ganhei muitos seguidores durante esse período. Curiosamente, a popularidade dela (Dilma Rousseff) despencava e a Dilma Bolada bombava (MONTEIRO, 12 dez. 2015. Informação verbal).

Passados alguns meses, Monteiro recebeu um telefonema do então ministro-chefe da Secretaria de Comunicação do Governo, Thomas Traumann, fazendo o convite para que Dilma Bolada entrevistasse Dilma Rousseff durante a reativação do perfil oficial da presidenta na rede social Twitter. A sugestão teria partido do diretor do Twitter na América Latina, Guilherme Diderrot. O encontro foi marcado para o dia 27 de setembro de 2013.

A primeira reação assim foi: chegou o grande momento. [...] E aí, eu fui conhecê-la. Eu estava esperando para entrar no gabinete. E eu ouvia ela gritando, dando esporro em alguém. Aí saem Graça Foster e Edson Lobão. Os dois saíram brancos de lá. Entrei no gabinete, estava vazio. Estavam o Thomas (Traumann), o Anderson (Dornelles), que é o principal assessor, o assessor pessoal dela e o fotógrafo. Daqui a pouco, surge ela, e fala: ‘Olha ele aí!’. Aí vem, me abraça, me beija. Aquela foto em que eu estou segurando a mão dela é justamente nosso primeiro abraço (Figura 15). ‘Eu adoro as coisas que você fala: euzinha, linda, maravilhosa. É de uma pretensão tão grande. Eu gosto quando você fala da Cristina, do Obama. Você brinca’ (MONTEIRO, 12 dez. 2015. Informação verbal).

**Figura 15:** Jeferson Monteiro e a presidenta Dilma Rousseff no encontro no Palácio do Planalto



**Fonte:** Roberto Stuckert Filho (Presidência/Instagram) 27 set. de 2013.

Muitos internautas ficaram sabendo do encontro a partir de uma brincadeira de Dilma Bolada, que prometeu uma surpresa para seus seguidores. A personagem fictícia disse que, finalmente, provaria a todos que não era um *fake* e sim a verdadeira presidenta do Brasil. Em seguida, Dilma Bolada direcionou uma mensagem ao perfil oficial de Dilma Rousseff: “Bom dia para mim mesma linda, maravilhosa, sempre eu, @dilmabr. Finalmente o profissional e pessoal se cruzando...” (ROUSSEFF, 27 set. de 2013)

Inesperadamente, o perfil oficial da presidente respondeu: ‘Bom dia linda, maravilhosa, sempre acompanhei vc. Mas não me dê bom dia. Me dê bons resultados’, respondeu Dilma Rousseff. Na sequência, um diálogo divertido entre a presidente real e a fake apareceu na timeline. Dilma Bolada aproveitou para perguntar se a presidente se incomodava com quem dizia que ela não era um perfil real. Com humor, Dilma Rousseff respondeu que não. ‘Rio muito. A vida sem humor fica muito pesada’, tuitou a presidente do Brasil (SACCHITIELLO, 27 set. de 2013).

Jeferson Monteiro narra que, no início do diálogo no Twitter, a presidenta foi assessorada, mas na sequência, assumiu sozinha a redação das postagens. Rousseff afirmou gostar e acompanhar a personagem, tanto que escolheu uma frase frequentemente dita por Dilma Bolada para começar a conversa.

A nossa sintonia foi muito boa. Fiquei mais de uma hora com ela no gabinete. O pessoal até brincou: ‘Você ficou mais tempo com ela do que muito ministro por aí’. Foi uma grande surpresa, meu celular explodia, a internet parou... Eu saí de lá assustado. Tinha uns 50 jornalistas. Tava todo mundo quieto. Quando eu botei o pé no salão, comecei a ouvir o barulho dos flashes, das fotos. As pessoas amigas, que trabalhavam lá, falavam: ‘Mas ela gosta muito, de verdade’. Aí veio essa fase do Twitter, ela começa a recuperar popularidade. E vem 2014, que é o ano da Copa (MONTEIRO, 12 dez. 2015. Informação verbal).

Dilma Rousseff e o criador de Dilma Bolada encontraram-se outras vezes. Em uma dessas ocasiões, a líder do Executivo brasileiro apresentou Jeferson Monteiro à presidenta da Argentina, Cristina Kirchner, e falou a ela sobre a personagem. Dilma Bolada costumava fazer brincadeiras para tirar Kirchner do sério. Em uma delas, a personagem mandou entregar, via serviço *delivery*, 50 mil esfihas na Casa Rosada. Tudo para dar boas gargalhadas diante da líder argentina, que achou que estivesse sofrendo um protesto ou invasão de *motoboy*s. Havia um clima de disputa e cumplicidade entre as duas, e a relação também era amistosa com a presidenta do Chile, Michelle Bachelet.

Na Copa do Mundo de 2014, Dilma Rousseff voltou a sofrer críticas, muitas delas com viés sexista. No dia 23 de julho, em meio à campanha pela disputa da presidência da República, Jeferson Monteiro tirou do ar o perfil de Dilma Bolada no Facebook e no Twitter. O autor da personagem justificou ter removido as páginas em razão da campanha eleitoral, porque precisava pensar sobre “os tempos difíceis que estavam por vir” para então decidir se manteria ou não as *fanpages* durante o período. “Há alguns dias foi liberada a campanha e é muito ruim saber que você pode fazer a diferença mas ver que está quase sozinho no meio de



uma tormenta que é a internet, e que tem tudo para piorar’, disse em *post* em seu perfil no Facebook”.<sup>76</sup>

Seis dias depois, em 29 de julho de 2014, o publicitário reativou os perfis. Em mensagens publicadas no Facebook e no Twitter, a personagem afirmou que “após miniférias pós-Copa”, estava de volta à *web* “pronta para continuar reinando absoluta nas redes sociais”.<sup>77</sup> A desativação – e posterior reativação – dos perfis sem maiores justificativas alimentou especulações de que Monteiro havia negociado alguma verba com o PT para manter no ar as páginas da personagem. Posteriormente, a marqueteira Mônica Moura relatou em delação premiada que teria pago R\$ 200 mil ao publicitário em 2014 para que ele reativasse o perfil nas redes sociais e fizesse postagens favoráveis ao governo petista.<sup>78</sup> Já a revista *Época* afirmou na matéria “Agência contratada pelo PT paga R\$ 20 mil de salário a criador de Dilma Bolada”<sup>79</sup> que Monteiro recebia um valor mensal da Agência Pepper, responsável pelo *marketing* digital do PT nas duas campanhas presidenciais de Dilma Rousseff. Em seu perfil nas redes sociais e em entrevista à nossa pesquisa, Monteiro negou ter sido contratado para fazer campanha a favor da presidenta Dilma Rousseff.<sup>80</sup>

A linha de atuação que a campanha escolheu, eu não concordei. Achei uma estratégia erradíssima. Fiquei mais ou menos um mês discutindo, mas eu vi que dali não sairia nada. Eu não poderia trabalhar na campanha numa linha totalmente diferente daquela que eu sei. Eu tenho 2,5 milhões de seguidores, somadas todas as redes – Facebook, Instagram, Twitter e Snapchat – e eu sei que a campanha tem que olhar para muito além. Por isso que eu acho que inclusive no final foi muito mais *embativo* (sic). Acho que as eleições adotaram muito esse clima e acho que poderia ter sido uma coisa muito mais amena (MONTEIRO, dez. 2015. Informação verbal).

Em seu perfil pessoal no Facebook, Jeferson Monteiro ironizou a suspeita de pagamento em troca das postagens de Dilma Bolada. Ele ressaltou que já havia sido acusado anteriormente de receber dinheiro para defender o PT.

<sup>76</sup> G1, 24 de jul. de 2014. “Criador de 'Dilma Bolada' diz que tirou perfil do ar por causa da eleição”. Disponível em: <http://g1.globo.com/politica/noticia/2014/07/criador-de-dilma-bolada-diz-que-tirou-perfil-do-ar-por-cao-da-eleicao.html>. Acesso em 05 de maio de 2019.

<sup>77</sup> G1, 29/07/2017. “Perfil de Dilma Bolada volta ao ar no Twitter e no Facebook”. Disponível em: <http://g1.globo.com/politica/noticia/2014/07/perfil-de-dilma-bolada-volta-ao-ar-no-twitter-e-no-facebook.html>. Acesso em 05 de maio de 2019.

<sup>78</sup> G1 e TV Globo, 11 de maio de 2017. “Publicitário recebeu R\$ 200 mil para reativar 'Dilma Bolada', diz Mônica Moura”. In: G1, Brasília. Disponível em <https://g1.globo.com/politica/operacao-lavajato/noticia/publicitario-recebeu-r-200-mil-para-reativar-dilma-bolada-diz-monica-moura.ghtml>. Acesso em: 05 de maio de 2019.

<sup>79</sup> COUTINHO, Filipe. “Agência contratada pelo PT paga R\$ 20 mil de salário a criador de Dilma Bolada”. In: Revista *Época*, Brasília, 21/08/2015. Disponível em: <https://epoca.globo.com/tempo/noticia/2015/08/agencia-contratada-pelo-pt-paga-r-20-mil-de-salario-dilma-bolada.html>. Acesso em: 10/10/2019.

Pelos meus cálculos, eu já teria que ter, no mínimo, R\$ 1,7 milhão de reais na conta: R\$ 500 mil segundo a 'Revista Época', R\$ 1 milhão segundo Marcelo Odebrecht e agora mais R\$ 200 mil segundo Mônica Moura. Alguém, por gentileza, me avisa onde que tenho que retirar a quantia porque estou com o aluguel atrasado e o telefone cortado. Obrigado! (MONTEIRO, 11 mai. 2017)

Em entrevista concedida à pesquisadora Farida Jalalzai, em julho de 2018, o publicitário afirmou ter trabalhado com ativismo na campanha presidencial de Dilma Rousseff em 2014. Ele contou que, entre o ano de 2015 e o final de 2016, atuou com uma agência que trabalhou para o PT, fazendo acompanhamento e conteúdo para segurança pública para o governo do Rio. Mas, para além do viés financeiro, a retirada da página do ar remete a questões fundamentais de credibilidade concernentes a um canal de comunicação. A relação da *fanpage* com o público que acompanhava diariamente a personagem é uma das mais relevantes, e a transparência é fundamental para a credibilidade. Mesmo em se tratando de uma produção voluntária do autor, sem vínculo empregatício ou fins comerciais, uma relação havia sido construída com mais de 2 milhões de internautas que, como mencionamos, interagem ativamente com Dilma Bolada. A já mencionada interação da personagem com os internautas, presente em outros momentos, também não foi posta em prática. Ou seja, não houve um diálogo através das postagens que refletisse sobre a retirada da personagem do ar. Houve apenas um comunicado unilateral e, seis dias após a remoção da página, a decisão de seu retorno.

Isso pode explicar questionamentos que passaram a ser feitos sobre a credibilidade da página. Afinal, apesar da linguagem humorística, não se trata de uma *fanpage* desprovida de seriedade ou de uma grande brincadeira. Assim como muitos canais de humor, Dilma Bolada passou a ser usada como fonte de informação política por muitas pessoas. De acordo com o jornalista Bob Fernandes, a retirada da *fanpage* do ar comprometeu a confiabilidade da página. Ele destaca a importância do humor que combate o *mainstream*. “O humor político que me instiga é aquele que enfrenta o poder, não o humor que vai na correnteza. Porque aí não é humor, é amor pela causa”, afirma o jornalista. Ele acredita que, no caso de Dilma Bolada, trata-se de um “humor a favor”, porque tende a posicionar-se sempre em prol, de um mesmo lado. “Isso compromete a potência do humor para lidar com questões políticas” (FERNANDES, ago. 2018. Informação verbal).

---

<sup>80</sup> Em nota, Dilma Rousseff também negou as acusações. A presidenta afirmou, através de sua assessoria, que tanto Mônica Moura, quanto João Santana prestaram falso testemunho e faltaram com a verdade em seus depoimentos, provavelmente pressionados pelas ameaças dos investigadores.

Parte significativa do conteúdo do humor político é produzida e/ou circula na mídia, que não encoraja mudanças políticas significativas, já que a manutenção das esferas tradicionais de poder é importante para a sua própria existência (ANDI, 2007). Esses conteúdos, portanto, não são destinados a uma mudança radical de pensamento.

Hence, humour becomes a powerful tool in the hands of the media to simultaneously ‘criticize’ political decisions and figures, and entertain the audience. [...] In this light, humorous political criticism more often than not supports and recycles widespread views on politics rather than promotes radical ideas and changes<sup>81</sup> (TSAKONA e POPA, 2011, p.7-8).

O potencial democrático das redes sociais tornaria esses espaços, a princípio, livres dessa dinâmica, na medida em que qualquer pessoa pode, em tese, criar uma personagem no Facebook, Instagram ou Twitter, produzir e divulgar conteúdos, sem a necessidade de um meio de comunicação de massa. A importância das redes sociais no cenário político contemporâneo, entretanto, interfere nessa dinâmica, já que este passa a ser mais um ambiente de interseção entre os poderes midiático e político.

Após o retorno do perfil de Dilma Bolada, em julho de 2014, Jeferson Monteiro seguiu com as postagens da personagem durante a campanha eleitoral pela presidência e o início do segundo mandato de Dilma Rousseff. Em 2014, as tirinhas passaram a ter muita popularidade na página, com o surgimento do “Mamãe ama vocês” e do “Valeu falou ou Valeu flw”, que se tornariam marcas da personagem. Em 2015, primeiro ano da segunda gestão Dilma Rousseff à frente do Executivo do Brasil, a popularidade da presidenta continuava a cair.<sup>82</sup> Decisões como a criação do Ministério da Cidadania que retirava o *status* de ministérios das pastas de Mulheres, Igualdade Racial e Direitos Humanos, além da ampliação da quantidade de ministérios que ficariam sob a liderança do Movimento Democrático Brasileiro (PMDB) provocaram duras críticas a Rousseff. Naquele contexto, no fim de setembro de 2015, quando a ameaça do *impeachment* já rondava o Palácio do Planalto, Jeferson Monteiro rompeu novamente com a presidenta e retirou a página Dilma Bolada do Facebook. O retorno da personagem, 22 dias após esse afastamento, marcaria uma nova fase de Dilma Bolada, que duraria por todo o processo de *impeachment*.

---

<sup>81</sup> Assim, o humor se torna uma ferramenta poderosa nas mãos da mídia para ‘criticar’ simultaneamente as decisões e figuras políticas e entreter o público. [...] Sob essa luz, a crítica política bem-humorada, na maioria das vezes, apoia e recicla as visões generalizadas sobre a política, em vez de promover ideias e mudanças radicais (tradução nossa).

<sup>82</sup> De acordo com a pesquisa da Confederação Nacional do Transporte (CNT) do Instituto MDA, a avaliação positiva da presidenta caiu de 11% para 7,7% dos entrevistados, em julho de 2015. Foi o pior desempenho da série histórica das pesquisas da CNT, que começaram em julho de 1998. Até então, o pior índice de aprovação havia sido do ex-presidente Fernando Henrique Cardoso, em setembro 1999, com 8%.

### 5.1.2 Dilma Bolada e o *impeachment*

“Nada restou da Dilma da campanha”. O título da entrevista concedida por Jeferson Monteiro à jornalista Mônica Bergamo,<sup>83</sup> em 30 de setembro de 2015, enfatiza o tom do criador da personagem Dilma Bolada ao anunciar publicamente o rompimento com a presidenta Dilma Rousseff no fim de setembro de 2015. Tanto na citada entrevista, como nas redes sociais, o publicitário disse que não sentia “raiva” da presidenta, mas “mágoa”, e que não podia “continuar fingindo que tá tudo bem”. Em seu perfil pessoal no Facebook, Monteiro escreveu que para Rousseff “só importa o apoio do PMDB e de parte do empresariado para que ela se mantenha lá onde está. Trocou o governo pelo cargo. Não é o governo que eu e mais de 54 milhões de brasileiros elegemos” (MONTEIRO, 30 set. 2019). No mesmo dia, na página de Dilma Bolada, a personagem publicou o videoclipe da canção “Vou festejar”, composta por Jorge Aragão e interpretada por Beth Carvalho. Criador e personagem repetiram, em suas redes sociais, o refrão “Você pagou com traição a quem sempre lhe deu a mão”.

Menos de um mês antes do rompimento de Jeferson Monteiro com a presidenta, a Agência Pepper havia anunciado o fim do contrato de comunicação digital com o PT.<sup>84</sup> Mais uma vez, os supostos pagamentos feitos pela Pepper ao publicitário vieram à tona nas redes sociais como causa para a ruptura, mas Monteiro negou a associação. Disse, ainda, respeitar muito Dilma Rousseff e considerá-la uma mulher honrada, correta e íntegra. Ressaltou que não defendia o *impeachment*. “Jamais vou defender a queda da presidente eleita pelo povo porque isso é golpe” (MONTEIRO, 30 set. 2015). Ao contrário da retirada da página do ar em 2014, em 2015 Monteiro agradeceu diretamente ao público que curti a Dilma Bolada.

Eu agradeço a todos vocês que acompanharam a Dilma Bolada até aqui, durante esses (mais) de cinco anos, que sempre foram super legais comigo, que sempre mandaram mensagens, vocês que seja na internet, pessoalmente, na rua ou em qualquer outro lugar, eu agradeço muito. Muito obrigado a todos vocês (MONTEIRO, 30 set. 2015).

Mas a despedida, novamente, não durou muito tempo. Menos de um mês depois, no dia 21 de outubro de 2015, a personagem ressurgiu no Facebook, com uma nova foto do perfil e a postagem intitulada “Viagem para o futuro” (Figura 16). A foto do perfil é um desenho

<sup>83</sup> BERGAMO, Mônica. “Nada restou da Dilma da campanha”. In: Jornal Folha de S. Paulo, São Paulo, 30/09/2015. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/colunas/monicabergamo/2015/09/1688594-nada-restou-da-dilma-da-campanha-diz-criador-de-dilma-bolada.shtml>

<sup>84</sup>Para mais informações, ver: RODRIGUES, Fernando. “Agência digital do PT anuncia fim do contrato de R\$ 6,4 milhões com partido”. In: Uol Notícias, 10/09/2015. Disponível em: <https://fernandorodrigues.blogosfera.uol.com.br/tag/pepper/> Acesso: 7 mai. 2019.

sobre o *mugshot*<sup>85</sup> de Dilma Rousseff, feito quando foi presa, em janeiro de 1970, aos 22 anos. A imagem é prioritariamente em tons de preto e branco, com detalhes nas cores azul, verde e amarelo. Nem sinal do “vermelho PT”, cor bastante utilizada nas imagens da personagem.

Já o *post* afirma que a personagem viajou no tempo de 21 de outubro de 1975 até 21 de outubro de 2015 e traz o texto: “Porque às vezes é preciso que voltemos ao passado para que sejamos coerentes com nosso futuro” (MONTEIRO, 21 out. 2015) ao lado de uma ilustração em que a personagem aparece sentada no carro do filme *De volta para o futuro* (1985), representando a máquina do tempo que teria transportado a personagem de 1975 até 2015, aterrissando em Brasília. Na imagem, a personagem aparece como uma jovem, vestindo jeans e com os mesmos óculos e corte de cabelo da foto do perfil.

**Figura 16** – Viagem para o futuro. 21 out. 2015



**Fonte:** *fanpage* Dilma Bolada.

Monteiro não dá maiores explicações sobre o retorno de Dilma Bolada. Os comentários feitos pelos internautas variam de mensagens entusiasmadas de boas-vindas a questionamentos de diversos internautas sobre as razões da repentina aparição da personagem, após o alardeado rompimento. A resposta de Dilma Bolada é evasiva: “Não estou entendendo

<sup>85</sup>*Mugshot* é uma palavra usada na língua inglesa (sem tradução para o português) para se referir à foto que é tirada na delegacia quando alguém vai preso. A foto é tirada do rosto da pessoa, que segura uma placa com informações sobre seu processo.

porque estão todos perguntando se eu voltei... VOLTEI DE ONDE?” (MONTEIRO, 21 out. 2015).

A referida publicação compartilha uma matéria do jornal *Folha de S. Paulo* sobre a aprovação, pela Comissão de Constituição e Justiça, de um projeto que dificulta o aborto a vítimas de estupros e pune venda de pílula do dia seguinte. No texto do *post*, a personagem assume uma posição a favor das lutas das mulheres. Essa temática passaria a pautar parte significativa das publicações de Dilma Bolada, a partir de sua mencionada “viagem no tempo”:

Como que um bando de macho engravatado pode decidir o que as mulheres podem ou não fazer com o corpo delas? Jamais imaginei que em pleno século XXI me depararia com tamanho absurdo... Mais que um retrocesso que interfere diretamente na vida de mulheres vítimas de estupro, este projeto negligencia sobre o real problema no país: as milhares de mulheres que morrem em decorrência dos mais de 1 milhão de abortos clandestinos que acontecem todos os anos, pois são tratadas como criminosas. Vergonha! (MONTEIRO, 21 out. 2015)

O retorno de Dilma Bolada marca uma nova fase de temas abordados pela personagem que estavam em sintonia com uma série de manifestações pelos direitos das mulheres realizadas no ano de 2015, que passaram a ser chamadas de Primavera das Mulheres ou Primavera Feminista.<sup>86</sup> Elas foram às ruas lutar por seus direitos, motivadas pelo combate à violência contra as mulheres e pela luta para garantir a manutenção de direitos ameaçados por projetos em pauta no Congresso Nacional, como o de aborto em caso de estupro. Na internet, as vozes das mulheres ecoaram em campanhas, *hashtags* e protestos que viralizaram, como #PrimeiroAssédio #Agoraéquesãoelas e #MeuAmigoSecreto. Jeferson Monteiro buscou inserir a personagem nessa onda de discussões sobre as causas feministas.

Eu vejo toda a minha trajetória de forma muito coerente. Que nem agora. Essa volta dela no tempo coincidiu com outro momento muito importante, que foi essa Primavera das Mulheres. Foi algo que casou sem querer. Tanto que se você for ver os posts lá, a Dilma Bolada já não falava mais. Ela se tornou um canal de comunicação para todas essas causas, sobretudo para a causa feminista. Se você for ver nesse período, nesses dois meses. Do retorno (em 21 de outubro de 2015), até neste mês (dezembro de 2015), foi dedicado exclusivamente a todo esse tipo de coisa. E funcionou muito. Você vê que os posts também eram engajados. (MONTEIRO, dez. 2015. Informação verbal).

---

<sup>86</sup> Essa movimentação coletiva foi denominada por algumas intelectuais e artistas como “A Primavera das Mulheres” ou “A Primavera Feminista” e se singularizou por colocar à mostra diferentes e inovadoras formas de ação desenvolvidas no contexto contemporâneo, bem como a pluralidade das protagonistas envolvidas nesses movimentos. (CRESCÊNCIO; PIRES, 2018. O humor das mulheres e as mulheres no humor: feminismos, riso e arte. In: Revista *Ártemis*, vol. XXVI n° 1; jul-dez, 2018. P.1).

Mas a abertura do processo de *impeachment*, pelo presidente da Câmara dos Deputados, no dia 2 de dezembro de 2015, provocaria uma reação enfática na personagem. O criador de Dilma Bolada explica que decidiu voltar a defender a presidenta porque, apesar de não concordar com as decisões do governo Dilma Rousseff, não defenderia a remoção de uma líder democraticamente eleita. “A minha posição foi ajudar, porque não teria como não estar ajudando agora. Nesse momento, de fato, fala mais alto a empatia que eu tenho por ela, então eu acho que, pelo menos, é defender aquilo que eu acredito” (Informação oral) (MONTEIRO, 12 dez. 2015). Esse retorno será marcado por uma postura mais incisiva de Dilma Bolada, que abandona características frequentemente adotadas em períodos anteriores e constrói narrativas para descrever os acontecimentos políticos dos nove meses seguintes sob sua perspectiva fictícia, com linguagem humorística.

Cabe destacar que, apesar de toda a admiração destinada por Jeferson Monteiro à presidenta Dilma Rousseff, não podemos perder de vista que se trata de uma relação entre gêneros diversos. São duas pessoas que, por princípio, têm uma marca de diferença por pertencerem a categorias diversas, já que ambas estão submetidas a uma cultura alicerçada em uma base que prevê lugares sociais diferenciados para homens e mulheres. Ou seja, por mais que Jeferson Monteiro não se identifique com as características mais marcantes do machismo, há uma diferença que perpassa as relações e ambiências familiares, educacionais e comunicacionais, apenas para citar alguns exemplos.

## 5.2 ESTEREÓTIPOS EM DILMA BOLADA

Até que chega o momento que o *impeachment* é anunciado e a Dilma Bolada tem que voltar. Como ela era e de forma muito *embativa* (sic). Agora, na forma de combate mesmo. Tem todas essas fases. Tem a fase sou linda sou diva, tem a fase exacerbada, tem a fase pop, tem a fase mãe, tem a fase guerrilheira, revolucionária, e agora a gente chega na fase do combate, a fase final, é a última forma. Agora eu tenho mais uma missão. (MONTEIRO, 12 dez. 2015. Informação verbal)

Essa fala de Jeferson Monteiro nos ajuda a perceber que o processo de *impeachment* da presidenta Dilma Rousseff marca uma nova fase da personagem Dilma Bolada. Entre a decisão do então presidente da Câmara dos Deputados, Eduardo Cunha, de autorizar a abertura do processo de afastamento da presidenta, e a saída definitiva do cargo da líder do Executivo, em 31 de agosto de 2016, transcorreram nove meses. Nesse período que, simbolicamente, é o mesmo de uma gestação, alguns acontecimentos tiveram amplo destaque

nas narrativas midiáticas, inclusive nas redes sociais. Tais acontecimentos guiaram a subdivisão temporal da nossa análise. Assim, organizamos o estudo das tensões de gênero na página Dilma Bolada em quatro momentos, a saber:

- a) A abertura do processo de *impeachment* de Dilma Rousseff e os meses que se seguiram a este momento inicial, ou seja, de dezembro de 2015 a março de 2016.
- b) A autorização do processo na Câmara dos Deputados, englobando o mês de abril de 2016.
- c) A autorização do processo no Senado, seguida da saída temporária de Dilma Rousseff do cargo e da presidência interina de Michel Temer, incluindo os meses de maio e junho de 2016.
- d) A defesa de Dilma Rousseff no Senado e sua saída definitiva do cargo, entre 6 de julho e 31 de agosto de 2016.

Iremos analisar os estereótipos de gênero presentes na *fanpage* através do percurso da personagem nessas quatro fases, tecendo os entrelaçamentos possíveis com a linguagem humorística. É nosso objetivo investigar se as narrativas da personagem reforçam estereótipos tradicionais da mulher na política ou se propõem outras abordagens sobre esse lugar de poder.

Na medida em que os estereótipos de gênero são crenças compartilhadas sobre as características, papéis e comportamentos dos indivíduos, eles podem definir as expectativas do comportamento considerado socialmente mais apropriado para as mulheres e homens (BAUER, 2013, p.24). Ao definir funções sociais de acordo com o gênero, esses padrões de conduta relegam as mulheres a atividades domésticas de mães, esposas e cuidadoras, mais relacionadas a atributos como sensibilidade, gentileza e modéstia, e sempre tendo os homens como referencial. Os homens, por outro lado, seriam responsáveis por papéis de liderança, associada a características como assertividade e clareza.

Essa divisão estereotipada baseia-se na extrapolação dos papéis historicamente destinados às mulheres e homens, associando as primeiras à esfera privada e os segundos à esfera pública. O principal problema dessa divisão, como destaca Carole Pateman (1993) é que esse contrato social pressupõe a liberdade do homem e a sujeição da mulher, que é excluída, uma vez que a esfera privada não é considerada politicamente relevante. Historicamente, entretanto, as mulheres não aceitaram pacatamente essa exclusão e vêm conquistando cada vez mais o espaço político. Todavia, o êxito de algumas mulheres e a mudança nas leis, por si só, não promovem uma transformação nos comportamentos, na



estrutura social, nas relações de gênero, nos padrões de socialização e no próprio modelo de cidadania construída a partir da imagem masculina.

Ainda hoje, a divisão estereotipada de papéis pode ter efeitos negativos para mulheres que se comportam de maneira diferente daquela socialmente esperada. O ambiente político demanda, muitas vezes, que as mulheres na política tenham comportamento assertivo e agressivo, mas esses não são estereótipos femininos. Como apontam pesquisas de Kathleen Hall Jamieson (1995), Nichole M. Bauer (2003) e Donnalyn Pompper (2017), essa tensão pode criar um dilema para as mulheres na política, na medida em que precisam escolher se irão romper com essas expectativas de comportamentos baseadas em estereótipos de gênero. Mas este é um caminho repleto de riscos, já que elas podem ser rejeitadas por serem consideradas pouco femininas. Por outro lado, ao seguirem as características culturalmente associadas às mulheres, arriscam-se a críticas negativas de serem politicamente inviáveis ou inapropriadas. Quando os estereótipos amplamente compartilhados não são seguidos por mulheres que ocupam cargos de poder político, podem emergir as tensões de gênero.

As marcas da feminilidade no discurso reduzem a legitimidade da falante, mas a ausência delas é denunciada como uma falha da mulher que não as tem: a emotividade excessiva não é pertinente num político, mas a frieza e a racionalidade não cabem para o sexo feminino. Em suma, o campo político impõe às mulheres alternativas sempre onerosas, de forma bem mais pesada do que faz com seus competidores do sexo masculino (MIGUEL e BIROLI, 2014, p. 106-107).

Esses limites têm reflexos na pequena quantidade de mulheres em posições de poder, com destaque para a política. O efeito dos estereótipos depende da forma e do momento em que eles são alçados pela opinião pública na avaliação das mulheres políticas. Portanto, trata-se de uma ambiência permeada de tensões, cujos efeitos vêm ainda sendo estudados na pesquisa acadêmica de diversos países – e em campos como a psicologia social, a ciência política, os estudos de gênero e a comunicação – para serem melhor compreendidos.

