

Os Trapalhões no YouTube: “A filha do seu Faceta” e a memória afetiva na cultura digital¹

Ariane Diniz Holzbach²
Thaiane Moreira de Oliveira³
FACHA/Universidade Federal Fluminense

Resumo

O trabalho investiga de que maneira o YouTube atua como articulador da memória afetiva televisiva considerando para isso a esquete *A filha do seu Faceta*, elaborada pelo grupo *Os Trapalhões* e veiculada na Rede Globo pela primeira vez em 1981. Atualmente, embora o programa não faça parte da grade televisiva há mais de 20 anos, a esquete faz muito sucesso no YouTube, o que reconfigura a maneira com a qual a cultura contemporânea lida com os conteúdos televisivos. Como proposta analítica, elaboramos um questionário online para entender as relações existentes entre o internauta e a memória afetiva construída com a esquete em questão através do YouTube.

Palavras-chave

Os Trapalhões; YouTube; Televisão; Memória.

Introdução

A filha do seu Faceta

- Papai, eu quero me casar!
- Oh minha filha, ocê diga com quem!
- Eu quero me casar com o leiteiro
- Com o leiteiro, ocê não casa bem
 - Por que papai?
- O leiteiro tira o leite das vaca, e ardepois vai desmamar ocê tumbém!

Zacarias usa dois prendedores enormes em forma de flor nas tranças de uma peruca desproporcional. Coloca as duas mãos sobre uma saia rodada, também cheia de flores, e balança o tecido em um movimento de vai-e-vem típico dos arquétipos em torno da moça

¹ Trabalho apresentado no GP Cibercultura, XV Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutora em Comunicação pela Universidade Federal Fluminense, pós-doutorado em História pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Professora das Faculdades Integradas Hélio Alonso. E-mail: aridiniz@gmail.com.

³ Doutora em Comunicação pela Universidade Federal Fluminense e professora do departamento de Estudos de Mídia da mesma instituição. E-mail: thaiane.moliveira@gmail.com.

matuta e tímida do interior. Didi interpreta o pai da moça, um senhor que exige respeito em seu terno branco folgado demais usado com camisa xadrez. Ela diz que quer casar. Ele veta cada possível pretendente colocando defeitos engraçados e de duplo sentido, que levaram ao riso milhares de brasileiros que assistiram à esquete na televisão em 1981, quando foi ao ar pela primeira vez. Na ocasião, o grupo Os Trapalhões - formado por Didi, Dedé, Mussum e Zacarias - era líder de audiência no horário na Rede Globo e durante uma hora, nas noites de domingo, protagonizava esquetes curtas de humor voltadas para crianças e adultos.

Embora faça parte da história da televisão no Brasil, *A filha do seu Faceta*, hoje, assume um lugar diferente. Se no programa Os Trapalhões a esquete desempenhou um pequeno papel nos quase 30 anos em que o programa ficou no ar, atualmente ela é de longe o vídeo mais acessado dos Trapalhões no YouTube. Até o momento, atingiu 3,5 milhões de visualizações e cerca de mil comentários⁴. Mais do que dar visibilidade a um programa um tanto desconhecido por gerações contemporâneas de jovens, o vídeo *Os Trapalhões: A filha do seu Faceta (1981)*, publicado no YouTube, reformula uma série de questões em torno da televisão tradicional, especialmente no que diz respeito ao papel que esses conteúdos desempenham em torno da memória afetiva de quem os consome. Ao ser publicado no YouTube, o conteúdo televisivo não pertence mais à televisão *per se* e passa a lidar de uma forma diferente com o público, que pode compartilhá-lo e com isso reconfigurar radicalmente o circuito comunicativo daquele conteúdo.