### 5.2.1 Início de percurso

Esta pesquisa envolve uma abordagem quantitativa e qualitativa sobre as postagens de Dilma Bolada no Facebook. Na análise quantitativa, examinamos todas as 466 publicações feitas na referida página Dilma Bolada no período proposto. Fizemos uma tabulação com o conteúdo de cada mês, identificando, para cada postagem, as características pessoais utilizadas e os temas de interesse abordados. Essa divisão baseia-se em estudos que sugerem uma distinção entre estereótipos relacionados a questões de habilidades ou competências e características pessoais (NORRIS, 1997; KAHN e GORDON, 1997; BAUER, 2013). Eles

estão ancorados no entendimento de que a reprodução dos estereótipos corresponde, em muitos casos, à naturalização de características e competências de homens e mulheres.

Entre as postagens analisadas, 173 não apresentaram características pessoais. Por isso, a elas foi atribuída a categoria “Não aplicável”. As características identificadas nas publicações de Dilma Bolada no período foram divididas em 18 categorias, que englobam também outros traços similares, conforme mostra a Tabela 2. A tabela também indica, na terceira coluna, os percentuais de aparição dessas características nas postagens do período, que serão analisados ao longo desta seção. Na sequência, identificamos se os traços encontrados relacionavam-se com estereótipos culturalmente associados aos homens ou às mulheres. Identificamos que 60,82% das características de Dilma Bolada estavam ligadas a estereótipos masculinos. Esse percentual inclui a soma das categorias irônica (20,93%), corajosa (14,72%), dura (10,07%), poderosa (8,13%) e divertida (6,97%).

Já 28,26% dos traços da personagem dialogavam com estereótipos femininos, percentual que corresponde à soma das categorias honesta (17,82%), bonita (4,65%), agradável (2,32%), mãe (1,16%), simples (1,16%), sentimental (0,77%) e feminista (0,38%). Em 11,22% dos casos, não havia associação direta das características encontradas com aspectos tradicionalmente relacionados com a masculinidade ou a feminilidade.

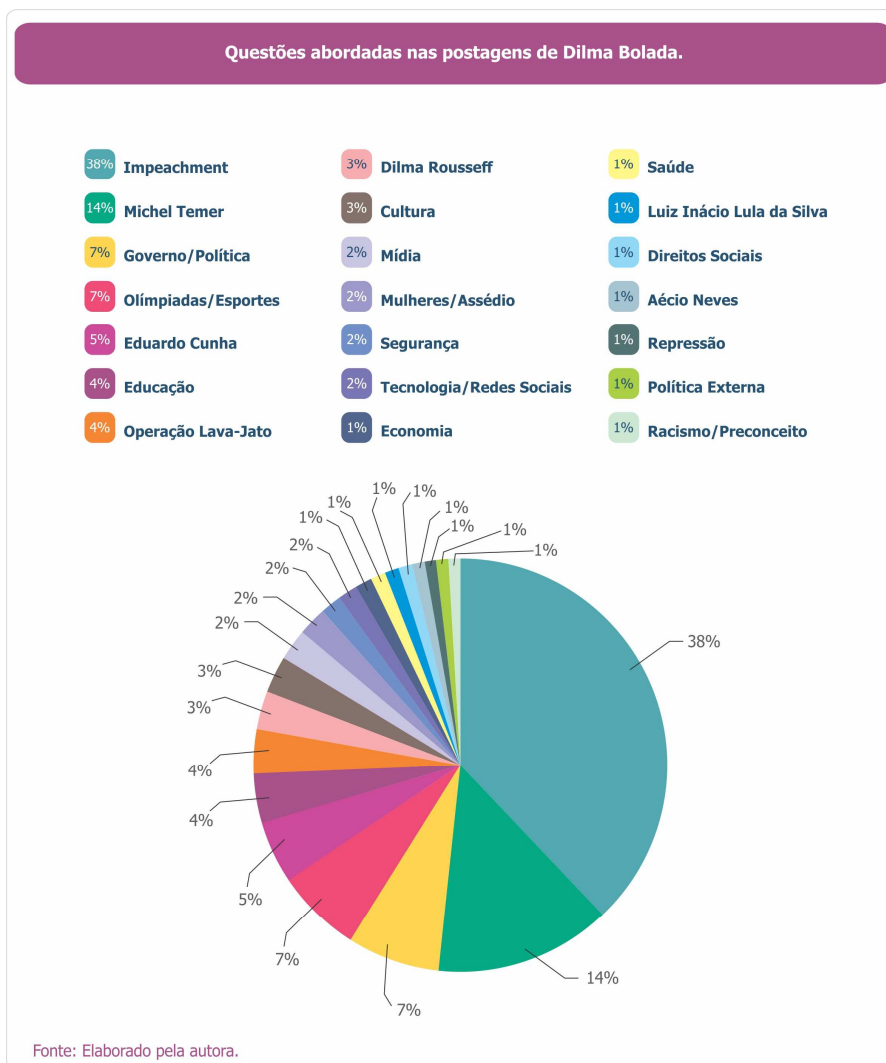
Tabela 2

Características mais frequentes de Dilma Bolada entre dezembro de 2015 e agosto de 2016.		
Categoria	Características	Percentual
Irônica	Sarcástica	20,93%
Honesta	Honrada	17,82%
Corajosa	Brava, destemida	14,72%
Dura	Rude, indignada	10,07%
Poderosa	Vencedora, determinada	8,13%
Divertida	Engraçada, irreverente, atrevida	6,97%
Bonita	Elegante, sexy, fashion	4,65%
Progressista	Democrática	3,1%
Traída	Injustiçada	2,71%
Agradável	Amigável, abençoada	2,32%
Vingativa		1,93%
Pop		1,55%
Mãe		1,16%
Simples		1,16%
Esperta	Criativa	1,16%
Séria		0,77%
Sentimental		0,77%
Feminista		0,38%

Fonte: Elaborada pela Autora

Já a análise dos temas de interesse abordados nas publicações identificou 21 assuntos, conforme mostra o Gráfico 2:

Gráfico 2



Parte significativa das postagens relacionava-se ao período do *impeachment*. Mesmo assuntos como as Olimpíadas ou postagens sobre Aécio Neves e Michel Temer abordavam, diretamente ou transversalmente, o processo de afastamento da presidenta. Diversos estudos analisam as temáticas da agenda de candidatas ou mulheres políticas através da associação desses assuntos a questões e bandeiras tradicionalmente considerados do universo masculino ou feminino (NORRIS, 1997). Como, no caso de Dilma Bolada, o *impeachment* foi o tema predominante no período analisado, não foi possível identificar, entre os assuntos abordados nas publicações, a presença de áreas temáticas mais associadas a homens ou a mulheres. Consideramos que o processo de *impeachment*, por si só, não está relacionado a estereótipos

masculinos ou femininos. O viés de gênero esteve presente muito mais na forma em que o processo, seja nas falas dos políticos durante a votação na Câmara dos Deputados ou nas manifestações nas ruas e nas redes sociais.

A divisão entre estereótipos masculinos e femininos não possui limites rigorosamente rígidos, na medida em que as construções sociais de masculinidade e feminilidade são complexas e dinâmicas e o próprio binarismo dessa separação vem sendo questionado. Entretanto, há estudos que apontam características culturalmente associadas a homens e a mulheres, atributos identificados pelas pessoas como sendo esperados em comportamentos femininos ou masculinos. É o caso de Kathleen Jamieson (1995), que listou características consideradas mais desejáveis para homens e mulheres com base em um estudo feito na década de 1970 (Tabela 3).

**Tabela 3**

<b>Estereótipos de Gênero</b>	
<b>Características Femininas</b>	<b>Afetuosa, alegre, infantil, compassiva, não usa linguagem dura, gentil, ama crianças, leal, tímida, sensível, simpática, compreensiva, cordial, dócil.</b>
<b>Características Masculinas</b>	<b>Atua como um líder, agressivo, ambicioso, assertivo, competitivo, dominante, vigoroso, independente, individualista, autoconfiante, auto-suficiente, personalidade forte, disposto a se posicionar e a correr riscos.</b>

Fonte: elaborada pela autora, baseado em dados de Kathleen Hall Jamieson (1995, p.124).

Em um estudo mais recente, Kathleen A. Dolan (2014) apontou características semelhantes, incluindo que as mulheres em cargos públicos são vistas como mais honestas e mais hábeis de lidar com grupos de cidadãos do que os homens. Por outro lado, os homens são vistos como mais competentes, determinados e melhor preparados para resolver crises.

No caso dos temas de interesse abordados pelas mulheres na política, Kahn e Gordon (1997) explicam que a prevalência de estereótipos de gênero pode levar candidatas a cargos

eletivos a enfatizar questões como educação, saúde, meio ambiente e creches, e a ignorar outras como economia e política externa. Nichole M. Bauer (2013), inclui na lista de áreas consideradas masculinas terrorismo e militarismo. A pesquisadora acrescenta à lista questões que seriam de “gênero neutro” como agricultura, por exemplo.

Na análise qualitativa, identificamos e examinamos individualmente a publicação mais curtida de cada mês analisado na *fanpage*, totalizando nove postagens. A curtida é a maneira mais simples e rápida de interação, porque demanda apenas um clique do internauta. Ela é considerada um dos principais elementos para identificar a popularidade de uma página de rede social. Além da publicação mais curtida de cada um dos meses analisados, examinamos individualmente também alguns outros *posts* que consideramos importantes para o aprofundamento do estudo proposto, por se relacionarem diretamente com questões de gênero.

A metodologia da pesquisa também incluiu a realização de uma entrevista presencial com o criador da personagem Dilma Bolada, o publicitário Jeferson Monteiro, e nove entrevistas com profissionais que acompanharam as postagens de Dilma Bolada a partir de diferentes perspectivas. Nosso intuito foi enriquecer a aprofundar o olhar sobre a *fanpage*, a partir de conversas presenciais ou entrevistas por *e-mail*. A lista de entrevistados os jornalistas Bob Fernandes, a jornalista e professora Cleidiana Ramos, o professor Leandro Colling, o ator Frank Menezes, as publicitárias Marta Dória e Mirtes Santa Rosa, a cantora Nara Gil, o analista digital Vítor Paranhos e a cientista social Marina Brito. Como destacado na introdução, o critério de seleção das fontes baseou-se em suas áreas de atuação – humor, mídia, gênero, *marketing* digital e redes sociais – e em sua aproximação com a personagem, de forma a contribuir com o enriquecimento da análise. Uma lista com informações sobre a atuação de cada entrevistado encontra-se nos anexos desta tese.

### 5.3 “A BATALHA FINAL CONTRA O GOLPE”: ABERTURA DO PROCESSO DE *IMPEACHMENT*

Menos de um ano após Dilma Rousseff assumir seu segundo mandato à frente da Presidência da República, um de seus principais opositores, o então deputado federal e presidente da Câmara dos Deputados, Eduardo Cunha (PMDB-RJ), acolheu o pedido de *impeachment* contra ela. Elaborado pelos juristas Hélio Bicudo, um dos pioneiros do PT, Miguel Reale Júnior, ex-ministro da Justiça do governo Fernando Henrique Cardoso, e

Janaína Conceição Paschoal, advogada e professora de direito da USP, o documento com as denúncias havia sido entregue à Câmara dos Deputados em 21 de outubro de 2015. A deflagração do processo de *impeachment*, entretanto, ocorreu no mesmo dia em que deputados do PT anunciaram que votariam contra Cunha no Conselho de Ética da Câmara, onde ele era investigado<sup>87</sup> por corrupção e lavagem de dinheiro, como parte das investigações do Ministério Público Federal na chamada “Operação Lava Jato”. Apesar das evidências, o presidente da Câmara negou que a abertura do processo fosse uma retaliação.

O início do processo pelo afastamento de Dilma Rousseff do cargo era a confirmação de um ano politicamente ruim para a presidenta. Na verdade, a estratégia para pôr em dúvida a legitimidade do segundo mandato de Rousseff havia começado no ano anterior, após uma dura eleição, vencida com 54 milhões de votos. O candidato derrotado nas urnas, Aécio Neves (PMDB), em conluio com o vice-presidente Michel Temer (PMDB) e o deputado Eduardo Cunha arquitetaram e conduziram parte significativa das manobras que levariam à saída da mulher eleita democraticamente duas vezes para governar o país (ALMEIDA, 2016).

A mandatária protagonizou a pior crise política do seu governo e viu os índices econômicos caírem. Além disso, os índices de popularidade e de avaliação do governo despencaram, conforme citado no Capítulo 4. Essa primeira fase da análise vai de dezembro de 2015 a março de 2016. No fim deste último mês, o PMDB deixou oficialmente o governo Dilma.

Sob o clima desse contexto, a personagem Dilma Bolada entrou em uma nova fase, muito menos maternal e mais corajosa, pronta para o embate, como explicou seu criador, Jeferson Monteiro (12 dez. 2015. Informação verbal). Características como a coragem e a disposição para a luta ficam claras já na primeira postagem de Dilma Bolada feita após o anúncio de abertura do processo de *impeachment*. A referida publicação (Figura 17) marca o posicionamento e o tom das narrativas da personagem nos nove meses seguintes. O *post* apresenta uma fotomontagem de Dilma Bolada vestida com o figurino de luta de Katniss Everdeen, a heroína da saga cinematográfica *Jogos Vorazes*.<sup>88</sup>

---

<sup>87</sup> Eduardo Cunha teve o mandato cassado e foi condenado a 15 anos e 4 meses de reclusão por lavagem de dinheiro, corrupção passiva e evasão de divisas. O ex-presidente da Câmara foi acusado de receber propina de contrato de exploração de petróleo no Benin, na África, e usar contas na Suíça para lavar o dinheiro. Segundo sentença, Cunha embolsou US\$ 1,5 milhão – atualmente, cerca de R\$ 6 milhões de reais. Ele ainda responde a outras duas ações penais.

<sup>88</sup> Lançado originalmente em 2012, o filme estadunidense de ação, aventura e ficção científica *Jogos Vorazes* é dirigido por Gary Ross e baseado no romance de mesmo nome escrito por Suzanne Collins, sendo o primeiro da série quatro de filmes. O enredo desenrola-se na capital de Panem, onde garotos e garotas de 12 a 18 anos devem participar dos Jogos Vorazes, um evento anual televisionado no qual precisam lutar até a morte até que sobre apenas um, que é coroado vencedor. Katniss Everdeen (Lawrence) se voluntaria para tomar o lugar de sua irmã mais nova nos jogos e acaba tornando-se a heroína da história.

**Figura 17** – Que os jogos comecem e que a sorte esteja sempre a seu favor

Que os jogos comecem e que a sorte esteja sempre a seu favor.

“Se me atacá, eu vou atacá.” - BRASIL, Inês.



**Fonte:** *fanpage* Dilma Bolada.

Essa publicação foi a mais curtida pelos internautas no mês de dezembro de 2015 e mostra a imagem da personagem através de uma fotomontagem que une o corpo da protagonista do filme *Jogos Vorazes* ao rosto de Dilma Rousseff. A jovem Katniss Everdeen confia em sua habilidade como caçadora e destreza com o arco, além dos instintos aguçados, na competição mortal. É interessante observar que a protagonista não luta pelo poder, mas pela sobrevivência e pela justiça social. Entretanto, sua luta pela justiça desestrutura todo o sistema de poder vigente. Trata-se, porém, de uma disputa desigual. No começo da batalha, ela tem apenas seu arco e flechas contra a capital. Mas, com o passar do tempo, a heroína começa a ganhar aliados, que se reúnem no distrito 13 para formar uma rebelião.

Essa não foi a primeira vez que Dilma Bolada foi associada à protagonista da saga *Jogos Vorazes*. Em 20 de novembro de 2014, a personagem descreveu suas impressões ao assistir ao filme. Vejamos a interpretação feita pela própria Bolada sobre as semelhanças entre ambas:

[...] Quando terminei de ver o filme, fiquei pensando e cheguei à conclusão de que a história foi completamente inspirada em mim. Pensem comigo: A Katniss foi inspirada em mim: destemida, com personalidade forte, um pouco teimosa, sincera e coração valente. Aceitou o desafio de ir para os



jogos, pois sabia que teria que proteger quem amava e acabou vencendo a primeira vez e fez história, se tornando um ícone. Agora, nesse filme, tem a missão de lutar contra o sistema e mudar tudo para sempre. Apesar de estar meio isolada no 13, onde não pode contar com muitos, e parecer estar sozinha, sabe que o povo está ao seu lado e que é a única esperança para destruir o Presidente Snow ('Neves', em inglês).

O final todo mundo já sabe... ou seja, eu sou a verdadeira TORDA do Brasil que foi escolhida para libertar os 27 distritos e trazer de volta a esperança! Sambei! <3 ÊTA PRESIDENTA CINEMATOGRAFICA!!!

#RainhaDaNação #DivaDoPovo #SoberanaDasAméricas  
 #LibertadoraDos27Distritos #DilmaTributa #TudoSeResolveCom13  
 #JogosVorazes #QueroParticiparDoPróximo #TordaDasAméricas — se sentindo inspirada em Brasília (MONTEIRO, nov. 2014).

É interessante observar como referências da cultura *pop*, a exemplo do cinema, agregam características à personagem. A coragem, a determinação e a bravura, qualidades da heroína do filme, passam a compor o repertório de traços de Dilma Bolada. Não que essa fosse uma novidade para a presidenta Dilma Rousseff e para a personagem analisada, afinal a expressão “coração valente” havia sido amplamente utilizada na campanha presidencial de 2014. Mas aquela expressão – que voltaria a ser usada durante o processo de *impeachment* – era diretamente inspirada no período de juventude em que Rousseff havia combatido a ditadura militar no Brasil. Inclusive a imagem utilizada na campanha era uma fotografia de Dilma Rousseff jovem. A associação com a heroína de *Jogos Vorazes* – uma guerreira que não lutava pelo poder, mas sim por justiça – atualizava a bravura de Dilma Bolada. Uma justiça também perseguida pela personagem ao tentar provar – através de suas narrativas fictícias – a própria inocência. Há também uma referência crítica ao PT, quando a personagem diz estar meio isolada no 13 – o número do PT, e saber que não pode contar com muitos ali, mas sabe que o povo está ao seu lado.

Apesar das semelhanças, é possível notar diferenças nas citadas narrativas de 2014 e 2015 da personagem. Ao contrário do texto leve, de estilo mais espontâneo publicado por Dilma Bolada em 2014, a postagem de 2015 é mais curta e incisiva: “Jogos Vorazes: A Esperança – O Final. O fogo queimarão para sempre. Que os jogos comecem e que a sorte esteja sempre a seu favor. Se me atacá, eu vou atacá (sic)”. O humor da publicação está mais ancorado no inusitado das referências a Katniss Everdeen e à cantora e dançarina Inês Brasil.<sup>89</sup> Mesmo sem nunca ter participado do programa da Rede Globo, muitas de suas frases nas redes sociais tornaram-se memes. Um dos exemplos é a sentença usada por Dilma Bolada

<sup>89</sup> Pouco conhecida na mídia tradicional, a *web* celebridade Inês Brasil ganhou notoriedade após seu vídeo de inscrição para a edição de 2013 do *reality show* Big Brother Brasil, publicado no final de 2012, ter viralizado.

na publicação em análise: “Se me atacá, eu vou atacá” (*sic*) bem em sintonia com o tom combativo da nova fase da personagem.

Diante da expectativa de renúncia da presidenta, as postagens de Dilma Bolada demonstram a sua disposição para contra-atacar e lutar contra o golpe, assumindo uma postura de coragem e bravura. Apesar de a presidenta estar sendo acusada, a personagem não se coloca como vítima. Ao contrário, transforma-se em uma guerreira com autonomia e coragem; empodera-se para desmascarar seus inimigos e provar a própria honestidade. De acordo com a atriz e cantora Nara Gil, filha mais velha do cantor, compositor e ex-ministro da Cultura, Gilberto, Dilma Bolada teve um papel importante ao contribuir para mostrar a força de Dilma Rousseff.

Eu gosto de gente que na hora da luta chega pra frente e diz, vem, vem, vem me atacar! Quer me atacar, então ataque, mostre a cara. Quer falar de mim, fala na minha cara. E eu acho que a Dilma Bolada tem essa característica, ele não foge à luta e ele defendeu a Dilma muito, muito, muito. [...] é outra característica da Dilma Rousseff que foi exacerbada no personagem, essa coisa de não se dobrar, não baixar a cabeça, de ir lá pra frente, mostrar a cara, não ter medo de se mostrar, de se defender. Essa é uma característica bem da Dilma. Ela é uma mulher muito forte, imagina uma pessoa que foi torturada, ela é uma mulher fortíssima (GIL, ago. 2018. Informação verbal).

A publicitária Marta Dória enfatiza a importância do posicionamento da personagem, sobretudo pela liberdade de expressão possibilitada pelo riso. Segundo ela, o humor é fundamental para a política por liberar tensões do próprio campo do poder. Dória explica que Dilma Bolada teve um papel importante nesse sentido, diante da possibilidade de enfrentamento às tensões de gênero exacerbadas durante o processo de *impeachment*. Em sua percepção, cabia à personagem se posicionar, ainda que extraoficialmente, frente a provocações que não eram prontamente respondidas pela presidenta Dilma Rousseff.

Com a personagem Dilma Bolada, eu me senti um pouco de alma lavada, porque as coisas mais duras, mais difíceis, mais escabrosas, tinha um canal que veiculava aquele gostinho da gente de falar para milhões [...]. Mesmo dentro desse ambiente que se transformou num campo de batalha, de ideias completamente retrógradas, onde muitas máscaras caíram, ter um personagem como este, que pega o feminino e que mostra: mas eu também sou isto aqui, eu também sei dar minha estocada, eu também sei dar o meu beliscãozinho que é necessário aqui dentro deste lugar. E ver a repercussão disso significa que nem tudo está perdido (DÓRIA, ago. 2018. Informação verbal).

Uma mudança observada nas postagens de Dilma Bolada desde dezembro de 2015 foi a redução do uso de elementos anteriormente frequentes em suas narrativas como as *hashtags*, que funcionavam como uma síntese divertida da mensagem do *post*. Algumas delas, a exemplo de #RainhaDaNação #DivaDoPovo #SoberanaDasAméricas e #Dilmãe, bastante conhecidas pelo público que acompanhava a *fanpage*, quase desapareceram. Em seu lugar,

surgiram outras que dialogavam com o momento mais combativo da personagem: #nãovaitergolpe, #Dilmockingjay, #PresidentaTorda #CunhaSnow #MichelCoinTemer. As quatro últimas foram escritas em publicações que também associavam Bolada à heroína de *Jogos Vorazes* e relacionavam seus inimigos políticos aos vilões da saga cinematográfica. Nas publicações da página, o novo momento, pós-abertura do processo de *impeachment*, foi denominado de “Batalha final contra o golpe”.

No total, 74 mil internautas curtiram o referido post, que teve o maior número de curtidas também se comparado às publicações feitas na *fanpage* nos meses de janeiro, fevereiro e março de 2016. A Tabela 4 reúne o descritivo de alguns dos elementos usados na análise das quatro postagens mais curtidas entre os meses de dezembro de 2015 e março de 2016. Janeiro e fevereiro tiveram a menor quantidade de publicações mensais dentre todo o período analisado, com 9 e 12 *posts*, respectivamente.

### **Corajosa e poderosa**

Nesta fase inicial do processo de *impeachment*, diversas postagens de Dilma Bolada descrevem a personagem como corajosa e poderosa, duas características que não dialogam com o estereótipo de fragilidade tradicionalmente relacionados às mulheres. Somadas, elas estiveram presentes em 22,85% dos *posts* analisados. Estudos sobre mulheres em posições de liderança (POMPPER, 2017; NORRIS, 1997) mostram que, enquanto homens poderosos são considerados bem-sucedidos, mulheres poderosas são repreendidas por serem ambiciosas e agressivas.

Powerful women – a paradoxical phrase, given that the adjective is not necessary for qualifying men and since most people are not socialized to think about women this way – are held back since they are not considered viable candidates or because they are stereotyped as cold and barely human (POMPPER, 2017, p. 214).<sup>90</sup>





Essas percepções estão baseadas nas crenças partilhadas culturalmente de qual seria o lugar ou o papel da mulher, segundo os papéis sociais constantemente moldados através da divisão histórica entre esfera pública e privada. A associação das mulheres a características como a sensibilidade e a delicadeza acaba funcionando como um sinal de fraqueza ou despreparo para assumir posições de poder. Por outro lado, ao apresentar traços socialmente considerados muito masculinos, as mulheres tendem a ser avaliadas pela opinião pública

---

<sup>90</sup> Mulheres poderosas - uma frase paradoxal, dado que o adjetivo não é necessário para qualificar homens e porque a maioria das pessoas não é socializada para pensar sobre as mulheres dessa maneira - são reprimidas porque não são consideradas candidatas viáveis ou porque são estereotipadas como frias e pouco humanas (Tradução nossa).

como pouco femininas, mulheres fora de lugar, produzindo um paradoxo. Nesse sentido, mulheres que ocupam cargos elevados na política e em outras áreas devem parecer poderosas e, ao mesmo tempo, apropriadamente femininas. Esse é um campo de tensão comumente encontrado por mulheres em altas posições políticas.

**Tabela 4**

Postagens mais curtidas na fanpage Dilma Bolada entre dezembro de 2015 e março de 2016						
Mês	Quant. Posts	Post mais curtido/ data	Curtidas	Compartilhamentos	Imagem	Texto
Dez 2015	70	 02/12/2015	74.000	17.358	<p>Cores predominantes: vermelho (roupa) e branco.</p> <p>Recurso usado: fotomontagem presidenta Dilma Rousseff e personagem cinematográfica Katniss Everdeen.</p> <p>Referências cultura pop: Filme "Jogos Vorazes" (2012) e a web celebridade Inês Brasil. Hashtags: não.</p>	<p>Que os jogos comecem e que a sorte esteja sempre a seu favor.</p> <p>"Se me atacá, eu vou atacá"-BRASIL, Inês.</p> <p>JOGOS VORAZES: A ESPERANÇA – O FINAL</p> <p>O FOGO QUEIMARÁ PARA SEMPRE.</p>
Jan 2016	9	 04/01/2016	27.000	6.722	<p>Recurso usado: compartilhamento de postagem de internauta.</p> <p>Referências: protesto contra o governo federal e contra o aumento da passagem de ônibus. Hashtags: não.</p>	<p>Li apenas verdades. O camarada pega a sua caminhonete de luxo (que custa 150 mil reais) acelera contra a vidraça do Ministério da Fazenda, diz que fez isso em "sinal de protesto contra o governo" e vira herói da elite: "coitado! perdeu a cabeça! Ninguém aguenta mais tanto imposto", eles dizem. O trabalhador que anda de ônibus lotado, um dia se enfurece e, num protesto contra o aumento da passagem, taca uma pedra na vidraça de um banco: "VÁNDALO!", grita a elite enfurecida. "Tem que prender esse vândalo! Marginal! Bandido!". Porque nossa elite é coerente, não é mesmo?</p>
Fev 2016	12	 03/02/2016	60.000	21.157	<p>Cores predominantes: branco, verde e amarelo (faixa presidencial).</p> <p>Recurso usado: compartilhamento de postagem da própria Dilma Bolada no Twitter.</p> <p>Referências: Pânico durante pronunciamento de Dilma Rousseff. Hashtags: não.</p>	<p>Pânico durante meu pronunciamento sobre a gravidade da epidemia do Zika Virus comprova que a microcefalia atinge também adultos.</p>
Mar 2016	58	 23/03/2016	46.000	25.920	<p>Cores predominantes: branco, cinza.</p> <p>Recurso usado: Fotomontagem da presidenta Dilma Rousseff. Card estilo meme.</p> <p>Referências: Lista de réus de crimes de corrupção na Operação Lava Jato. Número 13, símbolo do Partido dos Trabalhadores. Hashtags: não.</p>	<p>Já li 13 vezes a lista e não vi meu nome.</p> <p>Já os da Comissão de Impeachment...</p>

Fonte: elaborada pela autora.

É interessante observar que na primeira publicação da fanpage Dilma Bolada após a abertura do processo de *impeachment* (Figura 17), a imagem da personagem é construída a partir da combinação de elementos que podem ser associados a características tradicionalmente masculinas e femininas. Se por um lado, ela está armada e representa uma guerreira – e a guerra é estereotipada como um lugar masculino – por outro, suas roupas e forma física reproduzem a sensualidade da protagonista da mencionada saga Hollywoodiana. Vale destacar que, enquanto a protagonista do filme tinha 16 anos no primeiro episódio, a presidenta Dilma Rousseff contava 68 anos.

A esse respeito, cabe sinalizar que a idade avançada e o peso elevado são estereótipos negativos para mulheres em geral, também aplicados ao contexto político. A mídia é persistente em atacar mulheres politicamente ativas com base em sua aparência física. (POMPPER, 2017, p. 210). Por vezes, os critérios de noticiabilidade da mídia empresarial revelam como esses estereótipos ainda guiam a cobertura jornalística. Exemplo disso foi a cobertura midiática da cerimônia de posse da presidenta Dilma Rousseff, em 1º de janeiro de 2011. O fato jornalístico inédito da primeira presidenta do país que, diferentemente de seus antecessores, subia a rampa do Planalto acompanhada de sua filha, Paula Rousseff, foi escamoteado. Se o sufrágio era uma vitória recente – já que a conquista do voto feminino só aconteceu em 1932 no Brasil – o triunfo das mulheres nas urnas é realidade apenas para 15% dos cargos na Câmara dos Deputados e 14% no Senado.<sup>91</sup> Mas a importância de ter uma mulher à frente do Poder Executivo, pela primeira vez no país, não teve destaque em toda a cobertura. De acordo com alguns veículos jornalísticos, o que “roubou a cena” foi “a beleza da vice-primeira-dama” (RUBIM e ARGOLLO, 2018, p. 13). Houve, portanto, o esquecimento da importância do que aquele momento representava para a história política do país, fato inclusive ressaltado no discurso de posse de Dilma Rousseff. Ao contrário disso, o destaque foi dado à beleza da vice-primeira-dama. Uma demonstração de que, em pleno século XXI, essa é a característica que mais importa à mulher. Marcela Temer brilhou sob os holofotes porque, segundo os estereótipos de gênero, a beleza é uma característica relacionada à mulher e, sem esse atributo, a mulher estaria fora de lugar.