Tendo essas questões em vista, o objetivo deste trabalho é compreender o papel do YouTube como um novo articulador da memória vinculada aos conteúdos televisivos considerando que o site incentiva diferentes relações afetivas entre esse conteúdo e a audiência. Como argumento central, temos em vista que a memória é construída historicamente e mantém relação com o contexto onde se desenvolve. O YouTube, ao desenvolver uma relação desterritorializada com a audiência, atualiza a memória dos conteúdos televisivos, mas a desvincula dos contextos onde foi gerada, reconfigurando o próprio papel da memória televisiva.

Para compreender o fenômeno de atualização da memória através do Youtube, foi desenvolvido um questionário que objetivou traçar relações evocadas pelo vídeo em questão. De resto, o artigo está dividido em três partes. Na primeira, buscaremos compreender o papel dos Trapalhões para a televisão brasileira e como esta figura vem se

⁴ Intitulada “O casamento da filha do seu Faceta”, a canção que inspirou a esquete dos Trapalhões foi gravada em 1978 pelo Velho Faceta, personagem do pastoril profano de Pernambuco. A canção do pastoril tem letra ligeiramente diferente da esquete, mas ambos apresentam o tema e a rima bastante similares.

transformando na cultura digital. Em seguida, faremos uma discussão em torno da relação entre memória e YouTube. A partir disso, buscaremos discutir a questão da memória a partir dos resultados obtidos no questionário.

1) *Os Trapalhões e a TV brasileira*

Os Trapalhões não foram os primeiros humoristas da televisão brasileira a atingir um grande sucesso. Nessa lista, é possível elencar, por exemplo, Mazzaroppi, um dos ícones do humor multimidiático que também atuou na televisão ainda nos anos de 1950, logo que esta começou a se consolidar no Brasil. Porém, diferentemente dos Trapalhões, que nasceram na televisão, sua influência maior estava em outra mídia audiovisual: o cinema. Afirmando que “A TV ‘chupa o sangue de qualquer artista’ e que ‘seu campo de batalha era o cinema’” (RAMOS, 2004, p. 121), Mazzaropi montou sua produtora para especializar-se na produção de longas que fizeram sucesso nacionais e internacionais. Todavia, apesar de desenvolverem uma estética similar que se apropria de personagens regionais, como o caipira Jeca Tatu de Mazzaroppi e o nordestino Didi Mocó de Renato Aragão, suas trajetórias são distintas, já que Os Trapalhões criaram sua identidade de “palhaços televisivos”, tamanha sua força nesse meio.

Renato Aragão, advogado cearense, tinha o sonho de ser ator e humorista, como seu ídolo Oscarito. Chegou na então recém-inaugurada TV Ceará, em 1960, através de um concurso para realizador de programas televisivos para a grade, tornando-se ator do canal logo em seguida. Nessa emissora, já atuava em seus quadros humorísticos como, por exemplo, *Vídeo Alegre* e *Aí vem o circo*. Foi contratado em 1963 pela Tupi, emissora na qual a indefectível dupla Didi e Dedé iria se encontrar. Diferentemente de Renato Aragão, Manfred Santanna, o Dedé, era um ator de circo. Cigano em Niterói, herdou da família as técnicas circenses e pôde levá-las para a televisão, ensinando ao parceiro as artimanhas do picadeiro. Nesse período, a concorrência entre as emissoras já era alta e foi neste cenário que o grupo *Adoráveis Trapalhões* se inseriu.

Em meados da década de 1960, o rock era um fenômeno que carregava uma multidão de jovens e as emissoras começaram a investir no gênero musical para alavancar a audiência. No Brasil, o rock ganhou roupagens nacionais aos sons do iê-iê-iê, nas vozes de cantores como Roberto Carlos, Erasmo Carlos e Wanderléia, que protagonizaram o programa televisivo da Rede Record, *Jovem Guarda*, que deu origem ao movimento cultural homônimo. Para competir com a Record e seu influente programa, a TV Excelsior