A aparência, dessa vez, a da própria presidenta, também foi destacada na cerimônia de posse de seu segundo mandato, em 2 de janeiro de 2015. Como demonstra a manchete do jornal *O Globo*: “Conjunto de saia e blusa nude rendados utilizado na posse mostrou uma mulher leve”. O próprio texto demonstra a cobrança pública diante da forma física da líder

---

<sup>91</sup> Dados da pesquisa Women in national Parliaments da Inter-Parliamentary Union. Disponível em: <http://archive.ipu.org/wmn-e/classif.htm>. Acesso em: 31 de maio de 2019.

política: “Mesmo que internautas tenham feito montagens comparando a roupa de Dilma à capa de um botijão de gás, o ‘look do dia’ da presidente mostrou que ela está por dentro do assunto” (DUVANEL, 2 jan. 2015).<sup>92</sup> Ou seja, não basta estar bem-vestida, é preciso estar magra e, ademais, ser jovem. Exatamente como a protagonista do filme *Jogos Vorazes*. A respeito da aparência da personagem no *post*, a internauta Carla Pugliese comenta: “Mamis... Esses peitos estão espetaculares!!! Quero um par desse pra mim! Pra enlouquecer os boys por aí. #arrasou” (dez. 2015).

Essa combinação entre o estereótipo de ser sensual e bonita e, ao mesmo tempo, poderosa e corajosa, sinaliza uma possível tensão de gênero, na medida em que as mulheres podem ser criticadas se forem muito femininas ou, por outro lado, questionadas por serem muito masculinas. Ao associar essas referências com elementos da cultura *pop*, em uma linguagem que dialoga com o humor, Dilma Bolada constrói uma narrativa que nos parece distensionar esse aparente paradoxo da imagem e do comportamento socialmente esperados da mulher. O humor vem do próprio inusitado da cena: uma presidenta vestida como uma heroína do cinema, que é, ao mesmo tempo, *sexy* e empoderada. A sensualidade da personagem Katniss Everdeen não a torna um objeto; ela posiciona-se como sujeito e senhora de suas decisões ao longo da trama. Dilma Bolada toma para si essas marcas da protagonista de *Jogos Vorazes*: uma mulher que luta para salvar os oprimidos e que é destemida, disposta a colocar a própria vida em perigo em nome da justiça.

O ambiente da rede social nos parece fundamental para a elaboração dessas narrativas por onde transitam estereótipos. Além das ferramentas de edição que permitem a montagem de fotos e vídeos, a possibilidade de interação faz com que os internautas sejam sujeitos ativos na construção e na interpretação das narrativas tecidas pelo criador de Dilma Bolada, Jeferson Monteiro. Entre os 10 mil comentários feitos na referida postagem, está o de um internauta que nomeou outra referência trazida pelo *post*, a cor do PT, batizada por Dilma Bolada de “vermelho PT”: “Vestida e armada de vermelho PT! Já sentada esperando o triunfo final!” (2 dez. 2015). Outro usuário associa o distrito de onde vem a protagonista do filme ao número do PT. “Se ele acha que nos derrotou, então precisa ver a força do distrito 13!” (2 dez. 2015).

O *post* inspirou o uso das mesmas referências em outras publicações na *fanpage*. Em uma delas, a internauta Tita Rodrigues Paiva comenta: “Estaremos de olho nesses pérfidos da

---

<sup>92</sup> DUVANEL, Talita. Dilma acertou na escolha de modelito para posse, dizem consultores de moda. In: Jornal O Globo. 02/01/2015. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/brasil/dilma-acertou-na-escolha-de-modelito-para-posse-dizem-consultores-de-moda-14951255#ixzz5GfYjGeiP>. Acesso em: 2 de junho de 2018.

Capital e no povo massa de manobra com síndrome de Peeta<sup>93</sup> lavagem cerebral noiado rs. Sairá a rebelião do Distrito 13 contra Cunha Snow renascendo a Esperança de um país mais consciente e combativo. Mas, vamos melhorar, Dilma! :)” (13 dez. 2015). Muitos dos comentários feitos por internautas mostram a possibilidade de construção coletiva de significados, em geral, tendo como ponto de partida as postagens. Diferentemente dos espaços tradicionais de exercício da política, com seus espaços de participação cidadã mais bem delimitados formalmente, a ambiência da rede social é mais convidativa ao público, porque a ele também é dada a possibilidade de construir a realidade, de opinar e, em diversos casos, obter uma resposta e dialogar com a própria Dilma Bolada.

Aliado a isso, as redes sociais podem conectar figuras públicas diretamente aos internautas, sem a necessidade de um intermediário. Entretanto, apesar de *sites* de redes sociais como o Twitter e o Facebook terem o potencial de estimular um novo e democrático tipo de conversa, por meio do contato direto com os que estão no poder, na prática isso raramente acontece. Assim como as cartas enviadas aos governantes, as mensagens direcionadas aos políticos em redes sociais são lidas e respondidas por suas equipes de comunicação. Isso não acontecia com Dilma Bolada porque os comentários nas publicações de sua *fanpage* eram respondidos pela própria personagem. Essa resposta diferencia-se da interação de muitos perfis oficiais de autoridades, em geral mais polidos e “distantes”.

### **Honesta**

Nesta fase inicial do processo de *impeachment*, a postagem que teve maior número de compartilhamentos (25.920) remetia à honestidade da personagem. A referida publicação (Figura 18), que foi também a mais curtida pelos internautas na *fanpage* no mês de março de 2016, usa uma fotografia real de Dilma Rousseff com a seguinte frase, em estilo meme: “Li 13 vezes a lista e não vi meu nome. Mas os da Comissão do Impeachment...”. O questionamento da personagem referiu-se à Comissão de *impeachment* responsável pelo julgamento da presidenta Dilma Rousseff.

Uma das narrativas bastante utilizadas nas publicações de Dilma Bolada afirma que os políticos responsáveis pelo julgamento da presidenta no processo de *impeachment* não tinham

---

<sup>93</sup> A internauta associa o enredo do filme ao contexto político do Brasil no período. Na trama, o namorado da heroína Katniss Everdeen, Peeta, sofre uma lavagem cerebral e fica alienado – para ser salvo depois pela própria Katniss. Segundo essa interpretação, ele representa o povo manipulado; a capital seriam as estruturas de poder dominante, como a própria mídia, que teve papel fundamental para manipulação da opinião pública no período. O vilão Snow, presidente da capital, é a representação de Eduardo Cunha. Em publicações posteriores, o então vice-presidente Michel Temer ganharia o papel oficial de inimigo nas postagens de Dilma Bolada. Outro

condições éticas de fazê-lo porque eram suspeitos de crimes de corrupção. Como a personagem afirmaria em outro *post*, eles tinham currículos que “não resistiriam a uma busca rápida no Google”. Essa linha narrativa mostra uma presidenta inocente, atacada por inimigos corruptos. Há uma contraposição explícita entre a honestidade da presidenta e a desonestidade de seus adversários políticos. Porém, cabe destacar que essa construção do argumento da inocência da personagem baseia-se na oposição. Ou seja, em diversos momentos Dilma Bolada ancora a própria inocência na culpabilidade de seus adversários, o que nos remete à construção da mulher em relação ao outro. No caso do processo de *impeachment*, essa imagem do outro foi representada, majoritariamente, por homens brancos heterossexuais.

**Figura 18** - Dilma Bolada lê a lista de réus de crimes de corrupção na Operação Lava Jato



**Fonte:** *fanpage* Dilma Bolada. (MONTEIRO. Facebook. 23 mar. 2016)

Essa linha narrativa é observada em postagens da personagem publicadas em outros momentos do processo do *impeachment*. Em grande parte dos casos, Dilma Bolada tenta mostrar a própria honestidade a partir da comparação com seus adversários políticos, e não com base em fatos e feitos de sua biografia. A personagem foi mostrada como honesta em 17,82% das postagens analisadas. Essa argumentação fica mais clara em publicação feita na *fanpage* em 15 de abril do mesmo ano, que destaca: “New York Times: Honesta, Dilma é alvo de conspiração de criminosos corruptos” (MONTEIRO, abr. 2016). O *link* da postagem

---

adversário político, Aécio Neves, também faria, às vezes, de vilão na paródia do filme *Jogos Vorazes*, inclusive com destaque para a coincidência dos nomes já que *Snow*, em português, significa neve.



leva a uma notícia do *Huffpost* sobre a matéria do periódico estadunidense. “[Simon] Romero [correspondente do NYT no Brasil] classifica Dilma como ‘uma raridade entre a maioria dos políticos do Brasil’: não pesam, sobre ela, acusações de corrupção ou de roubo de dinheiro público”.<sup>94</sup>

A linha narrativa adotada pela personagem sobre a honestidade da líder política a constrói como destoante do comportamento dos políticos brasileiros, uma estranha no naquele meio. Mesmo referindo-se a uma característica positiva, como o fato de ser honesta, ela é descrita como “uma raridade” no seio do grupo que historicamente e majoritariamente transita nesse espaço de poder. Uma percepção que pode provocar o entendimento de que a política não é um lugar apropriado às mulheres.

Cabe destacar que postagens como a que liga o conteúdo da página, através de um *link*, a um *site* de notícias, podem borrar os limites entre a criação fictícia e a presidenta Dilma Rousseff, na medida em que, ao clicar no *link*, o internauta é levado a uma notícia publicada na mídia sobre Dilma Rousseff. Ou seja, da *fanpage* fictícia, com apenas um clique, o olhar do público é conduzido a um *site* jornalístico tradicional, com uma notícia que reitera o discurso da personagem fictícia, a partir de narrativas jornalísticas sobre a presidenta.

Nessa perspectiva, é inevitável observar que muitos comentários feitos na referida postagem se referiram à própria presidenta, e não à personagem, um indício da associação que o público que acompanhava a página fazia entre Dilma Bolada e Dilma Rousseff. O reconhecimento da honestidade da presidenta é explícito em muitos dos 1.400 comentários, inclusive de opositores de Dilma Rousseff. É o caso do usuário Rodrigo Silva, que escreve: “Apesar de ser pro impeachment tenho de concordar com esse post, mas não finjam que o Lula não tem nada a ver com esses esquemas. Se brincar a Dilma deve ser a única política honesta atualmente, mas é burra”.<sup>95</sup> O comentário teve 11 respostas; todas concordavam com a honestidade da presidenta e algumas defenderam a sua manutenção no cargo, mas nenhuma delas questionou o fato de Dilma Rousseff ser chamada de burra. A internauta Milena perguntou se ser burra era motivo para o *impeachment*. Ou seja, mesmo entre aqueles que se posicionavam contra o *impeachment* sem crime de responsabilidade fiscal, havia quem concordasse com a narrativa da incompetência da líder do Executivo. Já a usuária Ana Rita

<sup>94</sup> BAZZO, Gabriela. "New York Times critica hipocrisia de líderes pró-impeachment de Dilma: 'acusados de corrupção, fraude e abusos aos direitos humanos'". In: HuffPost, 15 abr. 2016. Disponível em: [https://www.huffpostbrasil.com/2016/04/15/new-york-times-critica-hipocrisia-de-lideres-pro-impeachmentde\\_a\\_21692486/?fbclid=IwAR2sw5tVeUqiz3jM4ukZNP29fSzLqXva1ODXO0CH7xZDW19SbNWefJoUJfc](https://www.huffpostbrasil.com/2016/04/15/new-york-times-critica-hipocrisia-de-lideres-pro-impeachmentde_a_21692486/?fbclid=IwAR2sw5tVeUqiz3jM4ukZNP29fSzLqXva1ODXO0CH7xZDW19SbNWefJoUJfc). Acesso em: 10 fev. 2019.

<sup>95</sup> SILVA, Rodrigo. Facebook, 23 mar. 2016. Disponível em: <https://www.facebook.com/DilmaBolada/photos/a.107280846077248/812904878848171/?type=3&theater>

Donassolo afirmou que, entre todas as mulheres, a presidenta é a “menos burra”. Um comentário que nos aponta diretamente para a associação estereotipada feita “entre todas as mulheres” e incompetência, na medida em que a internauta posiciona Dilma Rousseff como a “menos burra” e exclui os homens do gênero que compartilharia a alegada burrice.

Esse tipo de visão essencialista pressupõe que as mulheres formam um grupo homogêneo, assim como a leitura de que as mulheres seriam menos corruptas do que os homens em cargos políticos, também menos inteligentes e capazes. O mito da incorruptibilidade das mulheres não é, obviamente, novo; baseia-se em noções essencialistas da mais elevada natureza moral das mulheres, cuja experiência de vida e de educação se baseia nos cuidados com os demais, e em uma suposta propensão para levar esse atributo para a vida pública e, particularmente, para a política. De acordo com essa perspectiva, justamente por terem sido responsáveis pela economia e pelos cuidados domésticos ao longo de séculos, missões cumpridas com amor, dedicação e zelo, as mulheres seriam capazes de fazer governos mais honestos e menos corruptos do que os homens.

Por outro lado, a pesquisadora francesa Olívia Gazalé<sup>96</sup> (2019) explica que houve uma crise da virilidade masculina no século XVII, com a aparição do “honnête homme”, o homem honesto, civilizado e cortês, com espírito de fineza. Daí podemos depreender que não é nova essa associação entre honestidade e feminilidade em um nível que, ao se aproximar desses atributos, o homem poderia ser visto como menos masculino.

A suposta maior honestidade das mulheres foi defendida inclusive no balanço sobre a igualdade de gênero divulgado pelo Banco Mundial.<sup>97</sup> Intitulado “Engendrando o desenvolvimento” (2001), o estudo aponta a existência de uma relação direta entre a quantidade de mulheres na vida pública e baixos níveis de corrupção governamental. O relatório conclui que essa descoberta empresta “apoio adicional para ter mais mulheres na política e na força de trabalho – já que elas poderiam ser uma força efetiva para uma boa confiança do governo e dos negócios” (Banco Mundial, 2001, p. 96).

“Em todo o mundo, mulheres líderes frequentemente tentam afastar desconfianças e críticas em relação a seu gênero, assegurando que seus interesses em política são os de uma mãe, uma guardiã, a cuidadora de uma nação”, escreve Anne Marie Goetz (2007), da Universidade de Sussex, no Reino Unido, em seu artigo “Political Cleaners: Women as the

---

<sup>96</sup>Entrevista com Olívia Gazalé. In: EICHENBERG, Fernando. "Futuro do feminismo depende de reinvenção de masculinidade, afirma autora". Folha de S. Paulo, São Paulo. 8 mar. 2019. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrissima/2019/03/futuro-do-feminismo-depende-de-reinvencao-de-masculinidade-afirma-autora.shtml>. Acesso em 08 de março de 2019.

New Anti-Corruption Force?”, ou seja, “Faxineiras políticas: como as mulheres são a nova força anticorrupção. Há evidência disso?”. Não podemos esquecer que, em pouco mais de um ano de governo, a presidenta Dilma Rousseff substituiu sete ministros alvejados por denúncias de corrupção e de enriquecimento ilícito.<sup>98</sup> Diferentemente do que aconteceu em governos anteriores, as ações da primeira mulher à frente da presidência ganharam o epíteto de faxina, em óbvia referência aos afazeres domésticos. A limpeza ou faxina ética da presidenta foi lembrada ao fim do seu primeiro mandato por coberturas como a do jornal *O Globo*, em contraposição ao cenário em 2014: “Primeiro mandato de Dilma começou com faxina ética e termina com escândalo na Petrobras”.<sup>99</sup>

A esse respeito, Goetz (2007) problematiza a formação do mito de que as mulheres tendem a ser menos corruptas que os homens. Ela explica que o desafio de aumentar o número de mulheres na vida pública, há muito defendido pelas feministas como uma questão de direitos humanos e justiça democrática, pode agora ser visto como um ganho de eficiência – mais mulheres no poder podem ter o efeito de reduzir a corrupção. Esse argumento, entretanto, carece de solidez, já que a relação causal entre o número de mulheres na arena pública e a extensão ou tipo de atividade corrupta não é muito clara. Investir no mito da natureza incorruptível das mulheres, em vez de investigar as razões desse comportamento e as estratégias para o seu combate, desloca a discussão de importantes questões para a equidade de gênero.

É interessante observarmos a conformação dos estereótipos associados à feminilidade. Mesmo os adversários políticos da presidenta aceitam que a personagem seja honesta, uma qualidade socialmente considerada apropriada para uma mulher. Por outro lado, até internautas que defendiam a manutenção de Dilma Rousseff no cargo não combateram a afirmação de sua incompetência, o que pode denotar que também a consideravam incompetente. Um paradoxo que nos remete à tensão de gênero descrita por Kathleen Jamieson (1995) como feminilidade *versus* competência. Ou seja, uma mulher não pode ser, ao mesmo tempo, feminina e competente. De acordo com essa suposição, as mulheres que exercitam seus cérebros e músculos em público são consideradas difíceis, ativas,

---

<sup>97</sup> World Bank, 2001, Engendering Development Through Gender Equality in Rights, Resources and Voice, A World Bank Policy Research Report, Oxford University Press, Oxford.

<sup>98</sup> “Demite-se sétimo ministro de Dilma por corrupção”. In: Diário de Notícias, 2 fev. 2012. Disponível em: <https://www.dn.pt/globo/cplp/interior/demite-se-setimo-ministro-de-dilma-por-corrupcao-2281350.html>. Acesso em: 17 de maio de 2019.

<sup>99</sup> KRAKOVICS, Fernanda. “Primeiro mandato de Dilma começou com faxina ética e termina com escândalo na Petrobras”. In: Jornal O Globo. 31 dez. 2014. Brasília. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/brasil/primeiro-mandato-de-dilma-comecou-com-faxina-etica-termina-com-escandalo-na-petrobras-14940078>. Acesso em 17 mai. 2019.

determinadas, competentes e masculinas. Já aquelas que exercitam o “útero”, aqui simbolizando atribuições ligadas à esfera doméstica, são identificadas como passivas, acolhedoras, cordiais e femininas. Como a honestidade integra a lista de características femininas, ser apresentada como honesta – e feminina – remete à tensão de gênero que afasta as mulheres da imagem de serem competentes.

### **Irônica**

Sendo Dilma Bolada uma personagem do humor, não é exatamente uma surpresa o fato de que essa seja a característica mais frequente nas postagens analisadas. A personagem foi irônica em 20,93% das publicações do período. O humor é utilizado no discurso de diversos políticos, inclusive para criticar ou desacreditar seus adversários, sem necessariamente serem rudes. Em geral, o humor atinge um público abrangente e é avaliado positivamente na maioria das sociedades contemporâneas, além de ser associado positivamente à liderança. Não por acaso, muitos políticos costumam usar expressões descontraídas ou engraçadas quando falam a grandes audiências (TSAKONA e POPA, 2011, p. 6-7). Ademais, dados do Pew Research Center<sup>100</sup> mostram que é cada vez maior a quantidade de pessoas que se informam sobre política através de programas humorísticos, o que indica a crescente importância do humor para os meios de comunicação e para a conformação do campo político na contemporaneidade.

As autoras destacam, ainda, o potencial de agendamento de temas entre seu público. A teoria do agendamento ou *agenda setting* defende que o público tende a dar mais importância aos assuntos que têm maior exposição na mídia. Assim, ainda que os meios de comunicação não sejam capazes de determinar como os indivíduos pensam, definindo suas opiniões e preferências, eles definem significativamente os temas sobre os quais eles pensam. Assim, a agenda da mídia tem impacto na definição da agenda do público, segundo os temas tratados, mas também de acordo com as formas de caracterização e valoração desses temas (McCOMBS, 2009). Essa agenda temática, entretanto, é inseparável dos enquadramentos que organizam o acesso aos temas, ou seja, das molduras que tornam os temas visíveis nas narrativas em que são apresentados.

A partir da definição dos enquadramentos como esquemas simplificadores, ancorados em referências compartilhadas, sem as quais não teria efeito, é possível aproximá-los do conceito de estereótipos. Nesse sentido, a repetição de referências a determinadas formas de

---

<sup>100</sup>Disponível em <http://www.journalism.org/2010/05/23/new-media-old-media/>. Acessado em 25 jan. 2017.

enquadrar acontecimentos e caracterizar indivíduos e grupos sociais organiza o mundo em narrativas relativamente estáveis, posto que já cristalizadas.

É nesse sentido que os estereótipos são a peça-chave para que essas narrativas cristalizadas tenham eficácia. As imagens tipificadas dos grupos sociais permitem mobilizar, mais do que referências comuns, julgamentos que, compartilhados, dão sentido aos acontecimentos. Os enquadramentos e os estereótipos que lhes dão sustentação se exprimem por meio de códigos morais relativamente estáveis. (BIROLI, 2011, p. 90)

Consideramos a *fanpage* Dilma Bolada um espaço de construção de narrativas diferenciadas sobre a atuação da mulher na política, na medida em que essa criação fictícia, inspirada na primeira mulher a assumir a presidência do Brasil, é construída através de uma linguagem humorística. A ironia e o sarcasmo, duas características marcantes do humor presentes nas narrativas de Dilma Bolada, são atributos que podem estar associados às tensões de gênero enfrentadas pelas mulheres na política. Apesar de ser desejável em posições de liderança (TSAKONA e POPA, 2011), o humor não é considerado uma característica apropriada para mulheres.

A professora do Instituto de Letras da Universidade Federal da Bahia (UFBA), Alba Valéria Tinoco Alves Silva (2010) explica que a presumida e lamentada incapacidade da mulher para o humor era uma constante não apenas em estudos de críticos e acadêmicos, “mas também nos textos de mulheres humoristas que afirmavam estar escrevendo humor apesar de saberem que as mulheres não eram capazes de tal feito” (2010, p. 4). Esse tipo de argumentação não está em um passado distante. No dia 8 de março de 2007, Dia Internacional da Mulher, data em que a mídia usualmente homenageia as mulheres em suas coberturas jornalísticas, o jornal *Folha de S. Paulo* publicou o artigo “Por que as mulheres não são engraçadas?”, de Christopher Hitchens. No texto – que havia sido publicado em janeiro do mesmo ano na revista *Vanity Fair*<sup>101</sup> – o ensaísta diz que pelo fato de o humor ser um sinal de inteligência, os homens não querem que as mulheres sejam engraçadas. A superficialidade e o sexismo dos argumentos vão da suposição que os homens “não têm muita saída senão ser engraçados” porque “a tarefa mais importante que o homem precisa desempenhar na vida é impressionar o sexo oposto”<sup>102</sup> até a crença de os homens quererem as mulheres como plateia e não como concorrentes.

Enquanto as mulheres, abençoados sejam seus corações ternos, prefeririam que a vida fosse justa e até mesmo doce, em lugar da confusão sórdida que

<sup>101</sup> O artigo foi publicado em janeiro de 2007 sob o título de “Why women aren’t funny?” Disponível em: <https://www.vanityfair.com/culture/2007/01/hitchens200701>

<sup>102</sup> HITCHENS, Christopher. Homem quer mulher como plateia. *Folha de S. Paulo*, São Paulo, 08 mar. 2007. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq0803200707.htm>

ela é. Piadas sobre consultas médicas calamitosas, visitas ao psiquiatra ou ao banheiro, ou então sobre desafogar as frustrações sexuais com bichinhos de estimação peludos, são do reino masculino (HITCHENS, 08 mar. 2007).

A questão do que é próprio ou impróprio para uma mulher, ou melhor, para algumas idealizações da mulher, cristalizada em noções estereotipadas como “menina educada”, “moça de família”, “mulher de bem” e “senhora de respeito”, talvez seja um dos fatores mais preponderantes por trás da ideia de que a mulher é refratária ao humor. Existe um conjunto de valores e expectativas culturais embutido nesses estereótipos. Guardadas as devidas diferenças culturais, eles estão relacionados a atributos como gentileza, graça, inocência, bondade, limpeza e virtude. Entre as consequências que esse código de conduta pode acarretar, uma é particularmente contraproducente para o humor: a expectativa de que as mulheres sempre tenham bons sentimentos, ao passo que a comédia necessita de uma dose de agressividade, sátira e zombaria (SILVA, 2010, p. 11). Nessa perspectiva, a autora conclui que liberdade intelectual, independência e senso de humor guardam entre si certa interdependência.

A percepção e a criação do humor são atividades intelectuais que permitem perceber a ironia e a incongruência de uma situação e, ao mesmo tempo, mantê-las a certa distância para ser capaz de brincar. E aqueles que negam à mulher o senso de humor estão, na verdade, negando-lhe primeiramente sua capacidade de pensamento lógico (SILVA, 2010, p. 11).

A relação histórica das mulheres com a esfera privada também é considerada contraproducente para o humor (SILVA, 2010). A associação da comédia com a liberdade intelectual e a independência relaciona esse tipo de linguagem com a esfera pública. O estranhamento diante da presença da mulher no espaço público está também conectado à voz pública dessas mulheres, como explica a pesquisadora britânica Mary Beard (2018). A autora relaciona o falar em público com o humor ao narrar o episódio em que foi atacada em seu próprio perfil pessoal no Twitter, e criticou o aspecto misógeno dos comentários. Na ocasião, uma revista britânica repercutiu da seguinte forma o caso: “A misoginia é realmente chocante, *choramingou* ela” (p. 40, grifo da autora). Beard problematiza as palavras usadas para se referir às mulheres, a exemplo do verbo “choramingar”. O contraponto seria “homem não chora”. Essas palavras “sustentam um vocabulário que age para solapar a autoridade, a força e até o humor do que uma mulher tem a dizer” (SILVA, 2010, p.40).

As três características – autoridade, força e humor – são frequentes nas publicações de Dilma Bolada. Na postagem mais curtida do mês de fevereiro de 2016 (Figura 19), o humor

vem sob a forma da ironia, quando a personagem critica o chamado “panelaço”<sup>103</sup> realizado durante um pronunciamento de Dilma Rousseff em rede nacional de rádio e TV. Na ocasião, a presidenta fez um alerta de utilidade pública sobre a epidemia de Zika vírus e o aumento do número de casos de microcefalia. Organizados por movimentos que pediam o *impeachment* da presidenta – Movimento Brasil Livre (MBL), Vem pra Rua e Revoltados On Line em suas páginas na internet, muitos dos protestos aconteceram em bairros de classe média e alta de capitais brasileiras.<sup>104</sup>

Na publicação, feita logo após o pronunciamento da presidenta na tevê, a personagem afirma: “Panelaço durante meu pronunciamento sobre a gravidade da epidemia de Vírus Zika comprova que a microcefalia atinge também adultos” (MONTEIRO, Jeferson. 3 fev. 2016). No comentário, Dilma Bolada ironiza – chegando a ser sarcástica – a falta de visão crítica da parcela da população que protagonizou os chamados panelaços, sobretudo a classe média. A personagem associa diretamente a microcefalia – doença neurológica em que a cabeça e o cérebro do bebê são significativamente menores do que o normal – ao posicionamento daqueles que aderiram aos protestos, ao indicar que a doença “atinge também adultos”.

**Figura 19** – Publicação após panelaço



**Fonte:** *fanpage* Dilma Bolada. (MONTEIRO. Facebook. 3 fev. 2016.)

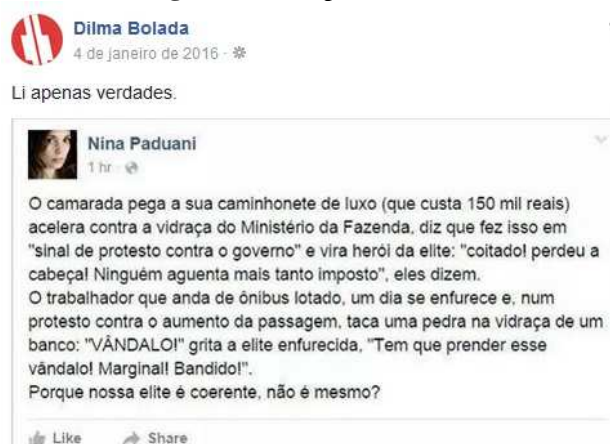
<sup>103</sup> Panelaço: protesto com o uso de panelas, gritaria e apitos que se tornou marca de grupos contrários ao governo Dilma Rousseff.

<sup>104</sup> Ver: "Pronunciamento de Dilma tem 'panelaços' em várias cidades" (UOL, São Paulo, 3 fev. 2016). Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2016/02/03/pronunciamento-da-dilma-contra-o-zika.htm> e "Grupos anti-Dilma fazem panelaço durante discurso da presidente sobre zika vírus" (Último

Como paródia de Dilma Rousseff, Dilma Bolada tem liberdade para brincar com a seriedade do campo político e para ter comportamentos mais atrevidos – para usar uma palavra utilizada pela própria personagem – do que os da líder do Executivo. Como observado no capítulo 2, o riso – quando pressupõe a ideia de um sistema e de uma norma – é considerado, de maneira geral, uma oposição à ordem, que valoriza o não oficial e o não sério (BAKHTIN, 1999; ALBERTI, 1999). O cômico permitiria experimentar a transgressão das regras oficialmente estabelecidas, ainda que pressuponha limites. Por isso, a linguagem humorística permite à Dilma Bolada tecer comentários sarcásticos direcionados às classes sociais mais abastadas, ainda que o sarcasmo possa ser considerado ofensivo por esses grupos.

A personagem também foi irônica e voltou a criticar as elites brasileiras no *post* mais popular do mês de janeiro de 2016 (Figura 20). Na postagem, ela utiliza um recurso comum nas redes sociais: compartilha a publicação de uma internauta. O texto compara duas situações. Na primeira, o dono de uma caminhonete de luxo que quebra a vidraça do Ministério da Fazenda. Na segunda, um trabalhador que anda de ônibus lotado joga uma pedra na vidraça de um banco. Enquanto a elite defende o proprietário da caminhonete, que vira um herói do combate aos impostos, o trabalhador é severamente criticado e chamado de vândalo, marginal e bandido, enquanto a mesma elite pede sua prisão. A ironia vem na frase desfecho, como uma espécie de moral da história: “Porque nossa elite é coerente, não é mesmo?” (MONTEIRO, Jeferson. 04 jan. 2016).

**Figura 20** - Li apenas verdades



**Fonte:** *fanpage* Dilma Bolada. (MONTEIRO. Facebook. 4 jan. 2016.)



A crítica à elite brasileira, também observada na Figura 5, está diretamente relacionada ao perfil do público que compareceu aos protestos realizados a favor da saída da presidenta Dilma Rousseff da presidência da República. As manifestações de rua, ocorridas ao longo de 2015 e 2016 no Brasil, foram um importante ingrediente da crise política que levou ao impedimento de Dilma Rousseff. Como mostra o pesquisador Gustavo Firmino (2017), as manifestações contaram com um público majoritariamente proveniente das classes médias, em especial, da alta classe média. Tal percepção vem da análise feita pelo referido pesquisador, vem da análise realizada do perfil dos dois principais movimentos que organizaram os atos pró-*impeachment*, o Vem Pra Rua e o Movimento Brasil Livre, na cidade de São Paulo.

Diversas vezes, a personagem criticou, ironicamente, a falta de coerência da classe média brasileira. Desde a abertura do processo de *impeachment* contra a presidenta Dilma Rousseff, Dilma Bolada deixa claro que usaria suas redes sociais para atuar a favor da presidenta. Se em momentos anteriores, a personagem criticou a presidenta e chegou a retirar a página do ar, isso não se repetiria no período que foi foco da nossa análise.

Jeferson Monteiro utilizou o imediatismo possibilitado pelas redes sociais como estratégia para inserir a personagem nas discussões políticas, em tempo real. A postagem citada sobre a microcefalia foi feita em menos de uma hora após o pronunciamento da Presidenta Dilma Rousseff na tevê, e publicada minutos antes de algumas matérias que já falavam sobre os “panelaços” em *sites* de notícias. No ambiente de interação instantânea das redes sociais, em que um conteúdo pode ser disseminado em apenas alguns minutos através de compartilhamentos em perfis pessoais ou mesmo em redes de notícias, o tempo é um fator fundamental. A referida postagem teve 60 mil curtidas e foi compartilhada por mais de 21 mil internautas no Facebook. Um dos 2.300 comentários do público afirmava: “Avisa pra esse povo que bate panela na sacada de seus prédios de luxo, que o Zica Vírus é imune a panelaço”. A mensagem foi logo respondida por Dilma Bolada: “Batem panela mas não devem levantar a bunda do sofá para esvaziar o prato do vaso de flores com água na varanda” (MONTEIRO, fev. 2016).

Ao reivindicar publicamente que sua “voz seja ouvida” Dilma Bolada transita pela zona de tensão onde se tenta romper o silêncio historicamente imposto às mulheres. Essa dualidade entre silêncio e fala em público é uma das tensões de gênero enfrentadas pelas mulheres em posições de liderança (JAMIESON, 1995). De acordo com essa perspectiva, as mulheres que têm voz pública são consideradas imodestas e, ao tentar falar, serão constrangidas enquanto mulheres que ficam em silêncio serão ignoradas ou demitidas. “The woman who conforms to

the female stereotype by being ‘soft’ or ‘weak’ is a bad trial lawyer; but if a woman is ‘tough’ or ‘strong’ in the courtroom, she is seen as acting inappropriately for a woman” (JAMIESON, 1995, p.6).<sup>105</sup>

A representação de mulher Dilma Bolada nos parece não se enquadrar em um padrão de silenciamento. Tomando como exemplo a Figura 4, a personagem não apenas responde imediatamente aos protestos, como o faz de maneira sarcástica, em um tom considerado inapropriado para uma mulher. Dessa maneira, ela desafia o silêncio ou, visto em um ângulo oposto, a vergonha de não ter o exercício da fala, o que em geral acontece recorrentemente com a mulher, taxada por isso de incompetente. Ao apresentar traços de ironia e sarcasmo, Dilma Bolada contradiz estereótipos de carinho, afeto, compaixão e gentileza associados à feminilidade (POMPPER, 2017; JAMIESON, 1995). Diante da possibilidade de a linguagem retirar a “força e o humor” do que uma mulher tem a dizer, a comunicação irônica e sarcástica da personagem assume um tom de empoderamento, segurança e autonomia.

Nos quatro primeiros meses do período do *impeachment* de Dilma Rousseff, os *posts* de Dilma Bolada aqui analisados construíram uma narrativa em que a personagem reafirmou sua coragem e seu poder para enfrentar o processo de *impeachment*, tecido prioritariamente através de uma linguagem sarcástica e irônica. As publicações reforçam a honestidade da presidenta, através de uma argumentação mais ancorada na desonestidade dos adversários políticos da Presidenta Dilma Rousseff do que em fatos específicos que mostrem a honradez da presidenta. Dilma Bolada apresenta uma presidenta fictícia injustamente acusada por adversários políticos corruptos e ressentidos, através da construção de um golpe. A personagem evidencia a combinação de estereótipos tradicionalmente utilizados na construção de modelos sexistas masculinos – ironia, coragem, determinação, poder – agregados a elementos historicamente relacionados com a construção de modelos femininos, a exemplo da honestidade e da beleza. Essa associação não posiciona a personagem em consonância com modelos de comportamento exclusivamente masculinos ou femininos. Ao contrário, confere certa singularidade que, a nosso ver, possibilita que a personagem transite em um ambiente de elevada participação do público e se posicione em momentos de exacerbação de tensões políticas e de gênero no país.

---

<sup>105</sup>A mulher que se conforma ao estereótipo feminino por ser ‘suave’ ou ‘fraca’ é uma advogada ruim; mas se uma mulher é ‘dura’ ou ‘forte’ no tribunal, ela é vista como tendo um comportamento inadequado às mulheres (tradução nossa).

#### 5.4 “TCHAU, QUERIDA DEMOCRACIA”: AUTORIZAÇÃO NA CÂMARA DOS DEPUTADOS

O sexismo que permeou o processo de *impeachment* da presidenta Dilma Rousseff teve como um de seus momentos mais emblemáticos a polêmica votação pela aprovação do afastamento no Plenário da Câmara de Deputados por uma bancada composta por 90% de homens e apenas 10% de mulheres. O *slogan* “Tchau, querida!”, utilizado por parlamentares que se articularam para a remoção da presidenta do cargo, tornou-se emblemático da sessão realizada em 17 de abril de 2016. A expressão foi retirada de uma conversa telefônica íntima entre o presidente Lula e Rousseff, em que denotava carinho e confiança. Nas vozes e nos corpos vestidos com ternos, em geral escuros, dos deputados, ganhou conotação carregada de ironia ao referir-se à primeira mulher a ocupar a presidência no Brasil. O uso da palavra “querida” – ou “queridinha” – pode ser também negativo e incluir um componente hierárquico de reprovação, proveniente de um superior que questiona o inferior que cometeu um deslize, sobretudo referente a mulheres. Na segunda acepção, pode expressar reprovação, ironia ou desprezo.

O contexto descrito e amplamente midiaticizado em abril de 2016 contribuiu para confirmar a visão de que a política não é um espaço apropriado para as mulheres. Na cena em questão, a presidenta é narrada nos discursos como uma espécie de inimiga da família brasileira. Sua posição nesse lugar de poder coloca em risco lugares culturais cristalizados com o auxílio de narrativas estereotipadas, que se baseiam na tentativa de vincular a “natureza” da mulher a determinados espaços, como a casa, e a atividades específicas, como o cuidado com os filhos, os idosos e demais familiares.

Nesse contexto, em abril de 2016, a personagem Dilma Bolada publicou uma série de postagens denunciando a falta de legitimidade do processo de *impeachment*, fortalecendo a narrativa de golpe de estado contra a presidenta democraticamente eleita. Manifestações de artistas a favor da presidenta, atos públicos contra o afastamento de Rousseff, o apoio da mídia internacional e denúncias contra Michel Temer, Aécio Neves e Eduardo Cunha estão entre os assuntos abordados nas 77 publicações feitas na *fanpage* da personagem no referido mês, uma média de mais de duas postagens por dia. Entre os nove meses analisados, abril foi o que teve a segunda maior quantidade de postagens de Dilma Bolada, com menor número apenas que o mês de maio, que teve 173 *posts*. A publicação mais popular da página no mês de abril de 2016 (Figura 21) foi publicada logo após a sessão mencionada, em que deputados autorizaram o processo de *impeachment* de Dilma Rousseff. A postagem, feita em 17 de abril,

questiona se o “tchau, querida!” refere-se à Dilma ou à democracia. Como a presidenta Dilma Rousseff era popularmente conhecida como Dilma, o fato de a personagem e a presidenta usarem o mesmo prenome foi um dos elementos de aproximação com a líder do Executivo.

**Figura 21** - O “Tchau, Querida” se refere à Dilma ou à Democracia?



**Fonte:** fanpage Dilma Bolada. (MONTEIRO. Facebook. 17 abr. 2016.)

Dilma Bolada responde com ironia à provocação do “Tchau, Querida”. Trata-se de um gesto de desrespeito em tom de sarcasmo, uma tentativa de riso constrangedor, de ridicularizar a presidenta. A tentativa de satirizar as mulheres que buscam ter atuação política não é nova: vem desde as reações contrárias ao movimento sufragista. Sob esse prisma, o espaço político não é um lugar para que a mulher seja levada a sério, devendo, por isso, ser rechaçada. Como a mídia tradicional transmitiu ao vivo a sessão e parte das redes sociais reverberou seu conteúdo, esse episódio ganhou visibilidade nacional e internacional. Com sua pretensa irreverência – mas, na verdade, reiterando preconceitos de gênero, o “Tchau, querida!” viralizou rapidamente na internet. Os memes associaram a expressão a termos e imagens que demonstravam falta de respeito contra a presidenta, como “vaza” ou “vá pro diabo que te carregue”. Não por coincidência, termos também utilizados para diminuir as mulheres, mostrando possíveis vieses machistas do humor. Travestidas de posicionamento político, essas narrativas contribuem para cristalizar estereótipos que acabam por mostrar a inadequação das mulheres à esfera pública.

Ao ironizar a provocação, Dilma Bolada constrói outra narrativa para o episódio, sem qualquer tom de vitimismo e, ao mesmo tempo, criticando o processo. A personagem reforçou o argumento de que se tratava de um golpe de estado, perguntando se a despedida se referia à

presidenta ou à democracia. Nesse ponto, o humor subverte o foco sexista da encenação e escancara um viés mais amplo e crítico. Dilma Bolada desvia o ângulo de visão da cena da presidenta que é ridicularizada, para a parte da população que é tratada como ridícula e estúpida ao não perceber, na disputa de forças, que é a própria democracia que está em jogo.

O *post* – compartilhado do perfil do chargista Duke no Twitter – teve 78 mil curtidas e 52 mil compartilhamentos (Tabela 5). Entre os 2,8 mil comentários, internautas expressaram opiniões contra e a favor da personagem, e debateram mostrando posições antagônicas sobre a pergunta enunciada na postagem. Esse tipo de discussão é um dos processos de construção de sentidos possibilitado pelo ambiente interativo das redes sociais.

**Tabela 5**

Postagem mais curtida na fanpage Dilma Bolada em abril de 2016.						
Mês	Quant. Posts	Post mais curtido/ data	Curtidas	Compartilhamentos	Imagem	Texto
Abril 2016	77	<p>Uma dúvida: o "Tchau, Querida" se refere à Dilma ou a Democracia? 17/04/2016</p>	78.000	55.028	<p>Cores predominantes: não se aplica.</p> <p>Recurso usado: compartilhamento de postagem de internauta, feita originalmente no Twitter.</p> <p>Referências: votação do impeachment na Câmara dos Deputados. Hashtags: não.</p>	Uma dúvida: o "Tchau, Querida" se refere a Dilma ou à Democracia?

Fonte: elaborada pela autora.

A internauta Aline Oliveira, por exemplo, comentou: “Dilma, força! Queridona, não ligue para o que as pessoas vão achar de você! Se na política não deu certo, não se desespere. Você pode vender Jequití, Avon, Hinode, Hermes... Lingerie, Tupperware, fazer bolo de potinho, trufas... Dá dinheiro, viu? E Mary Kay? já pensou você num carrão rosa por aí? Liga não, boba! Você é uma mulher *sapiens* de garra! Oh, e tem gente que conseguiu reformar a casa fazendo crochê e bonecas de feltro e óh! tem cada apostila linda com passo a passo e gráficos!!! Bacana, né? Mas se tudo não der certo nas vendas, aposte na faxina! Aí não tem erro. Ah! E tem muito curso bom no Pronatec também! Um beijo nesse coração valente!”.

A respeito do comentário transcrito acima, não é exagero afirmar que todas as atividades sugeridas pela internauta para a presidenta referem-se a ocupações socialmente

consideradas femininas. Trata-se de uma visão ancorada em estereótipos de que a venda de produtos de beleza, de roupas, cozinhar, fazer doces, costurar e fazer faxina – tarefas domésticas, são mais apropriados a uma mulher do que atividades na esfera pública. É interessante observar que a formação de Dilma Rousseff em economia, e um possível emprego nessa área, nem chegam a ser aventados. Há, portanto, uma desqualificação em relação ao *status* da presidenta, inclusive sua formação universitária. A ironia e o sarcasmo dão o tom do comentário, que deixa clara a tentativa de desqualificar e ridicularizar a presidenta.

O “Tchau, querida!” tentou inferiorizar a posição da presidenta. Há uma relação implícita de hierarquia nessa imposição de afastamento da líder do Executivo, um exercício de poder feito por homens brancos, em sua maioria. O tom sarcástico, as risadas, o cenário e o alvoroço teatral daquela votação transmitida ao vivo buscam insultar não apenas Dilma Rousseff, mas a própria presença desse gênero naquele lugar de poder. É um momento possível de perceber *o impeachment* enquanto encenação. O sarcasmo do “Tchau, Querida” é um dos elementos fundamentais para essa percepção.

As piadas feitas com o “Tchau, Querida!” proliferaram tanto na internet que, nas semanas seguintes a sua publicação, estavam entre os assuntos mais comentados do Twitter, os chamados *trending topics*. Na contramão daquela tendência para desqualificar a presidenta, Dilma Bolada usou o humor em direção oposta. Isso aconteceria também em outras postagens da *fanpage*, a exemplo de “Tchau, querida aposentadoria”, referindo-se à Reforma da Previdência proposta por Michel Temer. Como se percebe, a personagem contribuiu para ressignificar a expressão. Ela fez uma subversão do sentido literal usado por deputados e outras personalidades contrárias ao seu governo. E através da linguagem humorística, emerge outra conotação, que inverte o sentido desejado e ridiculariza exatamente os que tentavam desqualificar a presidenta. A expressão usada pelos deputados foi posteriormente subvertida pelo Movimento das Mulheres, que adotou a versão: “Volta, querida!”.

### **Dura e engraçada**

No dia seguinte à votação que em que os deputados federais decidiram pela admissibilidade do processo de *impeachment* de Dilma Rousseff, a revista *Veja* publicou a matéria “Marcela Temer: bela, recatada e ‘do lar’”.<sup>106</sup> Assinado pela jornalista Juliana Linhares (18 abr. 2016), o texto descreve a esposa do então vice-presidente Michel Temer

---

<sup>106</sup> LINHARES, Juliana. Marcela Temer: bela, recatada e “do lar”. Revista *Veja*, Brasília. 18 abr. 2016. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/brasil/marcela-temer-bela-recatada-e-do-lar/>

como uma “vice-primeira-dama do lar”. Segundo a matéria, Marcela Temer é bacharel em direito sem nunca ter exercido a profissão, e sempre chamou atenção pela sua beleza, “mas sempre foi recatada”, ainda que o texto não justifique a origem da informação. A matéria cita como “prova” do suposto recato o fato de Marcela Temer ter ido acompanhada pela mãe no primeiro encontro com o atual marido, quando ainda era uma adolescente. A matéria não traz qualquer olhar crítico sobre o conjunto de estereótipos relacionados ao “ideal” de mulher representado por Marcela Temer. Sem autonomia, com uma vida restrita aos cuidados com o filho e com a casa. Ao contrário, a repórter abre o texto falando que Marcela Temer seria uma mulher de sorte por ter um marido romântico – fortalecendo a visão tradicional de que o casamento e o romantismo são os ideais máximos das mulheres. Juliana Linhares encerra a matéria afirmando que Michel Temer é um homem de sorte. Reforça, portanto, o estereótipo de que essas são as características desejáveis às mulheres, aquelas que fazem os homens felizes.

Dois dias depois, Dilma Bolada publicou uma postagem que traz referência à matéria da revista *Veja*. Com uma grande habilidade para selecionar imagens cômicas da presidenta, Jeferson Monteiro postou na *fanpage* Dilma Bolada uma fotomontagem de Dilma Rousseff com o dedo médio levantado. Sobre a imagem, os dizeres “Bela, recatada e do lar” (Figura 22). O detalhe humorístico é o fato de que, na imagem referida, a presidenta mostra o dedo médio usado com sentido ofensivo. Através dessa expressão, a personagem questionou o arcabouço de estereótipos que associam às mulheres aos domínios da domesticidade. Faz isso, inclusive, com um gesto que, nas convenções da boa educação, é inapropriado às “mulheres de família”. Uma expressão que, ao invés de traduzir uma qualificação para as mulheres, em verdade, reitera a força dos estereótipos sobre as mulheres. Exatamente como a já referida matéria da revista *Veja* a respeito da sua concepção de “mulher ideal”, restrita ao espaço privado, muitas mulheres na política enfrentam tensões de gênero.

A própria matéria sobre Marcela Temer incentiva essa polêmica. Embora não mencione diretamente Dilma Rousseff, as diferenças entre essas duas mulheres são evocadas recorrentemente. Enquanto a primeira é considerada doméstica, associada à esfera privada, a outra tem um cargo público. Não podemos desprezar os critérios de noticiabilidade do jornalismo, e é emblemático o fato do texto ter sido publicado apenas um dia após a votação pela admissibilidade do *impeachment* da presidenta Dilma Rousseff na Câmara dos Deputados. Naquele 17 de abril, com direito a transmissão ao vivo em rede de tevê, os deputados apelaram para as declarações de fé e pelos valores da família brasileira nas exposições dos votos (CASTRO, 2018, p.133). O texto da *Veja* ajuda a compor o jogo de cena

que metaforicamente associaria a defesa do modelo tradicional de família e o *impeachment* da presidenta. Como afirma a pesquisadora Mary Garcia Castro (2017), trata-se de uma tentativa de:

Conquistar uma massa levada a associar um governo, uma gestão que se queria derrubar com uma mulher que não se encaixava na norma esperada, a de mãe de família, ‘recatada e do lar’ e que seria uma ameaça à família, aos ‘bons costumes’, à moral de austeridade que se queria nas finanças públicas (CASTRO, 2018, p. 133).

É interessante lembrar que o processo de socialização dos estereótipos é ativado através do autorreforço: indivíduos aprendem a esperar que as mulheres personifiquem um conjunto de características; muitas mulheres fazem isso e esse processo cíclico confirma as crenças pré-existentes e, conseqüentemente, reforça as expectativas de estereótipos (BAUER, 2013, p. 26-27). Esse processo tem uma relação próxima com os meios de comunicação, que podem ser vistos como instrumentos de uma ordem social desigual, na qual produzem visões homogêneas que confirmam as perspectivas dominantes. Por esse viés, eles podem ser considerados propagadores privilegiados dos estereótipos, como foi o caso no exemplo citado da revista *Veja*. Por outro lado, quando a mídia é vista como responsável por um ambiente comunicativo plural, em que informações e visões de mundo variadas fazem parte da vivência dos indivíduos, ela trabalharia contra a manutenção dos estereótipos (BIROLI, 2011, p. 72).

**Figura 22** - Bela, recatada e do lar



**Fonte:** *fanpage* Dilma Bolada. (MONTEIRO. Facebook. 20 abr. 2016)

É importante salientar que o perfil escrito sobre Marcela Temer na revista foi construído sem que ela própria tivesse voz. As fontes citadas na matéria são uma tia da vice-



primeira-dama, identificada como “Tia Nina”, o cabeleireiro “de celebridades”, Marco Antonio Biaggi, a irmã mais nova da “vice-primeira-dama”, Fernanda Tedeschi, e a estilista Martha Medeiros. Até um poema de Michel Temer é citado, mas a voz de Marcela Temer é silenciada na elaboração do seu próprio perfil. Não há qualquer justificativa jornalística sobre essa falta. Se a reportagem entrou em contato com a senhora Temer ou se houve uma possível recusa à entrevista. Com base nesse contexto, a vice-primeira-dama acaba sendo objetificada na matéria, quando deveria ser sujeito. É, portanto, descrita pelo olhar e pela voz do outro.

É uma percepção que nos parece corroborar a afirmação da doutora em Filosofia Marcia Tiburi (2018) de que o poder é uma questão de voz, de discurso, de quem fala e de quem escuta. “O poder também se cria por meio do ato de falar sobre o outro. A categoria do ‘outro’ é criada em um discurso. Assim é que se cria a mulher ideal e, ao mesmo tempo, se demoniza a mulher fora do ‘ideal’” (TIBURI, 2018, p.108). Nesse processo de reiteração de estereótipos, é possível afirmar que o silenciamento de Marcela Temer contribui com a naturalização do fato da mulher não ter voz pública. É também uma reafirmação da falta de poder da mulher.

Em contraposição, Dilma Bolada debocha dos estereótipos tradicionalmente femininos associados à esfera privada. Com o dedo em riste mostrado na Figura 22, ela afasta-se do modelo da “mulher ideal” e enfatiza uma postura mais rude e dura. Essas características são historicamente associadas à masculinidade. O que pode explicar porque, culturalmente, homens sérios e sisudos são vistos com naturalidade na esfera política. Em contrapartida, as mulheres que se apresentam dessa forma são criticadas, o que aconteceu ao longo da trajetória política de Dilma Rousseff. A esse respeito, Mary Beard (2018) adota a premissa básica de que o modelo mental e cultural de uma pessoa poderosa continua a ser absolutamente masculino. “Em outras palavras, não temos modelo para a aparência de uma mulher poderosa, a não ser que ela se parece bastante com um homem” (BEARD, p. 63). Resulta daí que as mulheres no poder ainda sejam vistas como tendo ultrapassado os limites ou se apossado de algo a que lhe é indevido.

Dilma Bolada dribla essa tensão com o humor. As manifestações da personagem sendo dura e rude – presentes em 10,07% dos *posts* analisados – não inspiram uma interpretação negativa sobre ela. Ao contrário, como fonte de riso, sua irritação é inclusive o mote para a criação do nome Bolada, gíria que significa chateada, aborrecida, irritada. Ela combina sua indignação com deboche, característica presente em 6,97% das postagens do período. Justamente essa associação entre ser dura e, ao mesmo tempo, engraçada, pode ter

contribuído com a aceitação desse atributo (dura) na personagem, apesar de ser socialmente considerado mais masculino.

### 5.5 “MACHISTAS NÃO PASSARÃO”: DILMA ROUSSEFF É AFASTADA E MICHEL TEMER ASSUME INTERINAMENTE

Pouco depois das 6h30 da manhã do dia 12 de maio de 2016, o Senado autorizou a abertura do processo de *impeachment* contra a presidenta Dilma Rousseff por crime de responsabilidade fiscal. Dos 78 senadores presentes, 55 foram favoráveis ao relatório pró-*impeachment* do senador Antonio Anastasia do Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB) de Minas Gerais, relator da denúncia na comissão especial. Outros 22 votaram contra. Houve duas ausências, e o presidente do Senado, Renan Calheiros, não votou. O Senado também determinou o afastamento da presidenta Dilma Rousseff do cargo pelo período de até 180 dias. No mesmo dia, o vice-presidente Michel Temer assumiu interinamente a Presidência da República. O primeiro ato de Temer foi a nomeação de um ministério sem a presença de mulheres,<sup>107</sup> evidenciando uma tensão de gênero. Composto por homens brancos, o gabinete também não incluía negros, indígenas e representantes de movimentos sociais. Nesta seção, analisamos as postagens publicadas nos meses de maio e junho, em meio a um contexto que envolveu manifestações contra e a favor do governo Dilma Rousseff, as primeiras medidas do presidente interino e a mobilização pela saída de Michel Temer do cargo.

Maio foi o mês com maior quantidade de publicações na *fanpage* em todo o período estudado, um total de 113 *posts*. Esse leque de assuntos foi pautado por Dilma Bolada, incluindo o afastamento de Eduardo Cunha da presidência da Câmara dos Deputados, cuja data, 5 de maio, foi transformada em feriado nacional pela presidenta fictícia.

Já quando descreveu seu afastamento da presidência fictícia, a personagem apelou para a emoção, ao afirmar que estava se sentindo sentimental e que sentiria saudades (MONTEIRO, 11 mai. 2016) ou quando disse se sentir injustiçada, comparando sua situação a acontecimentos da saga cinematográfica *Harry Potter*. Ela citou o momento em que o diretor da escola de bruxos, Dumbledore, foi penalizado por acusações das quais era inocente:

Estou me sentindo como Dumbledore quando estava sem apoio da opinião pública, foi acusado de coisas absurdas sem ter cometido nenhum crime mas

---

<sup>107</sup> Em 12 de maio de 2016, o então presidente interino nomeou 24 ministros. Não houve nenhuma representatividade para mulheres, negros, indígenas ou movimentos sociais. Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/politica/ministerio-masculino-e-retrocesso-na-luta-por-direitos-das-mulheres>

foi afastado de Hogwarts e Dolores Umbridge assumiu interinamente com o apoio das instituições, da imprensa e da elite bruxa... (MONTEIRO, 11 maio. 2016).

Dilma Bolada dedicou, ainda, diversas postagens a criticar Michel Temer e a mostrar diversos protestos contra o líder do PMDB, inclusive dentro do próprio governo, a exemplo das mobilizações no Ministério da Cultura e demonstrações de repúdio feitas pela classe artística. Por outro lado, Dilma Bolada reforçava sua união com a população através de postagens que expressavam manifestações de carinho e reconhecimento do público. É o caso da publicação feita em 14 de maio de 2016, que mostra uma família que viajou mais de 10 horas de barco para se encontrar com a presidenta Dilma em Santarém “e agradecer todas as melhorias que o governo dela possibilitou em sua comunidade” (MONTEIRO, 14 mai. 2016). A personagem compartilha o vídeo desse encontro, acrescentando no *post* a frase “Resistiremos juntos! Apenas isto”. No mesmo período, a personagem compartilha o noticiário da mídia internacional em apoio à presidenta, bem como matérias que destacam a popularidade da própria Dilma Bolada em meio à crise.

Diante desse cenário de conflitos e tensões políticas, é interessante destacar que a postagem mais curtida da página em maio – que foi também a mais curtida durante os nove meses que constituem esta análise – não tratava do contexto do *impeachment*. O foco do referido *post* (Figura 23) foi o estupro coletivo de uma jovem no Rio de Janeiro. O crime teve como agravante o fato de os agressores terem divulgado vídeos da violência nas redes sociais, como se expusessem um troféu. Dilma Bolada critica a tentativa de culpabilização da vítima pela violência sofrida. Trata-se de um sério problema enfrentado pelas mulheres no Brasil. Dados do Fórum Brasileiro de Segurança Pública (FBSP) mostram que o país tem um caso de estupro relatado a cada 11 minutos. Segundo o Ministério da Saúde, 70% das vítimas desse tipo de violência são crianças e adolescentes.

A ilustração publicada na *fanpage* mostra uma mulher usando apenas calcinha, com sangue entre as pernas. Ela tem os braços abertos como se estivesse sendo crucificada em um espelho de Vênus (♀) na cor lilás. Composto por uma circunferência e, na parte inferior, uma cruz, símbolo usado frequentemente para representar o feminino. Assim como o escudo de Marte (♂), o espelho de Vênus faz alusão aos deuses da Roma antiga.<sup>108</sup> A dicotomia entre o masculino e o feminino segue a mesma base da divisão entre as esferas privada e pública, uma

<sup>108</sup>BIROLINI, Gustavo. Qual a origem dos símbolos de masculino e feminino? In: Revista Superinteressante, 4 jul. 2018. Disponível em: <https://super.abril.com.br/mundo-estranho/qual-a-origem-dos-simbolos-de-masculino-e-feminino/> Acesso em: 14 mar. 2019

vez que Vênus era a deusa do amor, associada com harmonia, beleza e empatia, enquanto Marte era o deus da guerra, associado com agressão, força e impulsividade. Na ilustração, o próprio feminino representa o sofrimento das mulheres, simbolizado pelo sangue derramado. Podemos afirmar que a imagem utilizada por Dilma Bolada questiona a própria construção desse símbolo de feminilidade na medida em que expõe sem rodeios um dos maiores problemas enfrentados pelas mulheres: a violência sexual.

### Figura 23 - Estupro coletivo

Esta madrugada no Rio de Janeiro, uma jovem foi brutalmente agredida e estuprada por 30 (TRINTA) homens. Não satisfeitos, os desgraçados a expuseram e divulgaram o vídeo da brutalidade no Twitter.

O mais revoltante é que houve "pessoas" que tentaram relativizar ou culpar a vítima por ter sofrido tamanha violência. Chega!

NADA, ABSOLUTAMENTE NADA JUSTIFICA TAMANHA MONSTRUOSIDADE.

E fica aqui o recado: para cada infeliz que relativizou este caso e tantos outros casos, haverá sempre 10, 100, 1000 pessoas para repudiar.

Ninguém calará as vozes delas. Elas não estão sozinhas, elas têm umas às outras, elas têm muitas e muitos com elas.

MACHISTAS, FASCISTAS NÃO PASSARÃO!



**Fonte:** fanpage Dilma Bolada. (MONTEIRO. Facebook. 25 mai. 2016)

Essa violência simboliza a destruição dos corpos das mulheres em uma tentativa de dominação, de silenciamento de sua voz. Como explica o sociólogo francês Pierre Bourdieu (2010), a dominação masculina constitui as mulheres como objetos simbólicos, colocando-as em permanente estado de insegurança corporal, ou de dependência simbólica. Ou seja: elas existem primeiro pelo, e para o olhar dos outros, enquanto objetos atraentes, disponíveis e receptivos.