contratou Wanderley Cardoso, o bom moço que arrancava o coração das jovens na época. Em 1966, o cantor estreou um programa que misturava humor e música. Mas, segundo relata o diretor Wilton Franco para o site oficial dos Trapalhães⁵, responsável pela programação comandada pelo cantor, a dificuldade de decorar textos e a pouca experiência em atuação de Wanderley Cardoso provocaram uma mudança necessária no formato do programa, que passou a ser composto pelo lutador que deu início ao *Telecatch* no Brasil, Ted Boy, além do ator Ivon Cury, conhecido por seu humor-escada, ou seja, por lançar a “deixa” para que outro humorista finalize as piadas. Contudo, nessa composição, ainda era necessário que mais um integrante se juntasse ao grupo; para tanto, o humorista Renato Aragão foi chamado, formando assim os *Adoráveis Trapalhães*, da TV Excelsior.

O sucesso do grupo era tanto que a concorrência buscou derrubar a audiência, dissolvendo o quarteto com o contrato de Ted Boy Marino assinado com a então recém-inaugurada TV Globo. Para substituí-lo, foi chamada Vanusa, que ajudou a diversificar o grupo, e conseqüentemente, seu público. Mas sua duração sucumbiu à concorrência quando, em 1970, as portas da TV Excelsior tiveram de ser fechadas sem antes abrir espaço para que a dupla Dedé e Didi pudesse protagonizar um programa próprio. Pouco tempo depois, a TV Record chamou a dupla para estrear participações especiais em quadros da *Praça da Alegria*, comandada pelo radialista e humorista Manoel de Nóbrega. O sucesso dos humoristas no quadro era tanto que, em 1972, foram convidados a criar um programa apenas deles chamado *Os Insociáveis*. Para a composição do grupo, em 1973, foi chamado o sambista e humorista Antônio Carlos Bernardes Gomes, conhecido como Mussum. Pouco tempo depois, o mineiro de Sete Lagoas, Zacarias (Mauro Faccio Gonçalves) foi integrado ao grupo e então, finalmente, o quarteto se formou.

Em 1977, a TV Globo anunciou o contrato com o quarteto e o nome “Trapalhães” viria a se tornar um dos maiores fenômenos humorísticos da televisão brasileira. O programa *Os Trapalhães* estreou em 13 de março de 1977, aos domingos, antes do programa *Fantástico*. Seu formato era composto por uma sucessão de esquetes entrecortadas por diversos números musicais exibidos sem aparente conexão, exceto a presença dos próprios Trapalhães, além de sátiras musicais, como por exemplo, as famosas esquetes *Teresinha*, com canção de Chico Buarque, e *A filha do seu Faceta*.

Inevitavelmente, a morte de Zacarias, em 1990, e Mussum, em 1994, foram impactantes na dissolução do grupo, mesmo que atuações individuais e em dupla tivessem

⁵ <http://www.ostrapalhoes.net/>. Acessado em julho de 2015.

continuado. Em 40 anos de atuação, eles produziram mais de 40 filmes, diversos programas televisivos, história em quadrinho, além de produtos colecionáveis, como brinquedos e utensílios, além de produtos comestíveis. Tal espalhabilidade da marca “Os Trapalhões” mostra todo o potencial transmidiático em torno do quarteto, que nasceu na mídia e se fortaleceu neste cenário de convergência tecnológica, que teve início antes mesmo da popularização da cultura digital (SCOLARI, BERTETTI, FREEDMAN, 2014).

Na introdução do site oficial do quarteto, Luis Joly e Paulo Franco escrevem que “a geração mais jovem desconhece quem foram os Trapalhões (...). Os Trapalhões, porém, perde um aspecto fundamental para os programas exibidos nos dias atuais: ele não sobreviveu o suficiente para chegar à era da internet”, que ainda engatinhava quando o grupo teve as perdas de Zacarias e Mussum. Contudo, tal afirmação ignora que o fenômeno da cultura digital não reside apenas no contexto da produção, mas tem sua força de disseminação da informação por outros agentes, como os fãs, que através do afeto, ajudam a marca Trapalhões a ter inserção no ambiente digital para além daquela travada na televisão e que conquistou várias gerações de telespectadores. Tal fenômeno é o que nos interessa investigar e que iremos desdobrar a seguir, buscando compreender o papel do Youtube na atualização de memória relativa ao grupo.