Delas se espera que sejam 'femininas', isto é, sorridentes, simpáticas, atenciosas, submissas, contidas ou até mesmo apagadas. E a pretensa 'feminilidade' muitas vezes não é mais que uma forma de aquiescência em

relação às expectativas masculinas, reais ou supostas, principalmente em termos de engrandecimento do ego. Em consequência, a dependência em relação aos outros (e não só aos homens) tende a se tornar constitutiva de seu ser (BOURDIEU, 2010, p. 82).

Citação que nos ajuda a perceber como a violência sobre os corpos das mulheres relaciona-se com as disputas de poder. Essa percepção reitera o quanto “lutar como uma garota” – expressão recorrente nas narrativas de Dilma Bolada – parece inapropriado diante do estereótipo culturalmente associado à feminilidade. Nesse contexto, a violência também tenta calar as vozes insubmissas de mulheres que ocupam lugares públicos, conquistam cada vez mais espaço nas esferas de poder e causam incômodo porque questionam lugares historicamente estabelecidos.



É importante salientar que essa foi a postagem mais popular do período analisado – curtida por 173 mil internautas e compartilhada por 79.910 (Tabela 6) – não buscava fazer o público rir. Tal observação, em uma página humorística, nos parece corroborar como os dados que mostram que parte significativa do público buscava informação na *fanpage* Dilma Bolada. Mais do que isso, com o passar do tempo, a relação de credibilidade instaurada entre a criação fictícia e os internautas permitiu que seu criador apresentasse acontecimentos da vida nacional, mesmo que não diretamente relacionados à personagem ou à presidenta, e ainda que em uma linguagem não humorística. Além disso, as narrativas promoviam o debate dos temas abordados pelos fãs da *fanpage*. A referida publicação, por exemplo, teve 9,3 mil comentários.

O modo como o estupro coletivo mencionado por Dilma Bolada chocou a opinião pública no Brasil está relacionado às redes sociais em dois aspectos. Primeiro, os estupradores estavam orgulhosos de seu ato. O caso era conhecido porque alguns deles registraram o crime, produzindo vídeos e compartilhando-os em suas redes sociais pessoais. O segundo aspecto foi a quantidade de comentários sexistas nas redes sociais, muitos deles culpando a vítima, porque ela estava supostamente bêbada ou ela não era cuidadosa o suficiente. Houve também uma forte onda de protestos, especialmente contra o usuário do Twitter que compartilhou o vídeo nessa rede social. Apesar de configurar crime de acordo com o Código Penal Brasileiro, o usuário manteve sua decisão de não apagar as imagens até que ele tivesse que eliminar seu perfil de rede.

No texto do *post*, Dilma Bolada usou seus atributos pessoais relacionados à bravura para levar o caso à tona e apoiar as mulheres vítimas desse tipo de situação, afirmando que nada justifica esse tipo de crime. A personagem destaca que as vítimas não estão sozinhas e

que têm uma a outra, remetendo à sororidade.<sup>109</sup> Além disso, a narrativa criada por Jeferson Monteiro inclui também homens na luta por vítimas de estupro, afirmando que a vítimas têm muitas mulheres e muitos homens consigo.

**Tabela 6**

Postagens mais curtidas na fanpage Dilma Bolada em maio e junho de 2016.						
Mês	Quant. Posts	Post mais curtido/ data	Curtidas	Compartilhamentos	Imagem	Texto
Maio 2016	113	<p>Esta madrugada no Rio de Janeiro, uma jovem foi brutalmente agredida e estuprada por 30 (TRINTA) homens. Não satisfeitos, os desgraçados a expuseram e divulgaram o vídeo da brutalidade no Twitter.</p> <p>O mais revoltante é que houve "pessoas" que tentaram relativizar ou culpar a vítima por ter sofrido tamanha violência. Chega!</p> <p>NADA, ABSOLUTAMENTE NADA JUSTIFICA TAMANHA MONSTRUOSIDADE.</p> <p>E fica aqui o recado: para cada infeliz que relativizou este caso e tantos outros casos, haverá sempre 10, 100, 1000 pessoas para repudiar. Ninguém calará as vozes delas. Elas não estão sozinhas, elas têm umas às outras, elas têm muitas e muitos com elas.</p> <p>MACHISTAS, FASCISTAS NÃO PASSARÃO! — com Ribs.</p>  <p>25/05/2016</p>	173.000	79.910	<p>Cores predominantes: lilás, vermelho e bege.</p> <p>Recurso usado: Ilustração do cientista político e ilustrador Matheus Ribs.</p> <p>Referências: Notícia do estupro coletivo de uma jovem no Rio de Janeiro.</p> <p>Hashtags: não.</p>	
Jun 2016	51	<p>Temer mandou cortar a verba de comida. Não tem problema, vou de bandeirão mesmo. Quê não dá mesmo, Bjs.</p>  <p>09/06/2016</p>	53.000	20.057	<p>Cores predominantes: vermelho.</p> <p>Recurso usado: Fotografia de Dilma Rousseff.</p> <p>Referências: corte de verbas para alimentação no Palácio da Alvorada imposto pelo então presidente interino Michel Temer, após a presidenta Dilma Rousseff ter sido afastada do cargo. Programa social</p> <p>Hashtags: não.</p>	

Fonte: elaborada pela autora.

<sup>109</sup> A sororidade é a união e aliança entre mulheres, baseada na empatia e no companheirismo, em busca de alcançar objetivos em comum. Trata-se de um conceito presente no feminismo, sendo definido como um aspecto de dimensão ética, política e prática deste movimento de igualdade entre os gêneros.

Diante de um crime que envolve posições tão sexistas na sociedade, a *fanpage* Dilma Bolada configurou-se, também, como um espaço de discussão coletiva do tema. A personagem usa características como a coragem e força para protestar veementemente contra o estupro coletivo e um dos graves problemas enfrentados pelas mulheres que são vítimas desse tipo de crime: a tentativa de setores da sociedade de culpabilizar a vítima. Ela conclui a postagem com um dos *slogans* que ganhou as ruas e as redes sociais do Brasil desde então: “Machistas, fascistas não passarão!” (MONTEIRO, 25 mai. 2016). A esse respeito, citamos abaixo alguns comentários dos internautas na referida postagem:

Eliane B Costa: Pra mim, o mais triste é ouvir de ‘mulheres’, que a vítima mereceu.

Tiago Valadares: A sociedade machista mata a empatia e a sororidade. :(

Heitor Magagnin: A questão não é machismo, Eles *erao* (sic) traficantes... queimam pessoas vivas ... (sic)

Gleyce Martins: A questão não é o machismo? Ta bom, são so os traficantes que estupram na nossa sociedade<sup>110</sup> .... (sic)

Temos, portanto, um canal de comunicação que apresenta temáticas ao público, assume posições diante dos assuntos abordados e possibilidade que milhares de pessoas expressem suas opiniões. Um diálogo que, como é característica da conversação em rede, é de muitos para muitos. Ou seja, os internautas não se comunicam apenas com Dilma Bolada, mas conversam entre si, discordam, questionam visões diferentes ou reiteram opiniões. Conseqüentemente, a *fanpage* configura-se como um espaço de propagação de notícias e conteúdos diversos, e discussão de informações. Ela ganha ainda mais importância no momento atual, em que situações e comportamentos contribuem para borrar as fronteiras entre realidade e ficção. Nesse ambiente, a linguagem humorística é fundamental para que a personagem possa transitar por diferentes temáticas, em meio aos estereótipos de gênero associados à mulher, em especial na esfera política, tecendo narrativas que, por vezes, tensionam os lugares sociais historicamente associados à mulher.

### 5.5.1 Da sororidade à mulher como rival

O corpo de Dilma Bolada e sua risada solta não ficaram aprisionados à dominação dos estereótipos femininos. A personagem nomeava como suas melhores amigas mulheres também poderosas, seja na política de Angela Merkel, Michele Bachelet, Hilary Clinton e

<sup>110</sup>25 mai. 2016. Disponível em: <https://www.facebook.com/DilmaBolada/photos/a.107280846077248/854007184737940/?type=3&theater>

Christina Kirchner – com quem mantinha certa rivalidade debochada, ou no universo de celebridades como Rihanna e Beyoncé. Na afeição da personagem, entretanto, não parecia haver espaço ou sintonia com o perfil bela, recatada e do lar.

A propósito, anos antes da matéria publicada pela revista *Veja*, Dilma Bolada já debochava Marcela Temer. Nas narrativas da personagem, a esposa de Michel Temer é tratada como empregada doméstica, aquela que encera o chão, prepara as refeições e serve a presidenta. É interessante observar que há uma relação de poder em que a personagem controla a companheira do “vice-presidente decorativo” e Marcela Temer, frequentemente, não tem voz. “Marcela Temer daqui a pouco virá trazer meu chá da noite, acho que vou me esconder debaixo da cama e quando ela se aproximar, vou puxar o pé dela pra tomar um susto! O que acham?” (MONTEIRO, 01 ago. 2012).

Ui! Acabo de tropeçar num fio que estava ligado numa tomada onde estava escrito ‘Nordeste’... Culpa da Marcela que dá faxina e deixa os fios todos espalhados no meio da casa. Sorte que não caí! ÊTA PRESIDENTA EQUILIBRISTA! (MONTEIRO, 25 out. 2012).

Casa cheia... hoje é dia de cineminha! Estou aqui com uma galera assistindo ao filme ‘O Palhaço’. Selton Mello também está aqui, ele está comendo todos os salgadinhos, está pior do que o Mercadante... mandei a Marcela esconder os docinhos e servir só mais tarde... ÊTA PRESIDENTA CINEMATOGRAFICA!

#MarcelaTragaMeusÓculos3D

#MarcelaFaçaOutraPipocaEssaTáMuitoSalgada (21 nov. 2012).

Em diversas outras postagens, Dilma Bolada dá ordens a Marcela Temer e não raro a ridiculariza, sempre sugerindo sua incompetência. É fácil, para a personagem, controlar Marcela, uma mulher praticamente sem voz, que não questiona e nem parece compreender quando é explorada. Marcela Temer não expressa ódio ou indignação diante do fato de ser controlada por Dilma Bolada, talvez porque nem se perceba dominada. Marcela não tem um cargo formal no Palácio da Alvorada ou no gabinete da presidenta fictícia. Ela é esposa do vice-presidente e, como tal, limpa a casa e cozinha não para seu marido, mas para a presidenta que, se sobrepondo à Marcela, exerce, na verdade, um poder sobre o casal. Muito antes da revista *Veja* anunciar ao país, para Dilma Bolada, Marcela Temer já era recatada e do lar.

Nessa perspectiva, são as características associadas ao masculino de Dilma Bolada que ganham espaço quando ela submete Marcela Temer às suas ordens. São duas mulheres em uma narrativa ficcional, mas os papéis de dominadora e dominada estão bem definidos, em uma relação de poder na qual, ao ser líder do Executivo, símbolo emblemático do espaço público, Dilma Bolada repete os padrões que subjagam tantas mulheres no espaço privado. Nesse sentido, ao restringir a senhora Temer aos cuidados domésticos e a uma exaustiva



rotina em que seus serviços eram desvalorizados e ridicularizados, as narrativas humorísticas da personagem reforçaram estereótipos de gênero.

A jurista Janaina Paschoal, uma das autoras do processo de *impeachment* de Dilma Rousseff, foi outra mulher associada na *fanpage* a estereótipos tradicionalmente ligados ao feminino. Nesse caso, a característica mais destacada foi a histeria, através da associação de Paschoal a uma das principais vilãs da saga *Harry Potter*, a bruxa Bellatrix Lestrange, daí o fato da inimiga política ser chamada pela personagem de Janaina Lestrange Paschoal (Figura 24). Na postagem, Michel Temer e Aécio Neves também aparecem relacionados a vilões do filme. É interessante observar que, mesmo dentro dos padrões do mundo mágico de *Harry Potter*, a personagem Bellatrix é considerada louca e constrói relações obsessivas.

O nome “histeria” vem do grego *hystéra*, que significa útero, símbolo biológico da feminilidade. “Acreditava-se, na antiguidade, que a energia vital desse órgão se deslocava para outras regiões do corpo, causando os ataques. Já na Idade Média, eles eram considerados manifestação de bruxaria e não foram poucas as mulheres queimadas vivas por causa disso”, explica a psicanalista Maria Teresa Lemos (2018).<sup>111</sup> A jurista também é subjugada na *fanpage*, em uma relação de poder; no *post* “Gleisi humilha e pisa na golpista tucana Janaína Lestrange Paschoal” (MONTEIRO, 30 ago. 2016).

**Figura 24** - Qualquer semelhança não é mera coincidência



**Fonte:** *fanpage* Dilma Bolada. (MONTEIRO. Facebook. 25 mai. 2016)

<sup>111</sup> LEMOS, Maria Teresa. "O que é histeria". In: Superinteressante. 11 jul. 2018. Disponível em: <https://super.abril.com.br/mundo-estranho/o-que-e-histeria/> Acesso em: 14 mar. 2019

Outras narrativas enunciadas por Dilma Bolada durante o processo de *impeachment*, no entanto, questionam os papéis socialmente estabelecidos para as mulheres ou, ainda, como vimos, discutem o assédio e a violência contra esse gênero. De fato, ao longo dos anos, as pautas ligadas à questão da mulher ganharam mais espaço na *fanpage*, possivelmente um sinal de maior percepção de Jeferson Monteiro para essas questões, conforme ele disse em entrevista para esta pesquisa (informação oral). Outro fator a ser levado em consideração é o contexto de efervescência da luta feminista. A doutora em Ciência Política e consultora da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco) no Ministério de Desenvolvimento Social, Marina Brito, situa o período que antecedeu ao *impeachment* como o início de um processo de ampliação do debate feminista nas redes sociais, com a convocação de marchas que foram inteiramente mobilizadas por essa mídia.

É claro que havia um processo crescente de difusão dos discursos feministas na internet, mas ressalto que o ano de 2015 me pareceu um ponto de inflexão, em que o movimento crescente se tornou visível de tal forma que hoje é muito difícil para qualquer perfil progressista nas redes sociais não tomar o feminismo e suas demandas como uma agenda central. Nesse sentido, para além dos ataques machistas sofridos pela presidenta, os discursos emitidos pela Dilma Bolada foram se tornando mais sensíveis ao feminismo à medida em que o próprio movimento ganhava novos contornos e visibilidade na era das redes sociais (BRITO, 08 mar. 2019).

É certo que no percurso de quase seis anos entre a criação de Dilma Bolada e a deflagração do processo de *impeachment*, a agenda feminista ganhou mais espaço a partir de 2015. É também nesse período de emergência diversas tensões de gênero relacionadas às críticas à presidenta. O fato de um *post* não humorístico ter alcançado o maior número de curtidas entre os 466 analisados pode ser considerado um indicativo da credibilidade conquistada por Dilma Bolada ao longo de sua existência. É relevante destacar que Dilma Bolada não fez piadas a partir da temática da violência contra a mulher em nenhuma das publicações analisadas.

### **Divertida**

Em diversos momentos, a leveza do humor dá o tom das narrativas de Dilma Bolada. Esse riso, em tom de deboche e irreverência, dissolve barreiras hierárquicas de forma a aproximar o público de Dilma Bolada e torná-lo mais receptivo mesmo nos momentos em que a personagem se mostra mais rude ou dura. A postagem mais curtida do mês de junho de 2016 (Figura 25) é uma das publicações em que a personagem apresenta uma das características mais recorrentes do período analisado: divertida, identificada em 6,97% das postagens do *corpus* examinado. O mote da publicação é o corte de verbas para alimentação

no Palácio da Alvorada imposto pelo então presidente interino Michel Temer em junho de 2016, após a presidenta Dilma Rousseff ter sido afastada do cargo.

**Figura 25 - De fome não morro**



**Fonte:** *fanpage* Dilma Bolada.

A personagem responde com irreverência ao ato de Temer, almoçando em um restaurante popular, cujo almoço custa R\$ 1,00. O prato da presidenta é o retrato das refeições de grande parte dos brasileiros: arroz, feijão salada, sobrecoxa de frango e abóbora. A foto usada foi feita em 27 de agosto de 2014, quase dois anos antes da postagem na *fanpage*, durante uma visita da então candidata à reeleição Dilma Rousseff ao Restaurante Getúlio Vargas, em Bangu, zona oeste da capital fluminense.<sup>112</sup> Resignificada na narrativa ficcional de Dilma Bolada, a imagem ganhou um novo sentido que a aproximou mais da população de baixa renda. Afinal, a personagem estava ali devido à necessidade imposta pelo corte de

verbas de Temer. Em meio à crise financeira que o país atravessava naquele período, a falta de dinheiro era um problema comum a muitos brasileiros. A presidenta fictícia mostrava, com a publicação, que também fazia parte daquele grupo.

Como se percebe, o humor foi usado como estratégia de aproximação de Dilma Bolada com o público. De acordo com o especialista em *marketing* digital Vitor Paranhos, uma pessoa de personalidade mais séria e sem carisma torna-se querida e próxima através de um personagem engraçado. “As pessoas passam a se identificar com as piadas e forma de falar”, afirma o especialista. Paranhos considera o humor um caminho possível para enfrentar o machismo diante das mulheres em posições de poder.

Vivemos em uma sociedade machista e patriarcal. Um perfil mais firme e de liderança em uma mulher gera uma certa estranheza ou fora do lugar comum. Daí, o personagem pega essas características se apropria disso para tornar engraçada situações que seriam comum se fosse falado por um homem (PARANHOS, ago. 2018).

Essa “estranheza” que Paranhos menciona é recorrente em análises sobre a mulher na política. A pesquisadora britânica Mary Beard (2018) afirma que as mulheres ainda são vistas como ocupando um lugar fora do poder. Ela cita metáforas habituais para se referir ao acesso feminino às posições de liderança – como “batendo na porta” e “quebrando as barreiras”, por exemplo – que sublinham a exterioridade feminina. Um pensamento que remonta ao mundo clássico, quando as mulheres não tinham direitos formais e dispunham de pouquíssima independência econômica ou social.

Acreditamos que uma das formas encontradas por Dilma Bolada para neutralizar a imagem de que a mulher no poder estaria fora de lugar foi a utilização de características masculinas e femininas em suas narrativas. A abordagem da vida pessoal da personagem, por exemplo, tinha sempre um viés heterossexual e feminino na *fanpage*. As publicações (4,65%) apresentam características como bonita, elegante, *fashion* e *sexy* reforçando, nesse sentido, os padrões de estereótipos associados às mulheres. Entretanto, ela não se posicionou como objeto sexual, e sim como sujeito e protagonista de suas ações. Como vimos, a personagem também foi mostrada como honesta e honrada. Além desses atributos, 2,32% dos *posts* de Dilma Bolada a retrataram como feliz, agradável e amigável. Como mostrou a Tabela 2, as narrativas das postagens também constroem a personagem com as seguintes características femininas: mãe, *pop*, simples, sentimental e feminista, ainda que em percentuais menores.

---

<sup>112</sup> Jornal Cruzeiro do Sul, São Paulo, 27 ago. 2014. Disponível em: <https://www2.jornalcruzeiro.com.br/materia/566732/dilma-almoca-em-restaurante-popular-no-rj>. Acesso em 10

Dilma Bolada era uma personagem que transitava, ironicamente, pelo estereótipo de ser mulher e pelos estereótipos masculinos. Podemos inferir que, apesar de agir mais frequentemente de acordo com os estereótipos socialmente considerados masculinos, ela também se comporta com referência aos estereótipos femininos. Mesmo como uma guerreira pronta para lutar, ela usava roupas sensuais e reiterava, na *fanpage*, a própria beleza – questão de autoestima. Nas narrativas ficcionais da personagem, o charme de Dilma Bolada é frequentemente usado de maneira fortalecedora, como um atributo positivo e importante, ajudando-a a conquistar a admiração de líderes importantes em todo o mundo. Tal comportamento torna Dilma Bolada uma personagem que se configura, na perspectiva dos estereótipos, um ser de sexualidade ambígua. Na maioria das características pessoais que se referem a Dilma Bolada, se considerarmos os traços ditos masculinos, irônica, corajosa, dura, poderosa e engraçada, eles irão compor 60,82% dos *posts* que integram o *corpus* (Tabela 2). Por outro lado, características associadas à feminilidade como honesta, bonita, agradável, mãe, simples, sentimental e feminista somam 28,26% das publicações analisadas.

Consideramos significativo observar que um atributo historicamente associado às mulheres, a maternidade, apareceu apenas em três das postagens do período analisado. Antes do *impeachment*, eram frequentes postagens com a *hashtag* #Dilmãe, uma das mais populares da personagem, bem como o uso da expressão “Mamãe ama vocês”. Ela nos remete à primeira campanha presidencial disputada por Dilma Rousseff, quando a estratégia de construção de imagem do PT a batizou como mãe do PAC, e depois mãe dos brasileiros, enquanto Lula era o pai. Entretanto, Dilma Bolada não personificava necessariamente atributos culturalmente associados à maternidade, como o carinho e o afeto. Era uma mãe mais mandona, que dava bronca nos filhos, os brasileiros, quando eles faziam algo que lhes desagradava, a exemplo das manifestações a favor do *impeachment* realizadas no início do segundo mandato de Rousseff.

Entretanto, após a abertura do processo de afastamento da presidenta, esse atributo tornou-se pouco presente nas narrativas de Dilma Bolada. Como afirmamos anteriormente, houve uma mudança na postura da personagem nessa “nova fase”, como definiu Jeferson Monteiro (informação verbal). Suas narrativas tornaram-se mais agressivas e, em alguns casos, menos engraçadas. Consideramos essa atitude da personagem uma resposta às críticas cada vez mais severas sofridas por Dilma Rousseff. Naquele contexto de disputa política, aquela mãe simbólica representada por Dilma Bolada precisou sair definitivamente da esfera

doméstica – lugar prioritário de exercício da maternidade. Em meio às batalhas contra o golpe, a personagem incorporou uma guerreira – com direito, inclusive, a figurino especial. Temos exemplos emblemáticos de lutas de mães, como as Mães da Praça de Maio, mas não foi esse o caminho simbólico escolhido pela personagem. Acreditamos que a misoginia no processo de *impeachment*, com a total desqualificação da mulher à frente da presidência da República, fez com que a personagem não priorizasse essa característica em suas narrativas do período.

## 5.6 SAÍDA DEFINITIVA DE DILMA ROUSSEFF DO CARGO

Na etapa final de investigação da comissão especial de *impeachment*, Dilma Rousseff apresentou uma carta de defesa no Senado, que foi lida pelo advogado-geral da União, José Eduardo Cardozo, em 6 de julho. A presidenta negou ter cometido crimes e acusou o Congresso de punir atos de rotina da gestão orçamentária. Em 10 de agosto, o Senado aprovou o texto principal do relatório, que recomendava a condução a julgamento da presidenta. Consequentemente, Rousseff passou à condição de ré no processo.

Um dos momentos mais emblemáticos de todo o processo foi o comparecimento de Dilma Rousseff ao Senado para se defender pessoalmente, em 29 de agosto. Ela afirmou que não cometeu crimes de responsabilidade e que era vítima de um golpe de Estado. Disse também que só o povo pode afastar um presidente pelo que ela chamou de “conjunto da obra”. Com duração de 46 minutos, o discurso incluiu referências à tortura sofrida durante a ditadura militar, sua convicção na democracia e a suposta ilegitimidade de Temer, a quem chamou de “usurpador”. Rousseff destacou que não estava em jogo o seu mandato, mas sim as conquistas sociais dos últimos 13 anos. Na sequência, por quase 13 horas, a presidenta respondeu a perguntas de 48 dos 81 senadores. Além dos questionamentos da acusação e da defesa, defendeu seu governo, negou a acusação de que teria cometido crime de responsabilidade e afirmou mais uma vez que o seu *impeachment*, se aprovado, se constituiria em um “golpe parlamentar”.

No dia 31 de agosto, o plenário do Senado considerou culpada com 61 votos a 20, a primeira presidenta democraticamente eleita no Brasil, sob a acusação de ter cometido crime de responsabilidade fiscal, resultando na perda do cargo de presidenta. Em uma segunda votação, ficou decidido que Rousseff não perderia seus direitos políticos. Dessa forma, manteria o direito de se candidatar a cargos públicos.

Dilma Bolada dedica parte significativa das 76 postagens publicadas nos meses de julho e agosto a mostrar as faces do golpe parlamentar que compõe sua narrativa do período. A ilegitimidade de Michel Temer é alardeada de diversas formas, e a agenda de protestos contra o então presidente interino é amplamente divulgada nos *posts*. Aécio Neves – chamado pela personagem de Aécio “Never” – *never*, em inglês, significa nunca – é motivo de pilhéria em postagens sobre diversos assuntos ao lado de Michel Temer. Isso porque a personagem populariza a expressão: “Primeiramente, fora Temer. Em segundo, o Aécio. Por fim...”. A referência a Aécio Neves é uma provocação que se refere ao seu segundo lugar nas eleições 2014. Essa frase era usada para introduzir diversas temáticas. Dessa forma, o assunto central da postagem era escrito após o “Por fim...”.

Entre os dias 5 e 21 de agosto de 2016, foram realizados os Jogos Olímpicos no Rio de Janeiro. Diversas manifestações contra Michel Temer aconteceram nos estádios e arenas esportivas. O presidente interino tentou barrar os protestos contra ele e mandou que os manifestantes fossem retirados dos espaços, em uma tentativa de intimidação. O cenário esportivo inspirou uma série de publicações na página de Dilma Bolada na fase que antecedeu o afastamento definitivo da presidenta do cargo.

### **Agradável**

Diversas pessoas que transitaram pela ambiência política brasileira entre 2015 e 2016 interpretaram o papel de vilões nas narrativas de Dilma Bolada. O mais frequente deles foi o vice-presidente Michel Temer, que assumiu posto de presidente após o afastamento de Dilma Rousseff do cargo. Ele foi citado em 13,27% das postagens analisadas, sempre com a imagem do antagonista, traidor e articulador do *impeachment*. É interessante observar como essa oposição é construída pela personagem através das publicações, como pode ser observado na postagem mais curtida do mês de julho de 2016 (Tabela 7).

Na ocasião, faltava menos de um mês para o início dos Jogos Olímpicos no Rio. Na cobertura jornalística e nas redes sociais, borbulhavam assuntos referentes às práticas esportivas e às Olimpíadas. Em sintonia com os temas mais agendados pela mídia, esse foi o quarto assunto mais frequente (6,72%) nas postagens analisadas. Curtida por 45 mil internautas, a referida publicação combina os temas Jogos Olímpicos e *impeachment*.

Tabela 7

Postagens mais curtidas na fanpage Dilma Bolada em julho e agosto de 2016.						
Mês	Quant. Posts	Post mais curtido/ data	Curtidas	Compartilhamentos	Imagem	Texto
Jul 2016	23	 <p>13/07/2016</p>	45.000	11.385	<p>Cores predominantes: amarelo, com contraposição com os tons azul e cinza escuro, na foto superior, e bege, na parte inferior.</p> <p>Recurso usado: Fotografias.</p> <p>Referências: Olimpíadas 2016 no Rio. Jogos Panamericanos.</p> <p>Hashtags: não.</p>	COM GOLPE X SEM GOLPE
Ago 2016	53	 <p>13/07/2016</p>	74.000	36.569	<p>Cores predominantes: vermelho, branco.</p> <p>Recurso usado: Fotografia.</p> <p>Referências: Filme Harry Potter, impeachment.</p> <p>Hashtags: #ForaTemer.</p>	"O melhor do Brasil é e sempre será o povo brasileiro" #ForaTemer

Fonte: elaborada pela autora.

No *post* (Figura 26), duas fotos contrapõem os encontros de Michel Temer e Dilma Bolada com atletas usando uniforme da seleção brasileira. No primeiro caso, os esportistas estão sérios, assim como o presidente e sua equipe ministerial. Na segunda imagem, com Dilma Bolada, todas as atletas eram mulheres e sorriam garantindo um clima de bom humor, inclusive a presidenta. Além disso, as esportistas foram fotografadas em posições descontraídas e carregavam medalhas nos pescoços, ou seja, já eram vitoriosas. A própria Dilma Bolada aparece em uma posição relaxada, abraçando uma atleta e segurando a mão da outra. A personagem foi mostrada como feliz em 2,32% das postagens analisadas. Esta foi a décima característica mais frequente na página no período.

Pressupõe-se que as imagens mostram a diferença simbólica entre um governo legítimo e um ilegítimo: as pessoas são mais felizes com Dilma – representando a democracia – do que com Temer – relacionado ao golpe. A única frase escrita é composta por apenas quatro palavras e ilustra bem a linguagem direta que funciona nas redes sociais e que a personagem parece dominar: “Com Golpe x Sem Golpe”. O assunto esporte é normalmente relacionado ao universo masculino, mas Dilma Bolada subverte essa associação nessa postagem ao evidenciar elementos que demonstram que a presidenta é querida pelos atletas. Em contraste, o governo Temer representado pode ser interpretado como sério e impopular. É



como se os atletas apenas tolerassem sua presença ali. Já a presidenta é retratada de forma alegre e descontraída, uma líder que está no lugar certo e que traz felicidade às atletas, em um ambiente feminino. É certo que a publicação constrói narrativas opostas para Dilma Bolada e Michel Temer, nas quais Temer pode ser visto, sobe esse viés, como o negativo.

Mas essa não é a única possibilidade de interpretação para a postagem. Em alguns dos 2 mil comentários feitos na postagem, alguns internautas expressaram visões diferentes das imagens mostradas. Para eles, a imagem com Temer representava a ordem e a organização, enquanto a foto com Dilma simbolizava a desordem e a bagunça. É interessante observar porque a alegria e a animação da segunda fotografia representam, para alguns internautas, desordem. Em que medida o fato de só existirem mulheres na foto com a presidenta pode ter contribuído para essa imagem de balbúrdia?

Outra parte do público que acompanha a *fanpage* destacou os contextos diferentes em que as duas fotografias foram feitas, questionando a credibilidade da publicação. A esse respeito, o internauta Marco Leão escreveu: “É nesta hora que os movimentos perdem a credibilidade e a seriedade. Como definir o estado de espírito dos atletas através de fotos tiradas em contextos e momentos totalmente diferentes? Pra mim isso não é uma crítica séria, não passa de pirraça inútil...” (13 jul. 2016). Tendo em vista os processos de construção de narrativas nas redes sociais, consideramos relevante destacar que a foto onde Dilma Bolada apareceu com os atletas foi tirada um ano antes, em 27 de agosto de 2015.<sup>113</sup>

O uso de fotografias em contextos diferentes daqueles em que foram feitas tornou-se muito comum nas redes sociais. Como Dilma Bolada é uma personagem fictícia, utiliza frequentemente essa funcionalidade que é uma das possibilidades mais populares oferecidas pela internet: criar novos eventos apenas recortando e colando fotos, vídeos e ilustrações. O autor de Dilma Bolada, Jeferson Monteiro, também fez isso em algumas notícias que foram compartilhadas na *fanpage*, modificando seus títulos para que mostrassem um viés mais positivo da presidenta. Trata-se, certamente, de uma licença concedida para a ficção em tempos de internet e redes sociais. Entretanto, na medida em que é cada vez maior a quantidade de pessoas que buscam informação política através do humor e das redes sociais, consideramos relevante problematizar essa prática.

---

<sup>113</sup> Na ocasião, cerca de cem participantes brasileiros dos Jogos Pan e Parapan-americanos realizados em Toronto receberam cumprimentos da presidenta Dilma Rousseff em Brasília. O evento marcou a comemoração dos dez anos do Programa Bolsa Atleta, criado no governo do presidente Lula e continuado por Dilma Rousseff. O programa patrocina atletas e para-atletas de alto rendimento em competições nacionais e internacionais. No encontro, os atletas já tinham medalhas porque a competição já havia sido realizada. Disponível em <http://globoesporte.globo.com/olimpiadas/noticia/2015/08/dilma-recebe-atletas-de-toronto-na-celebracao-dos->

**Figura 26 - Com golpe x Sem golpe**



**Fonte:** *fanpage* Dilma Bolada (MONTEIRO. Facebook. 13 jul. 2016).

Não é exagero afirmar que os internautas podem ser influenciados por conteúdos, informações e, talvez, fatos, que não são reais. Afinal, há inclusive um estudo que mostra (CARLOMAGNO e CERVI, 2013) que parte do público encontra apenas em Dilma Bolada algumas informações. É claro que há uma grande distância entre as *fake news* e o conteúdo fictício e humorístico de Dilma Bolada. Entretanto, em tempos em que são cada vez mais tênues as distâncias entre ficção e realidade nas redes sociais, é preciso estar alerta sobre quais fatores influenciam a opinião pública nesse universo ficcional *on-line*.

---

10-anos-do-bolsa-atleta.html. A outra foto foi tirada em 13 de julho de 2016 – mesmo dia do post publicado por Dilma Bolada –, quando Michel Temer recebeu atletas brasileiros antes do início dos Jogos Olímpicos.

### **Esperta**

A tentativa de líderes ou regimes políticos censurarem os cidadãos e calar a opinião pública inspirou, historicamente, uma série de publicações humorísticas. Durante a realização dos Jogos Olímpicos no Rio de Janeiro, a rejeição ao então presidente interino Michel Temer já era grande. No ano seguinte, ele alcançaria a mais alta taxa de rejeição do instituto de pesquisas Datafolha: 82%. Temer tomara posse em 12 de maio e o *slogan* “Fora Temer” já ecoava nas ruas e na internet. O público encontrou nas disputas dos jogos olímpicos o palco ideal para os protestos: muita gente reunida, com transmissão ao vivo e grande repercussão, inclusive internacional. O presidente interino usou a repressão policial para combater as inúmeras críticas que vinha recebendo. Muita gente que protestou foi retirada dos estádios e arenas esportivas. Mas houve também muita criatividade e humor para driblar a perseguição.

Dilma Bolada deu visibilidade às gozações feitas a Michel Temer nas redes sociais, seja compartilhando as fotos de internautas – vide a postagem mais popular de agosto de 2016 (Figura 27) ou criando narrativas como a que o associa ao principal vilão da saga *Harry Potter*. Na história escrita por J.K. Rowling, o nome do Lorde Voldemort não é pronunciado pelo maior dos bruxos devido ao temor que sentiam do Lorde das Trevas, como também era chamado. Por isso, ele era conhecido como “aquele que não deve ser nomeado” ou “você sabe quem”, esta última exatamente a expressão usada na referida postagem para se referir a Temer. No *post*, a personagem destaca a esperteza – característica presente em 1,16% das postagens analisadas – e a criatividade de duas mulheres que usam a estratégia descrita acima para driblar a censura e protestar, com bom humor, contra o presidente interino.

A partir do texto “O melhor do Brasil é e sempre será o povo brasileiro” (Tabela 7), podemos inferir que as duas mulheres mostradas na imagem representam, na postagem, o que há de melhor entre os brasileiros. É interessante observar, naquele momento de crise política, que as narrativas de Dilma Bolada consideram esse gênero como expressão positiva da população do país.

**Figura 27 - Fora vcs sabem quem**

**Fonte:** *fanpage* Dilma Bolada (MONTEIRO. Facebook. 07 ago. 2016).

Diversas publicações feitas por Dilma Bolada no período das Olimpíadas destacam a coragem e a força das mulheres, em uma comparação que posiciona as atletas como exemplo de inspiração e superação. Um dos *slogans* mais populares usados pela personagem no período foi o “Lute como uma mulher”, que foi amplamente disseminado nas redes sociais. A expressão lutar como uma garota remete a diferentes significados. Na disputa dos jogos olímpicos, representou a luta física de atletas como Rafaela Silva, medalha de ouro no judô. Em sua homenagem, Dilma Bolada escreveu: “Saque, ataque, salte, jogue e lute como uma mulher sim!”. Uma série de postagens na *fanpage* homenageou as atletas vencedoras também em outras modalidades esportivas.

Mas para além da disputa física, Dilma Bolada mostrou o simbolismo de lutar como uma mulher. Isso aconteceu em publicações que nem sempre usaram o humor, como a que destacou que a primeira medalha Ouro do Brasil das Olimpíadas veio de uma mulher negra da Cidade de Deus. A própria Dilma Bolada usava a expressão para se referir a ela mesma. Parece-nos interessante observar que o próprio verbo lutar não está conformado nos moldes pré-concebidos dos estereótipos de gênero. O espaço doméstico, historicamente reservado à mulher, é o espaço do cuidado, do recato, do acolhimento, da aceitação. As lutas socialmente conhecidas são as protagonizadas pelos homens e, muito possivelmente por isso, parte significativa da população considere mais apropriado a esse gênero tratar de temas relacionados à guerra ou à segurança pública. De acordo com essa perspectiva, para lutar como uma mulher, ou ainda com o vigor de uma garota, é preciso construir uma outra percepção de luta, elencando novos atributos para conceber narrativas diferentes daquelas

exigidas nos protocolos de uma cultura sobre a mulher. O campo político é, sem dúvida, um campo emblemático de construção dessas narrativas e onde se travam muitas batalhas por quem insiste, nesse sentido, em lutar como uma mulher.

### 5.7 QUESTÕES TEMÁTICAS MAIS ABORDADAS

Além das características pessoais de Dilma Bolada, nós categorizamos as questões abordadas nas 466 postagens publicadas na fanpage da personagem durante o período em que transcorreu o processo do impeachment de Dilma Rousseff. Listamos os 21 assuntos mais frequentes no período analisado, conforme a Tabela 2. Como algumas publicações referiam-se a mais de uma temática (impeachment e Olimpíadas, por exemplo), elas foram categorizadas duplamente. O processo pelo impeachment da presidenta foi a temática mais frequente nas publicações de Dilma Bolada no período analisado. Um percentual de 36,72% dos *posts* tratou diretamente desse assunto. Houve ainda postagens que abordavam questões ou figuras políticas que se relacionavam com o processo, a exemplo da Operação Lava Jato – tema de 3,45% das postagens, ou de Michel Temer e Eduardo Cunha, que inspiraram 13,27% e 4,72% dos *posts*, respectivamente, conforme mostra a Tabela 2.

As publicações também abordaram os Jogos Olímpicos realizados no Rio de Janeiro (6,72%); Educação (3,63%); Dilma Rousseff (2,90%); Cultura (2,72%) e Mídia (2,36%). Na sequência, apareceram temas diretamente ligados aos direitos das mulheres ou à violência contra as mulheres (2,18%) e, em menor proporção, temas como segurança, tecnologia e redes sociais, economia, saúde, o ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva e direitos sociais, Aécio Neves, repressão e censura, política externa e racismo e preconceito.

Como mencionamos, parte significativa das postagens abordou o *impeachment* da presidenta, fato diretamente associado à relevância do processo naquele período. Essas publicações reforçaram o argumento da honestidade da presidenta acerca das acusações, contrapondo sua honradez ao fato dela estar sendo julgada por deputados e senadores corruptos em uma articulação para um golpe de estado. O fundamento da defesa adotada por Dilma Bolada seguiu uma linha semelhante à adotada por Dilma Rousseff, de *impeachment* sem crime de responsabilidade, configurando, portanto, um golpe. Outras três questões frequentemente mencionadas nos *posts* dos nove meses analisados relacionaram-se ao processo de *impeachment*: o então vice-presidente Michel Temer, o então deputado federal Eduardo Cunha e a investigação criminal realizada pela Polícia Federal do Brasil batizada de Operação Lava Jato.

Alguns dos assuntos identificados na análise não apresentam, por si só, necessariamente uma conotação de gênero. Não raro, os estudos que analisam estereótipos a partir de áreas de atuação (BAUER, 2013; FERREIRA E NASCIMENTO, 2002; NORRIS, 1997; JAMIESON, 1995) baseiam-se na construção histórica de papéis de gênero para definir os assuntos socialmente considerados mais relacionados a mulheres ou homens. Esses temas e áreas de atuação representam extrapolações dos papéis das mulheres da esfera privada para a pública. Nessa perspectiva, diversas autoras apontam que áreas como educação, creche, saúde, meio ambiente, pobreza, direitos civis e das minorias e bem-estar tendem a ser culturalmente consideradas mais apropriadas às mulheres na política. Por outro lado, assuntos como economia, política externa, segurança, terrorismo, militarismo ou guerra e controle de armas são considerados masculinos. Naturalmente, esses papéis vêm se transformando ao longo dos anos, mas estudos mais recentes como os de Donnalyn Pompper (2017) e Mary Beard (2018), além da própria cobertura midiática, mostram que a avaliação de homens e mulheres na política ainda responde a critérios muito diferentes.

Muitos dos assuntos identificados nas postagens analisadas não são convencionalmente associados às mulheres ou aos homens, ao menos de acordo com as categorias listadas. No entanto, é possível perceber que a discussão sobre o *impeachment* – tema mais recorrente nos *posts* – foi o palco onde foram encenadas várias tensões de gênero.

## 5.8 APROXIMAÇÕES E DISTANCIAMENTOS ENTRE DILMA BOLADA E DILMA ROUSSEFF

Uma vez comentei de um correspondente estrangeiro que havia me entrevistado e que disse que a cobria para um jornal do exterior. Ela (Dilma Rousseff) pediu pra ver quem era. Ao ver, exclamou: ‘Ah, querido, se um homem desses ficasse atrás de mim, eu certamente lembraria’. Era um coroa bem bonito rs. (MONTEIRO, 11 jan. 2019).

É um desafio complexo afirmar em quais pontos uma personagem fictícia e a figura pública que a inspirou convergem ou divergem e sobretudo em que medida a criação fictícia influencia a presidenta. Por isso, nossa intenção é muito mais indicar momentos de aproximações e distanciamentos entre Dilma Bolada e Dilma Rousseff, nessa relação que teve início nas redes sociais, mas proporcionou o encontro físico do criador da personagem com sua inspiradora em Brasília.

Talvez, em uma primeira mirada, Dilma Bolada pareça o oposto da presidenta Dilma Rousseff, como descreveu Jonathan Watts<sup>114</sup> no jornal *The Guardian*. Segundo o jornalista, a personagem é tudo o que a presidenta real não é: impetuosa, vaidosa e gozadora. Desde que Dilma Rousseff atuava como ministra do governo Lula, a mídia tradicional a descrevia como uma mulher dura, cheia de seriedade e sem senso de humor. Queremos problematizar a caracterização da presidenta como “desprovida de humor”, diante da discussão de que o riso em público não é culturalmente considerado apropriado às mulheres. Destacamos a importância desse atributo porque ele foi, muitas vezes, fonte de críticas para Dilma Rousseff.

Vejamos a opinião do criador de Dilma Bolada sobre o assunto em um *tweet* publicado por ele em 11 de janeiro de 2019. Na publicação, Jeferson Monteiro afirma que irá contar curiosidades sobre a pessoa que mudou a sua vida: “Ao contrário do que muitos dizem, Dilma (Rousseff) é muito mais uma avozinha que uma mulher durona e tem um senso de humor incrível. Ao menos comigo sempre foi assim” (MONTEIRO, 11 jan. 2019). O publicitário conta que, em alguns eventos, a presidenta perguntava se ele já tinha comido e se estava com fome, porque estava achando Monteiro muito magro, ou o apresentava com carinho às suas amigas (informação oral), como as avós fazem com os netos.

Na mesma publicação, Monteiro contou que estava ansioso e tenso no dia 27 de setembro de 2013, data agendada para a ação Dilma Bolada *versus* Dilma Rousseff no Twitter, porque sempre que ouvia ou lia algo sobre a presidenta era relacionado ao “suposto mau humor” da líder do Executivo. Antes de entrar no gabinete, ele escutou a voz da presidenta, aparentemente um pouco irritada, e de lá saíram Graça Foster e Edson Lobão. Ambos estavam pálidos e mal conseguiam falar.

A primeira frase que Dilma disse pra mim foi: ‘Olha ele aí... finalmente! Bem-vindo, querido. Sou sua fã!’ Quebrou o gelo e foi um doce. Durante a ação, ela de fato twittou tudo. Inclusive a música do Roberto Carlos e a parte do filme *Velozes e Furiosos*. Foi uma ideia dela. Fiquei realmente impressionado. Depois, ainda no gabinete, fizemos várias fotos. Até que ela virou pra mim e disse: ‘Tive uma ideia: vamos sentar nós dois ali naquele sofá igual dois presidentes, olhar um para o outro fingindo que estamos em reunião. Posamos, mas não seguramos o riso’ (MONTEIRO, 11 jan. 2019).

Somemos a essas informações algumas listadas pelo jornalista Rodrigo de Almeida, que foi secretário de imprensa da presidenta na época do *impeachment*: “[...] fora dos assuntos da Presidência, ela exibia charme, bom humor e conhecimento vasto em áreas como artes,

<sup>114</sup>“Dilma Bolada: Brazilian president’s digital alter ego is more popular than she is”, ou seja, “O alter ego digital da presidenta é mais popular do que ela é” (tradução nossa). (Watts, 09/05/2016). Disponível em: <https://www.theguardian.com/world/2016/may/09/dilma-bolada-brazil-president-facebook-twitter>.

música clássica e literatura” (ALMEIDA, 2016, p. 11). O relato de Almeida pressupõe uma Rousseff charmosa e bem-humorada “fora dos assuntos da presidência”. Tal relato pode nos levar a crer que, dentro dos assuntos da presidência, a líder teria características diferentes das que exibia em outros ambientes. Segundo o próprio autor, ela era uma mulher íntegra e honesta, porém de temperamento difícil.

Diante de nossa abordagem voltada à observação das tensões de gênero, não é exagero observar certo desconforto para uma mulher que acaba por adotar comportamentos tão diferentes na vida pública e na pessoal, como se a própria presidenta desse vida a uma outra personagem. Almeida cita uma passagem em que a Rousseff havia sido irônica para justificar a sua aversão a jornalistas. “São superficiais, restritos e escrevem mal. E nunca leram Mark Twain” (ALMEIDA, 2016, p. 211). Desses relatos, podemos inferir que a presidenta tinha, sim, senso de humor, porém talvez um humor mais fino e, em alguns momentos, ácido.

De acordo com a cantora Nara Gil (2018), que acompanhou Dilma Bolada nas redes sociais desde sua origem, há uma faceta bem-humorada na presidenta Dilma Rousseff que poucas vezes é reconhecida. Em sua opinião, Dilma Bolada não apenas identifica esse traço de personalidade da líder do Executivo brasileiro, mas também exacerba essa característica, como é próprio do humor.

Engraçado porque a própria Dilma (Rousseff), que tinha uma fama de pesada, também tem essa coisa de leveza. Em determinados momentos, ela brinca também. Então eu acho que a personagem pegou essa característica dela e extrapolou, levou muito mais adiante (GIL, 29 ago. 2018. Informação verbal)

Opinião compartilhada pelo próprio criador da personagem. Ele conta que, no começo, muita gente do próprio Palácio do Planalto achava que a Dilma Bolada era criada por alguém da equipe, tamanha a semelhança dos textos com a forma que Dilma Rousseff de fato era (MONTEIRO, 11 jan. 2019). Segundo a professora de Comunicação da Faculdade Dois de Julho, Cleidiana Ramos (2018), Dilma Bolada pode ser considerada o *alter ego* de Dilma Rousseff. A pesquisadora afirma que o período pós-*impeachment* mostrou que a personalidade da presidenta era mais leve do que a normalmente associada à sua imagem pública.

Dilma Bolada mostrou, talvez, um lado de Dilma Rousseff que a gente não conseguia ver. E que ela tem, de alguma forma. Todo mundo tem um lado de humor. Eu acho que é um dos muito *alter egos* possíveis dela. Dilma (Rousseff) fez coisas ótimas. Eu tinha um vídeo dela fazendo a dança do passinho, já nessa coisa mais leve. Engraçado, ela ficava mais à vontade quando estava fora do papel que talvez o marketing político tenha criado – o outro personagem, que era a Dilma durona, gerente, no qual talvez tenha ficado aprisionada. (RAMOS, 16 ago. 2018. Informação verbal).



É possível que as tentativas de Dilma Rousseff ser engraçada não tenham sido compreendidas ou tenham provocado certo incômodo, especialmente por serem provenientes de uma líder que desafiava o padrão de silenciamento imposto às mulheres. A tensão de gênero silêncio ou vergonha, descrita por Jamieson (1995) reverberava nas tão criticadas falas públicas de Dilma Rousseff. Mais do que criticados, muitos de seus discursos eram ridicularizados. No horizonte desta tensão de gênero, ridicularizar funciona como tentativa não apenas de silenciar as mulheres em posições de liderança, mas de tentar constranger qualquer vestígio de humor em seu discurso. Basta pensarmos no constrangimento provocado por uma piada não compreendida. É o fracasso do bom humor.

Tomemos como exemplo o discurso feito pela presidenta na abertura dos Jogos Mundiais dos Povos Indígenas, em 23 de junho de 2015, em Brasília. A fala foi amplamente criticada e Dilma Rousseff foi ridicularizada na imprensa e nas redes sociais. A matéria publicada na Folha de S. Paulo sobre o tema, intitulada “Em cerimônia com índios, Dilma saúda 'mandioca' e fala de 'mulheres sapiens’”,<sup>115</sup> dá o tom da cobertura quase monotemática da grande mídia. Em seu *blog*, o jornalista Reinaldo Azevedo destacou: “Dilma encheu a cara de cauim? Ou: Presidente exalta a mandioca e as ‘mulheres sapiens’. Ah, se Tupã se zanga com ela...”.<sup>116</sup> Esse enfoque foi amplamente difundido por postagens nas redes sociais, através de imagens e vídeos jocosos sobre a fala da presidenta.

Entretanto, alguns veículos mostraram outro viés do discurso feito por Dilma Rousseff, destacando o bom humor e a descontração da fala e das atitudes da presidenta na cerimônia. Foi o caso das matérias do *site* InfoMoney e do jornal *Valor Econômico* que descreveram os mesmos acontecimentos sob a ótica da irreverência da presidenta. O contraste mostra a diferença de interpretação dos acontecimentos de acordo com as palavras escolhidas para a narrativa. A fala sobre a “mulher sapiens”, por exemplo, ganhou a leveza de uma brincadeira: “‘Para mim, esta bola é um símbolo da nossa evolução’, afirmou. ‘Quando nós criamos uma bola destas, nós nos transformamos em homens sapiens ou mulheres sapiens’, brincou”.<sup>117</sup> O mesmo trecho do discurso é noticiado pelo jornalista Reinaldo Azevedo com

<sup>115</sup> DIAS, Marília. Folha de S. Paulo, São Paulo, 23 jun. 2015. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2015/06/1646966-em-cerimonia-com-indios-dilma-sauda-mandioca-e-fala-de-mulheres-sapiens.shtml> Acesso em março de 2019.

<sup>116</sup> AZEVEDO, Reinaldo. Blog Reinaldo Azevedo, 24 jun. 2015. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/blog/reinaldo/dilma-encheu-a-cara-de-cauim-ou-presidente-exalta-a-mandioca-e-as-mulheres-sapiens-ah-se-tupa-se-zanga-com-ela-8230-ou-ainda-nasce-o-homo-sapiens-stultus/> Acesso em mar. 2019.

<sup>117</sup> JUBÉ, Andrea. Em noite inspirada, Dilma saúda mandioca e fala em "mulheres sapiens". Valor Econômico, Brasília, 23 jun. 2015. Disponível em: <https://www.valor.com.br/politica/4106058/em-noite-inspirada-dilma-sauda-mandioca-e-fala-em-mulheres-sapiens>. Acesso em 07 de março de 2019.

uma análise biológica que busca mostrar o desconhecimento de Dilma Rousseff sobre a espécie *homo sapiens*.

Por Tupã! Nós, os humanos modernos, somos do gênero ‘Homo’, da espécie ‘Homo sapiens’, da subespécie ‘Homo sapiens sapiens’. Dilma fez uma salada taxonômica que resultou no que só pode ser um gracejo, a ‘mulher sapiens’, já que ‘homo’ de ‘Homo sapiens sapiens’ não se refere nem a homem nem a mulher — na verdade, nem ao ser humano como o conhecemos, que pertence ao gênero ‘homo’, mas não é o único. Antes houve o *Homo neanderthalensis*, o *Homo habilis*, o *Homo erectus*, que ainda não cultivava a mandioca...<sup>118</sup>

Apesar de o articulista levantar a possibilidade da fala da presidenta ser “um gracejo”, a perspectiva do referido artigo não dá margem a esse tipo de interpretação, já que há uma tentativa de desconstruir a fala de Rousseff ao longo do texto. Essa comparação entre as diversas possibilidades de cobertura de um mesmo acontecimento e, sobretudo, das palavras e enquadramentos escolhidos, remetem à reflexão de Mary Beard (2018) sobre o poder do vocabulário para enfraquecer a autoridade, a força e o humor do que uma mulher tem a dizer. Não era permitido à Dilma Rousseff, aquela mulher “considerada dura e mal-humorada”, tentar ser engraçada.

Consideramos a tentativa de ridicularizar as falas de Dilma Rousseff uma estratégia para o enfraquecimento da imagem da presidenta. Mesmo quando ela buscava ser espirituosa, descontraída ou engraçada, o resultado era a desqualificação de seu discurso por parte significativa da mídia. Trata-se de uma espécie de ditadura de comportamento, diretamente relacionada aos padrões de conduta estereotipados. As incursões de Dilma Rousseff pelo terreno da irreverência eram comumente mal recebidas e, acreditamos, reverberavam com o efeito contrário, de silenciamento pela vergonha. Cada uma dessas críticas transformava-se em memes que multiplicavam a situação ridicularizada para milhares de pessoas. Essas narrativas ajudaram a construir a imagem da presidenta como incompetente.

Ao contrário da censura às tentativas de irreverência de Dilma Rousseff, Dilma Bolada tinha no humor sua linguagem primordial. Na personagem fictícia, o riso era bem-vindo.

Hoje já acho que Dilma Bolada era muito mais próxima da Dilma real, da Dilma pós-impeachment. Eu vi Dilma (Rousseff) aqui já em alguns eventos, pós-presidência da República, e era uma pessoa extremamente solta, leve, com uma facilidade enorme de comunicação. Não tinha aqueles tipos de lapso de fala. Quer dizer: ela fora da capa de presidenta da República era outra pessoa. Era muito mais próxima da Dilma divertida (RAMOS, 16 ago. 2018. Informação verbal).

<sup>118</sup> AZEVEDO, Reinaldo. Blog Reinaldo Azevedo, 24 jun. 2015. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/blog/reinaldo/dilma-encheu-a-cara-de-cauim-ou-presidente-exalta-a-mandioca-e-as-mulheres-sapiens-ah-se-tupa-se-zanga-com-ela-8230-ou-ainda-nasce-o-homo-sapiens-stultus/>

O riso, portanto, pode constituir um fator de distanciamento entre a presidenta e a personagem, na medida em que Dilma Rousseff era considerada desprovida de humor e rude, e as narrativas de Dilma Bolada transitavam pela linguagem do humor. Por outro lado, se observarmos que a presidenta tinha, sim, momentos de bom humor – porém em um estilo diferenciado, possivelmente mais discreta, irônica e sarcástica, esse poderia ser um fator de aproximação de ambas.

### 5.8.1 Cultura *pop*

As referências à cultura *pop* tão recorrentes nas postagens da personagem, incluindo a música e o cinema, também integram o repertório de Dilma Rousseff, o que nos parece ser um indício de aproximação entre a presidenta oficial e a fictícia. Na postagem citada, por exemplo, Jeferson Monteiro contou que Rousseff assistia a filmes infantis com os netos, dentre eles *Harry Potter*. Ambas compartilhavam essas referências, mas a presidenta tinha gostos artísticos e culturais refinados, enquanto Dilma Bolada se identificava com programas menos rebuscados: comentários sobre novelas, e saídas para bares e festas, sempre com linguagem mais simples e informal, gírias e memes das redes sociais; Dilma Rousseff seguia uma linha mais formal, com uma linguagem mais requintada.

As diferenças entre Rousseff e Bolada não impediram que a presidenta adotasse, quando ainda estava no governo, alguns neologismos e termos criados e popularizados pela personagem. Dentre eles, destacamos o “Bom Dilma”, o “Dilmãe, Rouselfie” – a foto *selfie* da presidenta, “Aécio Never” (referindo-se ao candidato derrotado nas eleições 2014). As narrativas ficcionais da Bolada também ganharam as redes sociais e as ruas através de expressões como o “Primeiramente, fora Temer!”, que conquistou bastante visibilidade nas postagens da personagem no período do *impeachment*.

### 5.8.2 Porta-voz humorística

Durante o processo de *impeachment*, algumas publicações de Dilma Bolada podem ser consideradas estrategicamente complementares aos posicionamentos oficiais da presidenta Dilma Rousseff. Em alguns casos, as postagens da personagem antecederam pronunciamentos de Dilma Rousseff e Dilma Bolada pode ser considerada uma porta-voz extraoficial e humorística da presidenta. A publicação mais curtida do mês de fevereiro de 2016, quando a

personagem publica um *post* logo após o painelço contra Rousseff e também a postagem mais popular de dezembro de 2015, publicada logo após a abertura do processo de *impeachment* são exemplos da agilidade das manifestações de Dilma Bolada em momentos de crise.

Ele (Jeferson Monteiro), inclusive, tinha uma capacidade de antecipar, (...) o que surpreendia todo mundo. Ele sabia da agenda. Era praticamente em tempo real. Tinha coisas que eu não sabia onde Dilma estava e ele já estava na frente. Uma pessoa para criar textos como aqueles tem que ser extremamente bem informada, principalmente esse tipo. Porque quando vira institucional, muitas vezes você perde o *timing*, porque você já vai ter que ter cuidado. A liberdade de você não ser institucional. Para o cara fazer aquilo, ele tem que ter um tipo de repertório sobre a pessoa que do contrário soa..., não pode ser totalmente *fake*. Tanto que a gente reconhece coisas de Dilma Rousseff em Dilma Bolada. Do contrário, não funciona (RAMOS, ago. 2018. Informação verbal).

A entrevistada menciona um ponto significativo relacionado aos cargos e ao poder, que se refere às institucionalidades e suas liturgias. Há toda uma liturgia envolvida com a Presidência da República e, mais diretamente, ao seu posto máximo, aquele que era ocupado por Dilma Rousseff. Nesse sentido, assumir esse cargo envolve uma série de práticas e comportamentos que auxiliam a configurar a imagem da líder da nação. Para além das estratégias adotadas pelo *marketing* político, existe uma institucionalidade que molda os modos e comportamentos de Dilma Rousseff, em uma espécie de liberdade vigiada pela própria ritualística do cargo. A presidenta é real porque se inscreve nessa liturgia, ao tempo em que Dilma Bolada, além de ser fictícia, não responde a esse molde imposto pelo posto de líder do poder Executivo. Trata-se, portanto, de uma diferença substantiva entre ambas, que não deve ser desconsiderada.

Retomando o elemento de temporalidade e imediatismo das redes sociais, podemos considerar que a credibilidade da personagem era usada para aproximar o público da presidenta e, em certo sentido, preparar a opinião pública para as suas falas. Dessa maneira, as pessoas previamente apresentadas a uma questão pelo viés do humor poderiam ser mais receptivas ao assunto. Essa possibilidade parece verossímil se considerarmos que o criador da personagem declarou em diversos momentos ser admirador de Dilma Rousseff. Ele afirmou que lutaria até o fim, com as armas da personagem, pelo direito de a presidenta exercer o mandato para o qual havia sido democraticamente eleita. Nessa perspectiva de posicionamento público, é interessante observar que o humor dialoga com a figura pública em aspectos que a linguagem formal pode não alcançar.

A esse respeito, a publicitária Mirtes Santa Rosa afirma que Dilma Bolada e Dilma Rousseff aproximam-se por defender a presença da mulher na política. “Ambas mostram

como a mulher pode ser destrutada das piores formas possíveis” (Informação verbal). Ela observa a influência da personagem sobre a presidenta, principalmente após o *impeachment*. “O perfil de Dilma (Rousseff) hoje é muito mais leve” (SANTA ROSA, ago. 2018).

É bem verdade que a leveza de Dilma Bolada vinha de suas tiradas humorísticas, o que não significa que a personagem deixasse de ser rude e dura em diversos momentos, inclusive sendo engraçada. Ela também não era aberta a posições divergentes e costumava ridicularizar seus adversários políticos. No que concerne a esses serem possíveis pontos de aproximação entre a personagem e sua inspiração, parece-nos haver certa divergência entre a recepção do público, afinal, enquanto essas características contribuíram para o sucesso de Dilma Bolada, em Dilma Rousseff funcionavam como fonte de críticas que pareciam reiterar as narrativas de sua incompetência para o cargo. Portanto, enquanto dado da realidade de uma mulher na política, Dilma Rousseff era estigmatizada. Mas, transformada em ficção, há uma simpatia diante de muitos de seus atributos. Isso pode ter acontecido devido à consciência dos internautas de que havia uma ficção, uma brincadeira, e, naquele contexto, aquelas características seriam positivas, ou poderia, ainda, ser um reflexo da própria dificuldade da sociedade em aceitar uma mulher como mandatária do país. Nesse sentido, o campo do humor seria o universo possível de aceitação desse fato, sendo o riso o componente de aproximação do público que tornava a relação possível. Uma percepção que nos parece corroborar a hipótese do humor – no caso de Dilma Bolada – contribuir com um possível relaxamento de tensões de gênero.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Dilma Bolada é um fenômeno da cultura midiática. A paródia da presidenta Dilma Rousseff é acompanhada por um público de mais de três milhões de seguidores nas redes sociais Facebook, Twitter e Instagram, mesmo após três anos do afastamento do cargo da primeira mulher a assumir a liderança do Poder Executivo do país. Através de uma linguagem humorística e despojada, fortemente embasada na cultura *pop*, a personagem fictícia, concebida pelo publicitário carioca Jeferson Monteiro, tornou-se conhecida pelos internautas, ganhou reconhecimento nas mais importantes premiações internacionais da internet, e pautou a mídia nacional e internacional.

Não é exagero, portanto, o título da matéria que a revista *Forbes* dedicou a Dilma Bolada: “Conheça Dilma Bolada, a personagem fictícia mais influente do Facebook”.<sup>119</sup> No universo das criações de perfis ficcionais e humorísticos inspirados em políticos nas redes sociais, não há nenhum caso que se assemelhe à visibilidade conquistada por essa personagem. Ela é única por seu estilo, influência e longevidade. Em tempos em que celebridades surgem e desaparecem em um estalar de dedos na internet, Dilma Bolada conquistou um lugar que vai além da duração do próprio mandato da presidenta na qual se inspirou.

Sua existência se aproxima e se distancia de Dilma Rousseff ao longo dos anos, como se a personagem houvesse adquirido certa autonomia que lhe permitiu trilhar, em alguns trechos do percurso, passos diferentes daqueles dados por sua fonte inspiradora. Em momentos em que a líder do Poder Executivo perdeu popularidade, sua paródia angariava mais seguidores. Enquanto a mídia tradicional pintava com tons machistas a cobertura sobre a presidenta, durante os meses de duração do processo de *impeachment* de Dilma Rousseff, a imprensa internacional alardeava o sucesso da personagem. Jeferson Monteiro enfrentou críticas, investigações e reconheceu a dificuldade de fazer humor em momentos de crise, sobretudo quando a presidenta enfrentava reações sexistas que configuraram exemplos de violência simbólica contra a mulher na política.

Não por acaso, a análise das publicações feitas na referida *fanpage* entre dezembro de 2015 e agosto de 2016 revela que a personagem adotou uma ironia mais ácida no período, com tiradas cheias de sarcasmo. Inclusive, algumas das postagens são críticas diretas aos

---

<sup>119</sup> ANTUNES, Anderson. "Meet Dilma Bolada, Facebook's Most Influential Fictional Character". In: *Forbes*, 28 de abril de 2014. Disponível em: <https://www.forbes.com/sites/andersonantunes/2014/04/28/meet-dilma-bolada-facebooks-most-influential-fictional-character/#1d08da3a464d>. Acesso em: 5 de julho de 2019.

opponentes políticos de Dilma Rousseff, com pouco espaço ao riso. Mas nossa investigação sobre as mais de 400 publicações de Dilma Bolada durante o processo de afastamento da presidenta revela que o humor da personagem conseguiu driblar as adversidades do período e continuar a dar o tom da página. Acreditamos que esse seja um dos fatores para o fortalecimento da *fanpage* no momento da mais dura travessia política de Dilma Rousseff: os nove meses em que transcorreu seu processo de *impeachment*.

Investigar as questões de gênero desse período rico em tensões, a partir das narrativas dessa personagem, acabou por se tornar revelador das construções de valores e de papéis sociais, sem deixar de assinalar dispositivos, associados ao humor, que provocam a subversão desses padrões. A personagem transita por uma rica interseção, na qual se modelam as novas configurações da política na contemporaneidade, um dos focos de nossa pesquisa. A internet e as redes sociais, juntas no esboço de uma nova esfera pública, tecem importantes capítulos para os rumos da democracia em tempos em que todos podem produzir conteúdo e distribuí-lo quase instantaneamente para um público expressivo, antes inimaginável.

O humor, linguagem que historicamente guarda um bom relacionamento com a política e a mídia, ganha novo impulso com as redes sociais. Seus usos, entretanto, podem fortalecer os preconceitos e o sexismo que a mesma liberdade de emissão proporcionada pelas redes sociais tem ajudado a disseminar. Por outro lado, o humor também pode contribuir para subverter olhares que reproduzem estereótipos e contribuem para a manutenção das mulheres fora das instâncias de poder.

Nesse sentido, as publicações de Dilma Bolada constituem um rico acervo para a análise de como as questões de gênero são tratadas no âmbito da política contemporânea, e como o humor e as redes sociais configuram-se como ambiência para suas possíveis tensões. As postagens da personagem conformam novas tecituras nesse campo permeado de conflitos. Ao definir como inspiração a primeira presidenta do país, Dilma Bolada insere no universo da linguagem humorística as narrativas sobre a atuação da primeira presidenta do Brasil. Uma série de questões que podem ser analisadas pelo viés de gênero saltaram aos olhos diante das publicações da personagem, tendo como contexto um país que, embora tenha escolhido nas urnas ser governado por uma mulher, permitiu que o ranço sexista da sua cultura interferisse diretamente na sua governabilidade.

É bastante revelador observar que embora o temperamento de Dilma Rousseff fosse criticado por seus adversários, pela opinião pública e até mesmo por alguns de seus aliados políticos, esse mesmo temperamento, entretanto, provocava o riso nas postagens de Dilma Bolada. Era um traço marcante da personagem o jeito rude e impetuoso, sem deixar de ser

irreverente. Acreditamos que as licenças concedidas pelo campo da ficção e o relaxamento provocado pelo humor tornavam engraçadas e convertiam essas características da personagem em positivação da imagem.

A partir dessa condição peculiar, combinamos análise quantitativa e qualitativa para observar os atributos de Dilma Bolada e como eles interagiram com os estereótipos de gênero. Os resultados indicaram que o comportamento e as ações da personagem estavam mais associados a estereótipos socialmente relacionados aos construtos masculinos. Essas características, como irônica, corajosa, dura e poderosa, contribuíram para que a personagem expressasse o prestígio de sua posição como chefe fictícia do Poder Executivo do Brasil. Dilma Bolada reitera alguns traços considerados masculinos, geralmente, associados à presidenta Dilma Rousseff, como seriedade e firmeza.

Por outro lado, em vários momentos, a personagem também apresenta características usualmente associadas à feminilidade, que reforçaram o seu empoderamento. Em nossa análise de Dilma Bolada, os traços relacionados às mulheres não representaram sinal de enfraquecimento de sua liderança. Em vez disso, eles foram usados estrategicamente para o seu fortalecimento. A personagem apresenta-se como bonita, sensual, agradável e sentimental. Além disso, ela reforça uma característica socialmente mais relacionada às mulheres na política: a honestidade, argumento central para a defesa do caráter contra as acusações no *impeachment*. Essas características femininas não posicionaram Dilma Bolada em momento algum como objeto, mas como sujeito, protagonista do poder político.

A personagem não se aprisiona naquilo que a sociedade define como estereótipos culturalmente atribuídos aos homens ou às mulheres, apresentando uma dimensão de liberdade frente a esses padrões sociais de gênero preestabelecidos. Trata-se, portanto, de uma importante quebra de paradigmas. Os estereótipos masculinos não apagam ou inibem as características femininas em Dilma Bolada e ela chega a debochar dos estereótipos associados às mulheres, sem enfraquecer sua liderança. Essa capacidade de subverter os papéis de gênero socialmente estabelecidos é uma das características mais vigorosas de Dilma Bolada, já que a personagem consegue destoar e transcender esses atributos culturalmente padronizados, demonstrando uma capacidade de ir além dos estereótipos.

Consideramos a referida *fanpage* um rico instrumento para o estudo das tensões de gênero relacionadas à presença de mulheres no poder. Argumentamos que, ao assumir comportamentos reconhecidos como masculinos, Dilma Bolada contradiz os estereótipos socialmente estabelecidos para as mulheres. No entanto, como a análise mostrou, a personagem também apresenta ou faz uso de estereótipos femininos. Ao combinar essas



representações masculinas e femininas, Dilma Bolada expõe uma tensão. Entretanto, os tecidos do humor do qual se constitui a personagem contribuem para subverter os papéis tradicionais de gênero.

As narrativas da personagem apresentam ao público a dimensão questionadora de lugares preestabelecidos possibilitada pelo humor. Seu próprio sobrenome, Bolada, já propõe certa insubmissão ao sistema de valores culturais e sociais que presume a mulher como um ser voltado ao cuidado e ao carinho. A irreverência da personagem transforma o seu alegado temperamento forte em sinônimo de poder e afirmação para a personagem, que constrói a própria imagem de mulher destemida, soberana e diva. Uma combinação dificilmente encontrada na política, mas verossímil no universo ficcional e humorístico de Dilma Bolada.

Em momentos de duras críticas e episódios de machismo contra Dilma Rousseff, como o emblemático mencionado episódio do “Tchau, querida!”, a personagem construiu narrativas em que ironizava o sexismo que dominava o cenário político do país. É importante destacar que os episódios de violência simbólica vivenciados por Dilma Rousseff no período estudado têm como alvo todas as mulheres, e não apenas a presidenta. Nesse sentido, o riso catártico pode funcionar como um processo coletivo, uma sensação de resposta quando há o silenciamento das instituições democráticas que deveriam se posicionar contra esse tipo de violência. Um silêncio que demonstra a naturalização das práticas de discriminação da mulher na política. Essa percepção, destacada por alguns dos entrevistados em nossa pesquisa, é mais um elemento que mostra a importância da personagem nos nove meses de nossa análise.

Entretanto, algumas publicações de Dilma Bolada também revelam a reprodução de estereótipos de gênero associados à dominação masculina. O tratamento dispensado pela presidenta fictícia à esposa de Michel Temer, Marcela Temer, carregado de expressões e padrões de comportamento machistas, é um exemplo significativo de como Dilma Bolada também reproduziu papéis de poder que submetem as mulheres ao espaço restrito dos cuidados com a casa, e à desvalorização desse lugar social. Outra adversária, a advogada Janaina Paschoal, é tratada nas postagens através do estereótipo da mulher histérica. Esses posicionamentos da personagem revelam o quanto as disputas de poder constituem um espaço em que emergem tensões de gênero, por vezes, como tentativa de manutenção de posições privilegiadas à custa da subordinação das mulheres. Ainda que seja a representação de uma mulher, Dilma Bolada reproduz comportamentos machistas e, nos dois exemplos citados, não tinha qualquer espécie de sororidade.

As acirradas divergências políticas observadas no período do *impeachment* também deram o tom de diversas críticas feitas à personagem em sua *fanpage*. Mas os comentários

positivos destacaram-se em meio às interações dos internautas. É interessante constatar que a aproximação entre a audiência e a personagem deu-se tanto por meio dos milhares de comentários e compartilhamentos de conteúdo de suas publicações como pelo uso *offline* das expressões cunhadas por Dilma Bolada. Termos como “Dilmãe”, “Bom Dilma” e “Primeiramente, Fora Temer”, exaustivamente repetidos por Dilma Bolada, passaram a fazer parte do vocabulário de muitos brasileiros. Mais do que isso, foi estabelecida com o público uma relação de proximidade. Em meio às múltiplas possibilidades oferecidas pelo campo fictício, Dilma Bolada conseguiu tornar-se, ao mesmo tempo, a presidenta poderosa e linda, “Rainha da Nação”, “Diva do Povo” e “Soberana das Américas”, mas também a amiga divertida e irreverente.

Seus comentários e memes passaram a integrar as narrativas do cenário político do país e chamaram a atenção da própria presidenta Dilma Rousseff e de sua equipe de comunicação. Após conhecer pessoalmente Jeferson Monteiro, a presidenta adotou não apenas alguns termos criados pela personagem, mas uma linguagem mais leve e bem-humorada.

Assim, o campo do humor configura-se como um universo possível de aceitação da presença da mulher em espaços de poder em que, a despeito de todos os avanços, esse gênero ainda enfrenta restrições. Uma percepção que nos parece corroborar a hipótese de o humor – no caso de Dilma Bolada – contribuir com um possível relaxamento de tensões de gênero. Ao mesmo tempo, indicam a própria dificuldade da sociedade em aceitar uma mandatária para o país, fato bem recebido apenas no campo da ficção. Os resultados da pesquisa atestam a complexidade de subverter os estereótipos de gênero e podem fornecer indícios para estratégias de novas construções identitárias para a atuação da mulher na política contemporânea.

## REFERÊNCIAS

- AB'SABER, Tales. **Dilma Rousseff e o ódio político**. São Paulo: Hedra, 2015.
- ADORNO, Theodor; HORKHEIMER, Max. **A Dialética do Esclarecimento**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1985.
- AGÊNCIA DE NOTÍCIAS DOS DIREITOS DA INFÂNCIA. **Mídia e Políticas Públicas de Comunicação**. Brasília, Fevereiro 2007, 226 p.
- ALBERTI, Verena. **O riso e o risível na história do pensamento**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, Fundação Getúlio Vargas, 1999.
- ALBUQUERQUE JR, Durval Muniz de. **A invenção do Nordeste e outras artes**. 4ª ed. Recife: FJN; Ed. Massangana; São Paulo: Cortez, 2009. 340 p.
- ALMEIDA, Rodrigo de. **À sombra do poder**. Bastidores da crise que derrubou Dilma Rousseff. São Paulo: LeYa, 2016.
- AMARAL, Ricardo Batista. **A vida quer é coragem**. A trajetória de Dilma Rousseff, a primeira presidenta do Brasil. Rio de Janeiro: Sextante, 2011.
- ANDI (Agência de Notícias dos Direitos da Infância, Mídia e Políticas Públicas de Comunicação), Meios para a democracia. In: **Mídia e Políticas Públicas de Comunicação**. Brasília, Fevereiro de 2007.
- ANTUNES, Anderson. "Meet Dilma Bolada, Facebook's Most Influential Fictional Character." **Forbes**, 28 abril 2014. Disponível em: <https://www.forbes.com/sites/andersonantunes/2014/04/28/meet-dilma-bolada-facebooks-most-influential-fictional-character/#1d08da3a464d>. Acesso em: 05 de julho de 2019.
- ARISTÓTELES. **Poética**. Tradução, prefácio, introdução, comentário e apêndices de Eudoro de Sousa. 7ª Ed. [S.I]: Imprensa Nacional, Casa da Moeda, 2003.
- ASSEMBLEIA LEGISLATIVA PLURINACIONAL DE BOLÍVIA. **Ley contra el acoso y violencia política hacia las mujeres**. In: Gaceta Oficial del Estado Plurinacional de Bolívia, 2012.
- AZEVEDO, Reinaldo. Blog Reinaldo Azevedo, 24 jun. 2015. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/blog/reinaldo/dilma-encheu-a-cara-de-cauim-ou-presidente-exalta-a-mandioca-e-as-mulheres-sapiens-ah-se-tupa-se-zanga-com-ela-8230-ou-ainda-nasce-o-homo-sapiens-stultus/> Acesso em mar. 2019.
- BAKHTIN, M. M. **A cultura popular na Idade Média e no Renascimento: o contexto de François Rabelais**. São Paulo: Hucitec, 1999.
- BALDISSERA, R. Comunicação, identificações e imagem-conceito. UNIrevista, São Leopoldo, v. 1, n. 3, jul 2006.

BARBOSA, Camila; MONTE, Irina e LIESENBERG, Susan. A energização do riso e do humor em conteúdos apropriados e compartilhados na web: o restauro do “Cristo de Borja”. In: PRIMO, Alex. **A internet em rede**. Porto Alegre: Sulina, 2013.

BAUER, Nichole. Rethinking stereotype reliance. In: **Politics and Life Sciences**, vol. 32, N. 1, p. 22-42, Spring 2013.

BAZZO, Gabriela. "New York Times critica hipocrisia de líderes pró-impeachment de Dilma: 'acusados de corrupção, fraude e abusos aos direitos humanos'". In: **HuffPost**, 15/04/2016. Disponível em: [https://www.huffpostbrasil.com/2016/04/15/new-york-times-critica-hipocrisia-de-lideres-pro-impeachmentde\\_a\\_21692486/?fbclid=IwAR2sw5tVeUqiz3jM4ukZNP29fSzLqXva1ODXO0CH7xZDW19SbNWefJoUJfc](https://www.huffpostbrasil.com/2016/04/15/new-york-times-critica-hipocrisia-de-lideres-pro-impeachmentde_a_21692486/?fbclid=IwAR2sw5tVeUqiz3jM4ukZNP29fSzLqXva1ODXO0CH7xZDW19SbNWefJoUJfc). Acesso em: 10/02/2019.

BEARD, Mary. **Mulheres e poder: um manifesto**. São Paulo: Planeta do Brasil, 2018.

BEAUVOIR, Simone de. **O segundo sexo**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1980.

BEHLING, Laura L. **The Masculine Woman in America, 1890-1935**. Urbana and Chicago: University of Illinois Press, 2001.

BENTES, Ivana. A memética e a era da pós-verdade. **Revista Cult**, São Paulo, 31 out. 2016. Disponível em: <<https://revistacult.uol.com.br/home/a-memetica-e-a-era-da-pos-verdade>>. Acesso em: 20 out. 2017.

BERGAMO, Mônica. “Nada restou da Dilma da campanha”. In: Jornal Folha de S. Paulo, São Paulo, 30/09/2015. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/colunas/monicabergamo/2015/09/1688594-nada-restou-da-dilma-da-campanha-diz-criador-de-dilma-bolada.shtml> Acesso em: mar. 2018.

BERGSON, Henri. **O riso – Ensaio sobre a significação do cômico**. Rio de Janeiro: Guanabara, 1983.

BEVINS, Vincent. “After Twitter parody goes viral, Brazil leader meets her doppelganger”. **Los Angeles Times**, 25 de outubro de 2013. Disponível em: <https://www.latimes.com/world/la-fg-ff-brazil-rousseff-parody-20131025-story.html>. Acesso em: 4 de julho de 2019.

BILLIG, Michael. **Laughter and ridicule**. Towards a social critique of humour. Theory, culture and society. London: Sage, 2005.

BIROLI, Flávia. Political violence against women in Brazil: expressions and definitions. In: **Revista Direito & Práxis**. Rio de Janeiro, Vol. 07, N. 15, 2016, p. 557-589.

\_\_\_\_\_. Mídia, tipificação e exercícios de poder: a reprodução dos estereótipos no discurso jornalístico. **Revista Brasileira de Ciência Política**, Brasília, n° 6, julho-dezembro de 2011, P. 71-98.

\_\_\_\_\_; MOTA, Fernanda. O gênero na política: a construção do “feminino” nas eleições presidenciais de 2010. **Cadernos Pagu** (43), Dossiê O gênero da política: feminismos, Estado e eleições, julho-dezembro de 2014, p. 197-231.

BOOTH, Wayne; COLOMB, Gregory; WILLIAMS, Joseph. **A arte da pesquisa**. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

BOURDIEU, Pierre. **A dominação masculina**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2010.

BRAGA, José Luiz. **O Pasquim e os anos 70: mais pra epa que pra oba**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 1991.

BRAIT, Beth. **A personagem**. Série Princípios. São Paulo: Ática, 2000.

BRASIL. PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA. Secretaria de Comunicação Social. Pesquisa brasileira de mídia 2015: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira. Brasília: Secom, 2014. 153 p.

BROOKS, Deborah Jordan. **He Runs, She Runs**. Why Gender Stereotypes Do Not Harm Women Candidates? Princeton & Oxford: Princeton University Press, 2013.

BRUM, Eliane. Quem mandou matar Marielle? E por quê? In: El País, 13 mar. 2019. Disponível em: [https://brasil.elpais.com/brasil/2019/03/13/opinion/1552485039\\_897963.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2019/03/13/opinion/1552485039_897963.html) Acesso em: 14 mar. 2019.

CALVINO, Ítalo. Seis propostas para o próximo milênio. São Paulo: Companhia das Letras, 1990.

CANCLINI, Nestor. **Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade**. São Paulo: EDUSP, 2003.

CANDIDO, Antonio; ROSENFELD, Anatol; PRADO; Décio de Almeida; GOMES, Paulo Emílio Salles. **A personagem de ficção**. São Paulo: Perspectiva, 2004.

CARLOMAGNO, Marcio Cunha; CERVI, Emerson Urizzi. Fazendo Humor e Construindo a Opinião Pública: Dilma Bolada e a Agenda Presidencial no Facebook. **XII Congresso Brasileiro de Comunicação Política e Marketing Eleitoral**, Juiz de Fora (MG), 17 e 18 de outubro de 2013, 16 p.

CARO, J. Jane Caro: How we celebrate female sacrifice and expect women to take second place. Women's Agenda, 2016. <https://womensagenda.com.au/latest/jane-caro-how-we-celebrate-female-sacrifice-and-expect-women-to-take-second-place/> Acesso em: 12 setembro 2017.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. A era da informação: economia, sociedade e cultura. V. 1. São Paulo: Paz e Terra, 2011.

\_\_\_\_\_. The New Public Sphere: Global Civil Society, Communication Networks, and Global Governance. The Annals of the American Academy of Political and Social Science, 2008, p. 78-93.

CASTRO, Alex. Carta aberta às pessoas humoristas no Brasil. In: **Outrofobia. Textos militantes**. Publisher Brasil, 2015. Disponível em <https://papodehomem.com.br/carta-aberta-aos-humoristas-do-brasil/>. Acesso em 28/11/2018.

CASTRO, Mary Garcia. O golpe de 2016 e a demonização de gênero. In: RUBIM, Linda e ARGOLLO, Fernanda (Orgs.). **O Golpe na perspectiva de gênero**. Salvador: Edufba, 2018.

CHAGAS, Viktor; FREIRE, Fernanda; RIOS, Daniel e MAGALHÃES, Dandara. A política dos memes e os memes da política: proposta metodológica de análise de conteúdo sobre memes dos debates nas Eleições 2014. In: Intexto, Porto Alegre, UFRGS, n. 38, p.173-196, jan./abr.2017.

COLLING, Ana Maria. As mulheres e a ditadura militar no Brasil. VIII Congresso Luso-Afro-Brasileiro de Ciências Sociais. Coimbra, 16, 17 e 18 de setembro de 2004. Disponível em: [https://www.ces.uc.pt/lab2004/pdfs/Ana\\_Maria\\_Colling.pdf](https://www.ces.uc.pt/lab2004/pdfs/Ana_Maria_Colling.pdf)

CONNERS, Joan L. She's not laughing: political humor and Hillary Clinton's campaign for president. In: SHECKELS, Theodore. **Cracked but not shattered**. Hillary Rodham Clinton's unsuccessful campaign for the presidency. Lanham: Lexington Books, 2009.

COSTA, Ana Alice Alcântara. **As donas no Poder. Mulher e Política na Bahia**. Salvador: NEIM/UFBA – Assembleia Legislativa da Bahia, 1998.

\_\_\_\_\_. Refletindo sobre as imagens da mulher na cultura política. In: FERREIRA, Lucia; NASCIMENTO, Enilda. **Imagens da mulher na cultura contemporânea**. Salvador: NEIM/UFBA, 2002. p. 69-83.

\_\_\_\_\_. Gênero, poder e empoderamento das mulheres. Salvador, texto inédito, 2010.

COTRIM, E.; OLIVEIRA, M. P. de. Comunidades fakes do Orkut: uma análise folkcomunicacional. São Paulo, 2009. Disponível em:  
<[http://www2.metodista.br/unesco/1\\_Folkcom%202009/arquivos/Trabalhos/16-Folkcom%202009%20-%20Comunidades%20Fakes%20do%20Orkut%20-%20%C3%89rika%20Cotri\\_.pdf](http://www2.metodista.br/unesco/1_Folkcom%202009/arquivos/Trabalhos/16-Folkcom%202009%20-%20Comunidades%20Fakes%20do%20Orkut%20-%20%C3%89rika%20Cotri_.pdf)>

CRESCÊNCIO e PIRES. O humor das mulheres e as mulheres no humor: feminismos, riso e arte. In: Revista Ártemis, vol. XXVI nº 1; jul-dez, 2018. p. 1-5.

CRIAÇÃO COLETIVA. Dicionário Informal. <http://www.dicionarioinformal.com.br/bolado/>. Acessado em 02/05/2016.

DANTAS, Fernanda Argolo. **Dilma Rousseff: trajetória e imagem da mulher no poder**. Dissertação (Mestrado) – Instituto de Humanidades, Artes e Ciências, Universidade Federal da Bahia. Salvador, 2014.

DECLARAÇÃO UNIVERSAL DOS DIREITOS HUMANOS. Assembleia Geral das Nações Unidas em Paris. 10 dez. 1948.

DIÁRIO DE NOTÍCIAS. Demite-se sétimo ministro de Dilma por corrupção. 02/02/2012. Disponível em: <https://www.dn.pt/globo/cplp/interior/demite-se-setimo-ministro-de-dilma-por-corrupcao-2281350.html>. Acesso em: 17 de maio de 2019.

DIAS, Marília. Folha de S. Paulo, São Paulo, 23 jun. 2015. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2015/06/1646966-em-cerimonia-com-indios-dilma-sauda-mandioca-e-fala-de-mulheres-sapiens.shtml> Acesso em março de 2019.

**Dicionário infopédia da Língua Portuguesa com Acordo Ortográfico [em linha]**. Porto: Porto Editora, 2003-2017. [consult. 2017-01-13 19:18:05]. Disponível na Internet: <https://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/eta>  
Dicionário Informal. Disponível em: <http://www.dicionarioinformal.com.br/significado/bolado/5255/>. Acesso em 18/10/2016.

DOLAN, Kathleen. **When Does Gender Matter? Women Candidates & Gender Stereotypes in American Elections**. New York: Oxford University Press, 2014.

\_\_\_\_\_. "Gender stereotypes, candidate evaluations, and voting for women candidates: What really matters?". *Political Research Quarterly*, 67 (1), 96-107, 2013.

DUVANEL, Talita. Dilma acertou na escolha de modelito para posse, dizem consultores de moda. In: *Jornal O Globo*. 02/01/2015. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/brasil/dilma-acertou-na-escolha-de-modelito-para-posse-dizem-consultores-de-moda-14951255#ixzz5GfYjGeiP>. Acesso em: 2 de junho de 2018.

ECO, Umberto. O cômico e a Regra. In: **Viagem na irrealidade cotidiana**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.

EICHENBERG, Fernando. "Futuro do feminismo depende de reinvenção de masculinidade, afirma autora". Folha de S. Paulo, São Paulo. 8 mar. 2019. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrissima/2019/03/futuro-do-feminismo-depender-de-reinvencao-de-masculinidade-afirma-autora.shtml>. Acesso em 08 de março de 2019.

ERMIDA, Isabel. Humor, linguagem e narrativa: para uma análise do discurso literário humorístico. Tese de doutorado em Ciências da Linguagem, Universidade do Minho, Braga, 2002.

ESTEVES, João Pissarra. In: CORREIA, J. C.; FERREIRA, G. B.; ESPÍRITO SANTO, P. do (Orgs.). **Conceitos de Comunicação Política**. Covilhã: Labcom Books, 2010. P. 21-32.

FACEBOOK. **Dilma Bolada**. Disponível em: <https://www.facebook.com/DilmaBolada/> Acesso em: 03 dezembro 2015.

FAGUNDES, Tereza Cristina Pereira Carvalho. **Ensaio sobre identidade e gênero**. Salvador: Helvécia, 2003.

FERREIRA, Diógenes Arruda. O humor como resistência ao controle social autoritário no Brasil pós-1964: reflexões sobre a imprensa alternativa. XII Simpósio Internacional Processo Civilizador, Recife, 10 a 13 de novembro de 2009.

FERREIRA, Lucia e NASCIMENTO, Enilda. **Imagens da mulher na cultura contemporânea**. Salvador: NEIM/UFBA, 2002. p. 69-83.

- FIRMINO, Gustavo. Classes médias e manifestações pró-impeachment na cidade de São Paulo, uma análise dos movimentos e manifestantes. **Revista de Ciências Sociais**, n° 47, Junho/Dezembro de 2017, p. 209-227
- FOUCAULT, Michel. **Microfísica do poder**. Rio de Janeiro: Graal, 1979.
- FRANCESCHET, Susan; PISCOP, Jennifer e THOMAS, Gwynn. Supermães, maternidade legadas e participação política das mulheres na América Latina contemporânea. In: **Journal of Latin American Studies**, Cambridge University Press, 2015.
- FREITAS, Zilda de Oliveira. A literatura de autoria feminina. In: FERREIRA, Lucia; NASCIMENTO, Enilda. **Imagens da mulher na cultura contemporânea**. Salvador: NEIM/UFBA, 2002. p. 115-123.
- FREUD, Sigmund. O chiste e sua relação com o inconsciente. Rio de Janeiro: Delta, 1978.
- FRIEDAN, Betty. **Mística feminina**. Petrópolis: Vozes, 1971.
- GADELHA, Tássia Rodrigues. **Êta presidenta maravilhosa: uma análise da página Dilma Bolada no Facebook**. 2013. 117 p. Projeto Final em Publicidade e Propaganda – Departamento de Audiovisuais e Publicidade – Faculdade de Comunicação – Universidade de Brasília; Brasília, 2013.
- GENOVESE, Michael A, e STECKENRIDER, Janie. **Women as Political Leaders. Studies in Gender and Governing**. New York: Routledge, 2013.
- GIBSON, William. <https://www.wired.com/2005/07/gibson-3/>
- GOFFMAN, Erving. **A representação do eu na vida cotidiana**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2014.
- GOLDENBERG, Mirian. **A arte de pesquisar**. Como fazer pesquisa qualitativa em Ciências Sociais. Rio de Janeiro: Record, 2009.
- GONÇALVES, Joanicy Maria Brito. Humor, política e redes sociais na internet: uma mistura que deu certo. Texto inédito apresentado para a revista **E-COM**, do Centro Universitário de Belo Horizonte (Uni-BH). 2014. 16p.
- HABERMAS, Jürgen. **Direito e democracia: entre facticidade e validade**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1997.
- HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2005.
- HAYES, Danny e LAWLESS, Jennifer L. **Women on the Run. Gender, Media, and Political Campaigns in a Polarized Era**. Cambridge: Cambridge University Press, 2016.
- HERNANDEZ, Fabio. As mulheres não são engraçadas. *Época*, São Paulo, Globo, n. 518, 19 abr. 2008. Disponível em: <<http://revistaepoca.globo.com/Revista/Epoca/>>. Acesso em: 5 jun. 2018.



HITCHENS, Christopher. Por que as mulheres não são engraçadas? Folha de S. Paulo, 8 mar. 2007. Ilustrada, p. E4- E5.

HONG, Nathaniel. Mow'em all down grandma: The "weapon" of humour in two Danish World War II occupation scrapbooks. In: *International Journal of Humour Research*, 23: 27-64, 2010.

HUTCHEON, Linda. **Uma teoria da paródia**. Lisboa: Edições 70, 1985.

JACOB, Adriana. **Gênero e Mídia: A cobertura do Dia Internacional da Mulher**. Dissertação (Mestrado) – Instituto de Humanidades, Artes e Ciências, Universidade Federal da Bahia. Salvador, 2011.

JALALZAI, Farida. **Shattered, Cracked, or Firmly Intact? Women and the Executive Glass Ceiling Worldwide**. New York: Oxford University Press, 2013.

\_\_\_\_\_. **Women Presidents of Latin America. Beyond Family Ties?** New York: Routledge, 2016.

\_\_\_\_\_; SANTOS, Pedro G. dos. "The Dilma Effect? Women's Representation under Dilma Rousseff's Presidency". In: **Politics & Gender**, 11 (2015), p. 117-145.

JAMIESON, Kathleen Hall. **Beyond the Double Bind. Women and Leadership**. New York: Oxford University Press, 1995.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

JUBÉ, Andrea. Em noite inspirada, Dilma saúda mandioca e fala em "mulheres sapiens". Valor Econômico, Brasília, 23 jun. 2015. Disponível em: <https://www.valor.com.br/politica/4106058/em-noite-inspirada-dilma-sauda-mandioca-e-fala-em-mulheres-sapiens>. Acesso em 07 de março de 2019.

KAHN, Kim e GORDON, Ann. How women campaign for the U.S. Senate. In:

NORRIS, Pippa. **Women, Media and Politics**. Nova York: Oxford University Press, 1997.

KEHL, Maria Rita. **A mínima diferença**. Rio de Janeiro: Imago, 1996.

KIRKPATRICK, David. **O efeito Facebook**. Os bastidores da história da empresa que conecta o mundo. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2011.

KONDER, Leandro. **Barão de Itararé** – o humorista da democracia. São Paulo: Brasiliense, 1983.

KRAKOVICS, Fernanda. "Primeiro mandato de Dilma começou com faxina ética e termina com escândalo na Petrobras". In: *Jornal O Globo*. 31/12/2014. Brasília. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/brasil/primeiro-mandato-de-dilma-comecou-com-faxina-etica-termina-com-escandalo-na-petrobras-14940078>. Acesso em 17/05/2019.

KROOK, Mona Lena. Violence against women in politics. In: **Journal of Democracy**, vol. 28, n. 1, jan. 2017.

\_\_\_\_\_. SANÍN, Juliana. Gender and political violence in Latin America. Concepts, debates and solutions. In: **Política y gobierno**. Vol. XXIII, N. 1, 1 sem. 2016, p. 125-157.

KUCINSKI, Bernardo. **Nasce o Pasquim**. In: *Jornalistas e Revolucionários*. São Paulo: Página Aberta, 1991.

LATTMAN-WELTMAN, Fernando. Democracia e revolução tecnológica em tempos de cólera: influência política midiática e radicalização militante. In: CONGRESSO DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PESQUISADORES EM COMUNICAÇÃO E POLÍTICA, 6., 2015, Rio de Janeiro. Anais...Rio de Janeiro: Compólítica, 2015.

LEITE, Pedro D. Em busca da mulher completa. **Folha de S. Paulo**, Brasília, 8 mar 2007. Especial. Disponível em <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/especial/fj0803200704.htm>. Acesso em 10/01/2017.

LEMONS, André. A arte da vida. Diários pessoais e webcams na Internet. **Revista de Comunicação e Linguagem**, Lisboa, 2002.

\_\_\_\_\_. *Ciber-cultura-Remix*. In: Seminário “Sentidos e Processos”. São Paulo, Itaú Cultural, agosto de 2005.

\_\_\_\_\_. Os sentidos da tecnologia: cibercultura e ciberdemocracia. In: LEMOS, André e LÉVY, Pierre. **O futuro da internet: em direção a uma ciberdemocracia**. São Paulo: Paulus, 2010 (Coleção Comunicação).

LÉVY, Pierre. **A inteligência coletiva**. Por uma antropologia do ciberespaço. São Paulo: Edições Loyola, 1998.

LIPOVETSKY, Gilles. **A terceira mulher**. Permanência e revolução do feminino. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

\_\_\_\_\_. **A sociedade humorística**. In: *A era do vazio. Ensaios sobre o individualismo contemporâneo*. Barueri, SP: Manole, 2005.

LOBO, Rafael. Identidade e reconhecimento em redes sociais: o fake em debate. In: XV Congresso Brasileiro de Sociologia, Curitiba, 26 a 29 de julho de 2011.

LONGO, Clerismar e BARROSO, Eloísa. Mulheres que foram à luta: relações de gênero e violência na ditadura civil militar brasileira (1964-1985). In: **Revista Territórios & Fronteiras**, Cuiabá, vol. 10, n. 2, ago-dez 2017.

LUBISCO, Nídia; VIEIRA, Sônia; SANTANA, Isaia. Manual de estilo acadêmico: monografias, dissertações e teses. Salvador: Edufba, 2008.

MACHICAO BARBERY, Ximena. Participación política de las mujeres: Acoso y violencia política. In: **Revista Mujer Salud**. Ano 17, nº 2, 2011.

MARTIN, Janet M. e BORRELLI, Maryanne. **The Gendered Executive**. A Comparative Analysis of Presidents, Prime Ministers, and Chief Executives. Philadelphia: Temple University Press, 2016.

MARTINS, Ana Isabel Correia. A seriedade do Humor ao longo dos séculos: uma retórica do poder político ou de um contra-poder? In: **Ágora**. Estudos Clássicos em Debate 17 (2015) 323-346.

MASSAROLO, João Carlos; MESQUITA, Dario. Estratégias contemporâneas do storytelling para múltiplas telas. **Revista Latinoamericana de Ciências de La Comunicación**. V. 11, n. 21, julho-dezembro 2014. Disponível em: <http://www.alaic.org/revistaalaic/index.php/alaic/article/view/564>. Acesso em 20/12/2016.

McCOMBS, Maxwell. **A Teoria da Agenda: a mídia e a opinião pública**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

MENDES, Cleise. A força cômica. In: BIÃO, Armindo; PEREIRA, Antonia; CAJAÍBA, Cláudio e PITOMBO, Renata (Orgs.). **Temas em contemporaneidade, imaginário e teatralidade**. São Paulo: Annablume: Salvador, GIPE-CIT, 2000.

MENEZES, Eduardo Diatay B. de. O riso, o cômico e o lúdico. **Revista de Cultura Vozes**, ano 68, volume LXVIII, jan. /fev. 1974, n.1, p. 5-16.

MIGUEL, Luís Felipe. Discursos sexistas no humorismo e na publicidade. A expressão pública, seus limites e os limites dos limites. *Cadernos Pagu* (41), julho-dezembro de 2013, p. 95-119.

\_\_\_\_\_; BIROLI, Flávia. Práticas de gênero e carreiras políticas: vertentes explicativas. In: **Revista Estudos Feministas**, Florianópolis, 18(3): 336, setembro-dezembro 2010.

\_\_\_\_\_; BIROLI, Flávia. **Feminismo e Política**: uma introdução. São Paulo: Boitempo, 2014.

MINETTO, Celeste. Violencia política contra las mujeres: matices del concepto en América Latina. Estudio preliminar para el caso de la Justicia Electoral Argentina. In: 9º Congreso Latinoamericano de Ciencia Política, organizado por la Asociación Latinoamericana de Ciencia Política (ALACIP). Montevideo, 26 al 28 de julio de 2017.

MOCELLIM, A. **Internet e identidade**: um estudo sobre o website Orkut. Em Tese, Florianópolis, v. 3, n. 2, jan-jul 2007.

MONTEIRO, Jeferson. **Dilma Bolada**. Dezembro de 2015 a Agosto de 2016. *Fanpage*.

MORENO, Renata. In: O RISO dos outros. Direção de Pedro Arantes. Brasília: TV Câmara, 2012. 52 minutos.

MOUFFE, Chantal. Feminismo, cidadania e política democrática radical. In: **Debate Feminista**, São Paulo, México, 1999, p.29-47.

NIETZSCHE, Friedrich. **A gaia ciência**. Rio de Janeiro, Ediouro, 1992.

NORRIS, Pippa. **Women, Media and Politics**. Nova York: Oxford University Press, 1997.

NOSSA, Leonencio. Sou uma mulher dura cercada de homens meigos, diz Dilma. **Estado de São Paulo**, São Paulo, 10 mar 2009. Política, Eleições 2010. Disponível em: <http://politica.estadao.com.br/noticias/geral,sou-uma-mulher-dura-cercada-de-homens-meigos-diz-dilma,336414>. Acesso em 10/01/2017.

O GLOBO. ‘Dilma Bolada’ vence em categoria no Shorty Awards. Perfil cômico da presidente Dilma Rousseff ganha prêmio pelo segundo ano consecutivo. 10/04/2013. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/cultura/megazine/dilma-bolada-vence-em-categoria-no-shorty-awards-8075184>. Acesso em: abril 2015.

ORGANIZAÇÃO DOS ESTADOS AMERICANOS. **Ley modelo interamericana para prevenir, sancionar y erradicar la violencia contra las mujeres en la vida política**. Comisión Interamericana de Mujeres. Mecanismo de Seguimiento de la Convención de Belém do Pará (MESECVI). [Preparado por el Comité de Expertas del Mecanismo de Seguimiento de la Convención de Belém do Pará] (OEA. Documentos oficiais; 2017).

PALACIOS, Fernando; TERENCEZZO, Martha. **O guia completo do storytelling**. Rio de Janeiro: Alta Books Editora; 2016.

PALETZ, David. Political humour and authority: from support to subversion. In: *International Political Science Review*. Vol. 11, No. 4 (Oct., 1990), pp. 483-493.

PARDELLAS, S.; BERGAMASCO, D. Uma presidente fora de si. **Istoé**. Brasília, 1 abr 2016, Brasil. Disponível em: [http://istoe.com.br/450027\\_UMA+PRESIDENTE+FORA+DE+SI/](http://istoe.com.br/450027_UMA+PRESIDENTE+FORA+DE+SI/). Acesso em 10/01/2017.

PATEMAN, Carole. **O contrato sexual**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1993.

PATROCÍNIO, Carol. O que está por trás do “Tchau, querida” dos deputados pró-impeachment?. In: *Medium*. 18 abr. 2016. Disponível em: <https://medium.com/polemiquinhas-com-a-carol-patrocinio/o-que-est%C3%A1-por-tr%C3%A1s-do-tchau-querida-dos-deputados-pr%C3%B3-impeachment-90647f7b02c2>. Acesso em: jun. 2018.

PAXTON, Pamela e HUGHES, Melanie M. **Women, Politics, and Power**. A Global Perspective. Los Angeles: Sage, CQPress, 2017.

PEW RESEARCH CENTER. New Media, Old Media. How Blogs and Social Media Agendas Relate and Differ from the Traditional Press. 30 mai. 2010. Disponível em <http://www.journalism.org/2010/05/23/new-media-old-media/>. Acesso em: 25/01/2017.

PINTO, Céli R. J. Dilma: uma mulher política. In: RUBIM, Linda e ARGOLLO, Fernanda (Orgs.). **O Golpe na perspectiva de gênero**. Salvador: Edufba, 2018.  
POMPPER, Donnalyn. **Rethoric of Femininity**. Female Body Image, Media, and Gender Role Stress/Conflict. Lanham: Lexington Books, 2017.

POSSENTI, Sírio. O humor e a língua. In: **Ciência Hoje**, vol. 30, n. 176, outubro de 2001.

PROPP, Wladimir. **Comicidade e Riso**. São Paulo: Ática, 1992.

RAICHEVA-STOVER, Maria e IBROSHEVA, Elza. **Women in Politics and Media**. Perspectives from Nations in Transition. New York: Bloomsbury, 2014.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2014a.

\_\_\_\_\_. **A conversação em rede**: comunicação mediada pelo computador e redes sociais na internet. Porto Alegre: Sulina, 2014b.

REIS, Carolina. **As postagens no Facebook**: uma análise dialógica da página de humor “Dilma Bolada”. Dissertação (Mestrado). Faculdade de Ciências e Letras. Universidade Estadual Paulista, Araraquara, 2015. 102 p.

RIDENTI, Marcelo. As mulheres na política brasileira: os anos de chumbo. *Tempo Social, Rev. Sociol. USP*, São Paulo, 2 (2), p. 113-128, 2. sem. 1990.

ROCHA, T. B. O Orkut e as identidades múltiplas, nômades ou mais ou menos inventadas. In: ENCONTRO DE PESQUISA EDUCACIONAL DO NORTE E NORDESTE (EPENN). 19., João Pessoa, 2009. Anais..., João Pessoa: 2009.

RODRIGUES, Fernando. "Agência digital do PT anuncia fim do contrato de R\$ 6,4 milhões com partido". In: Uol Notícias, 10/09/2015. Disponível em: <https://fernandorodrigues.blogosfera.uol.com.br/tag/pepper/> Acesso: 07/05/2019

ROSSI, Marina. “‘Vaca’ até quando? No Dia Internacional da Mulher, a presidenta Dilma Rousseff é xingada e isso incomoda homens e mulheres, eleitores dela ou não”. Madri: **Jornal El País**, 09/03/2015. Disponível em: [http://brasil.elpais.com/brasil/2015/03/09/politica/1425911342\\_272443.html](http://brasil.elpais.com/brasil/2015/03/09/politica/1425911342_272443.html). (Acessado em 10/03/2016).

ROUSSEFF, Dilma. Íntegra do discurso de posse da presidenta Dilma Rousseff no Congresso. In: Agência Câmara Notícias. 01/01/2011. Disponível em: <https://www2.camara.leg.br/camaranoticias/noticias/POLITICA/480013-INTEGRA-DO-DISCURSO-DE-POSSE-DA-PRESIDENTE-DILMA-ROUSSEFF-NO-CONGRESSO.html>

RUBIM, Antonio Albino Canelas. A política na Idade Mídia. In: ALMEIDA, Jorge; CANCELLI, Vitória (org.). **Estratégia: a luta política além do horizonte visível**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 1998, p. 80-89.

\_\_\_\_\_. A contemporaneidade como idade mídia. In: *Interface. Comunicação, Saúde, Educação*, v.4, n.7, p.25-36, 2000.

\_\_\_\_\_. Novas configurações das Eleições na Idade Mídia. In: **Opinião Pública**, Campinas, Vol. VII, n° 2, 2001, PP. 168-181.

\_\_\_\_\_. **Comunicação e Política**. Conceitos e abordagens. Salvador: Edufba, 2004.

RUBIM, Linda. O feminino no cinema de Glauber Rocha. Diálogos de paixões. Doutorado (Tese). Rio de Janeiro: Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, 1999.

RUBIM, Linda e ARGOLO, Fernanda (Orgs.). **O Golpe na perspectiva de gênero**. Salvador: Edufba, 2018.

SACCHET, Teresa e SPECK, Bruno. Financiamento eleitoral, representação política e gênero. In: **Opinião Pública**, 18 (1), p. 177-197, 2012.

SACCHITIELLO, Bárbara. Dilma Bolada encontra Dilma Rousseff. In: Meio & Mensagem. 27/09/2013. Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/home/midia/2013/09/27/dilma-bolada-encontra-dilma-rousseff.html>. Acesso em: abril 2019.

SAFFIOTI, Heleieth Iara Bongiovani. **A mulher na sociedade de classes: mito e realidade**. Petrópolis: Vozes, 1976.

SALIBA, Elias Thomé Silva. **Raízes do Riso: a representação humorística na História Brasileira**: da Bella Época aos Primeiros tempos do rádio. São Paulo: Cia das Letras, 2002. \_\_\_\_\_ . História cultural do humor: balanço provisório e perspectivas de pesquisas. In: Revista História. São Paulo, nº 176, 2017.

SANTAELLA, Lúcia. Da cultura das mídias à cibercultura: o advento do pós-humano. In: Revista FAMECOS. Porto Alegre, nº 22, dezembro 2003.

SCOTT, Joan. Gênero: uma categoria útil para a análise histórica. In: American Historical Review, Nova York, 1986.

SIBILIA, Paula. **O show do eu: a intimidade como espetáculo**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008. 286 p.

SILVA, Alba. A mulher e o humor: a pedra de sísifo não cria limo. Salvador: Facom-UFBA, ENECULT (Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura), 25 a 27 de maio de 2010 – Facom-UFBA. Disponível em: <http://www.cult.ufba.br/wordpress/24468.pdf> Acesso em 05/03/2019

SILVA, Geovany; LAGO, Gregory; CRISTO, Élide. Dilma Bolada: uma análise sobre a cultura participativa. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XIII Congresso Nacional de Ciências da Comunicação, Foz do Iguaçu, 2014.

SILVA, Simone Faustino da. **Diva, presidenta e fake**: a construção da imagem de Dilma Rousseff pelo perfil “Dilma Bolada” no Twitter. Dissertação (Mestrado) –Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2015.

SILVA, Tomaz Tadeu (org.); HALL, Stuart; WOODWARD, Kathryn. **Identidade e diferença**. A perspectiva dos estudos culturais. Petrópolis, RJ: Vozes, 2014.

SILVEIRINHA, M. J. Opinião Pública. In: RUBIM, Antonio Albino Canelas (Org). **Comunicação e política: conceitos e abordagens**. Salvador: Edufba, 2004, p. 409-449.

\_\_\_\_\_. Esfera Pública. In: CORREIA, J. C.; FERREIRA, G. B.; ESPÍRITO SANTO, P. do (Orgs.). **Conceitos de Comunicação Política**. Covilhã: Labcom Books, 2010. P. 33-42.

SIMMEL, George. **A cultura feminina**. Buenos Aires: Espasa Calpe, 1946.

SINGER, André... [et al]. JINKINGS, Ivana; DORIA, Kim; CLETO, Murilo (orgs.). **Por que gritamos golpe?** Para entender o impeachment e a crise política. São Paulo: Boitempo, 2016.

SOUZA, Jessé. **A radiografia do golpe**. Rio de Janeiro: LeYa, 2016.

SOARES, Murilo. **Representações, jornalismo e esfera pública democrática**. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2009.

SOIHET, Rachel. Preconceitos nas charges de O Pasquim. Mulheres e a luta pelo controle do corpo. In: **Artcultura**, Uberlândia, v.9, n. 14, p.39-53, jan-jun 2007.

STEIN, Mary Beth. The politics of humour: the Berlin Wall in jokes and graffiti. In: *Western Folklore*, vol. 48, p. 85-108, 1989.

THOMPSON, Ph. D. **L'humour britannique**. Paris: Lausanne, 1947, p. 27.

TIBURI, Marcia. A máquina misógina e o fator Dilma Rousseff na política brasileira. In: RUBIM, Linda e ARGOLO, Fernanda (Orgs.). **O Golpe na perspectiva de gênero**. Salvador: Edufba, 2018.

\_\_\_\_\_. **Ridículo político**. Uma investigação sobre o risível, a manipulação da imagem e o esteticamente correto. Rio de Janeiro: Record, 2017.

TSAKONA, Villy e POPA, Diana. **Studies in Political Humour. In between political critique and public entertainment**. Amsterdam, Filadélfia: John Benjamins Publishing Company, 2011.

ÚLTIMO SEGUNDO. Grupos anti-Dilma fazem panelaço durante discurso da presidente sobre zika vírus. São Paulo, 03/02/2016. Disponível em: <https://ultimosegundo.ig.com.br/politica/2016-02-03/grupos-anti-dilma-fazem-panelaco-durante-discurso-da-presidente-sobre-zika-virus.html>. Acesso em: maio 2017.

UOL. Pronunciamento de Dilma tem 'panelaços' em várias cidades. São Paulo, 03/02/2016. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2016/02/03/pronunciamento-da-dilma-contra-o-zika.htm>. Acesso em: maio 2017.

VERSIANI, Marçal. O significado do cômico e do riso na obra de Bergson. In: **Revista de Cultura Vozes**. nº1. ano 68. Petrópolis: Vozes, 1974.

VOLCAN, Taiane. O papel do humor no discurso político: Uma análise dos perfis Dilma Bolada e Dilma Rousseff no Facebook. Dissertação (Mestrado) – Universidade Católica de Pelotas: 2014.

WATTS, Jonathan. Dilma Bolada: Brazilian's president alter ego is more popular than she is. *Jornal The Guardian*, Curitiba, 9 maio 2016. Disponível em: <https://www.theguardian.com/world/2016/may/09/dilma-bolada-brazil-president-facebook-twitter>.

WEBER, M. H. Imagem pública. In: RUBIM, Antonio Albino Canelas (Org). **Comunicação e política: conceitos e abordagens**. Salvador: Edufba, 2004, p. 259-307.

WEITZ, Rose. **The Politics of Women's Bodies**. Sexuality, Appearance, and Behavior. New York: Oxford University Press, 1998.

WELDON, S. Laurel. **When Protests Makes Policy**. How Social Movements Represent Disadvantaged Groups. Ann Arbor: The University of Michigan Press, 2014.

WINK, Georg. Humor golpista: memes sobre Dilma Rousseff durante o “impeachment”. In: Veredas: Revista da Associação Internacional de Lusitanistas, n. 27, p. 123–140, jan./jun. 2017.

WOODWARD, Kathryn. Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. In: TADEU DA SILVA, Tomaz (org.). Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 2000.

WORLD BANK, Engendering Development Through Gender Equality in Rights, Resources and Voice, A World Bank Policy Research Report, Oxford University Press, Oxford, 2001.

XAVIER, Adilson. **Storytelling. Histórias que deixam marcas**. BestBusiness: Rio de Janeiro, 2015.

YOUNG, Dannagal. Theories and Effects of Political Humor: Discounting Cues, Gateways, and the Impact of Incongruities. *The Oxford Handbook of Political Communication*, Agosto 2017.

ZAMMATARO, Ana; GAWRYSZEWSKI, Alberto. De médico a sedutor: o humor cotidiano do Amigo da Onça (1943-1974). II Encontro Nacional de Estudos da Imagem, 12, 13 e 14 de maio de 2009, Londrina-PR.



## ANEXO A – Lista de entrevistados

### 1. Bob Fernandes

Jornalista com ampla atuação no jornalismo político no Brasil e no exterior. Um dos fundadores da revista *Carta Capital*, onde foi editor e redator-chefe, foi repórter no *Jornal do Brasil* e *Folha de S. Paulo*. Trabalhou nas revistas *Veja* e *Istoé*, na revista eletrônica *Terra Magazine* e *Jornal da Gazeta*. Criou o canal jornalístico B, no YouTube, onde publica vídeos inéditos às terças e quintas-feiras. Data da entrevista (presencial): 27 de agosto de 2018. Local: Salvador – BA.

### 2. Cleidiana Ramos

Jornalista, é doutora em Antropologia pela Universidade Federal da Bahia (UFBA), mestra em Estudos Étnicos e Africanos pela UFBA (Pós-Afro). Tem experiência na área de Jornalismo –webjornalismo, reportagem, edição e fotojornalismo –, Comunicação Social e Novas Tecnologias, Antropologia – Antropologia da Festa, Antropologia Visual, Estudos Étnicos e Africanos, Cultura Afro-brasileira e Memória Digital e Social. Data da entrevista: 16 de agosto de 2018. Local: Salvador – BA.

### 3. Frank Menezes

Ator baiano com ampla atuação no teatro, em peças como *A Bofetada*, *Vixe Maria! Deus e o Diabo na Bahia* e *O corrupto*, cujo enredo dialoga com a temática do humor e política. No espetáculo, o artista utiliza a ironia e o riso para tecer uma crítica à hipocrisia da sociedade brasileira. No cinema, ele integrou o elenco de filmes como *A coleção invisível* (2012), *Capitães da Areia* (2010) e *Tieta do Agreste* (1996). Atuou também em minisséries, seriados e telenovelas, onde sua veia cômica também tem se destacado. Data da entrevista: 22 de agosto de 2018. Local: Salvador – BA.

### 4. Jeferson Monteiro

Carioca de 29 anos, é o criador da personagem humorística Dilma Bolada nas redes sociais Twitter, Facebook e Instagram. Antes de idealizar sua criação fictícia, estudava Administração de Empresas e trabalhava na empresa General Electric. Com o sucesso da personagem, formou-se em publicidade e passou a atuar com *marketing* digital. Dilma Bolada é vencedora de prêmios como o youPIX por dois anos consecutivos e o Shorty Awards, o Oscar do Twitter (março 2012), quando Dilma Bolada foi eleito o Melhor Perfil Fake do

Mundo. Em 2013, a página foi novamente premiada como a Melhor Ação em Redes Sociais no Brasil. Data da entrevista: 12 de dezembro de 2015. Local: Rio de Janeiro – RJ.

#### 5. Leandro Colling

Graduado em Comunicação Social pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS), mestre e doutor em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela Universidade Federal da Bahia (UFBA). É professor do Instituto de Humanidades, Artes e Ciências Professor Milton Santos, professor permanente do Programa Multidisciplinar de Pós-graduação em Cultura e Sociedade e professor colaborador do Programa de Pós-Graduação em Estudos Interdisciplinares sobre Mulheres, Gênero e Feminismo, da UFBA. É criador e coordenador do Núcleo de Pesquisa e Extensão em Culturas, Gêneros e Sexualidades (NuCuS). Data da entrevista: 24 de agosto de 2018. Local: Salvador – BA.

#### 6. Marina Brito

É graduada em Ciências Sociais e mestre em Ciência Política pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). É doutora em Ciência Política e pesquisadora da mesma universidade, onde atua no Núcleo de Estudos e Pesquisa sobre a Mulher e no Centro do Interesse Feminista e de Gênero. Atua também com consultoria e pesquisa para organizações governamentais e não governamentais. Tem aperfeiçoamento em Metodologia de Pesquisa pela International Political Science Association e em Metodologia Quantitativa pela UFMG. Suas áreas de interesse são a Ciência Política, com ênfase em Movimentos Sociais, Participação Política de Mulheres e Teoria Política Feminista. Atuou na Secretaria de Políticas para Mulheres e, atualmente, trabalha no Ministério de Desenvolvimento Social. Data da entrevista: 8 de março de 2019. Entrevista realizada por e-mail.

#### 7. Marta Dória

Publicitária com ampla atuação em campanhas políticas no Brasil e no exterior. Produtora, diretora de Operações e sócia da Objectiva Comunicação. Data da entrevista: 21 de agosto de 2018. Local: Salvador – BA.

#### 8. Mirtes Santa Rosa

Mulher, negra, feminista e publicitária, Mirtes Santa Rosa é especialista em Comunicação Estratégica. Trabalhou nas agências Objectiva Comunicação, Leiaute Propaganda, Tempo Propaganda, PROPEG Bahia e VIA Mídia. Atualmente, é coordenadora Publicidade e

Propaganda da Secretaria de Comunicação do Governo do Estado da Bahia. Data da entrevista: 27 de agosto de 2018. Local: Salvador – BA.

9. Nara Gil

Atriz, cantora, produtora musical e empresária. Participou do elenco da minissérie *A Madona de Cedro* e da série *Armação Ilimitada*. É *backing vocal* oficial da banda do cantor e compositor Gilberto Gil. Data da entrevista: 29 de agosto de 2018. Local: Salvador – BA.

10. Vítor Paranhos

Analista digital, especialista em planejamento em publicidade e *marketing* digital. Formado em Produção – Multimídia pelo Centro Universitário Jorge Amado (Unijorge), estudou Desenvolvimento Web e Comunicação com Habilitação em Hipermídia. Trabalhou em agências digitais e campanhas políticas. Desenvolveu estratégias e táticas digitais para o Governo Federal através do Ministério das Comunicações, Secretarias de Cultura, Educação, Saúde, Meio Ambiente, Desenvolvimento Rural, Emprego e Renda, Promoção da Igualdade e Administração do Governo da Bahia, Governo do Distrito Federal, Empresa Brasileira de Infraestrutura Aeroport (Infraero), Banco Regional de Brasília e trabalhou como *freelancer* prestando consultoria e planejamento para empresas do setor privado. Atualmente, trabalha na agência Ative. Data da entrevista: 16 de agosto de 2018. Entrevista realizada por e-mail.