2) O passado dos *Trapalhões* e o YouTube

Como afirmado anteriormente, *Os Trapalhões* ficaram no ar na Rede Globo de 1977 a 1993. A esquete *A filha do seu Faceta*, por sua vez, foi veiculada em 1981 e, a partir daí, reprisada algumas vezes, sempre que a emissora tinha necessidade. Mesmo assim, faz pelo menos 20 anos que não mais faz parte da grade de programação da Globo nem da televisão de maneira geral. No YouTube, ao contrário, a esquete continua viva e tem sido reprisada indefinidamente, só que de maneiras muito diferentes do que rege a televisão tradicional. Tendo em vista que a cultura digital incentiva a cultura participativa e com isso uma complexa reformulação na maneira como a audiência manipula os conteúdos midiáticos (BURGESS, GREEN, 2009; JENKINS, 2009; JENKIN, GREEN, FORD, 2014), o YouTube oferece um novo tipo de expectatorialidade, centrada no consumo individual e na seleção personalizada e potencialmente compartilhável.

No que concerne aos conteúdos televisivos, uma característica fundamental do YouTube é que se trata de um espaço midiático que não prioriza a temporalidade dos produtos que veicula e nem a fonte produtora daquele conteúdo. Sendo assim, em um

mesmo site é possível encontrar programas das mais variadas emissoras que foram gravados há anos ou recentemente, postados por empresas de mídia ou pela audiência, o que faz do YouTube um espaço de reconfiguração e reconstrução das produções televisivas que atua decisivamente na ressignificação da memória relacionada a esses conteúdos. Considerando que a memória é um fenômeno processual (RICOEUR, 2004) construído coletivamente (HALBWACHS, 1992), o YouTube assume um espaço fundamental de construção contemporânea da memória, a despeito de raramente ser observado dessa perspectiva pelas pesquisas acadêmicas (HOLZBACH, 2015, mimeo).

Mais do que um veiculador de conteúdo audiovisual, o YouTube atua como uma tecnologia de arquivo (GEHL, 2009) que pode incentivar a reconstrução do olhar sobre importantes fenômenos culturais. A esse respeito, Sheenagh Pietrobruno (2013) analisa diversos vídeos publicados no YouTube que exploram a dança praticada pelos dervixes da ordem Mevlevi, pertencente ao islamismo, os quais apresentam uma impactante cerimônia de adoração composta por danças rodopiantes desenvolvidas com trajes característicos. Pietrobruno lembra que se trata de um patrimônio imaterial fundamental do islã cujo senso comum assume ser uma atividade masculina. Todavia, ao analisar vídeos dessa cerimônia no YouTube, ela rapidamente localiza mulheres participantes não apenas assistindo, mas atuando como dervixes também, rodopiando e usando os mesmos tipo de vestimenta que seus colegas do sexo masculino. Esses vídeos, com isso, transformam-se em provas fundamentais da presença feminina (mesmo que não onipresente) em uma cerimônia religiosa que dialoga de forma muito complexa com as questões de gênero.

No que concerne aos *Trapalhões*, o YouTube é atualmente o principal responsável pela circulação de produtos midiáticos vinculados ao programa, atualizando a memória relacionada a ele e oferecendo uma maneira de consumo absolutamente distinta do que a Rede Globo fez nos anos de 1970/80/90. Enquanto na emissora o programa era semanal e reprisado por ordem institucional, no YouTube esse conteúdo aparece fragmentado em pequenas partes e de forma independente do canal televisivo: a vinheta de abertura, esquetes específicas e paródias relacionadas aos programas ou à identidade de suas personagens aparecem aos montes, sem seguir uma ordem cronológica e reformatando, com isso, o significado destes conteúdos.

Além de abrigar diversos filmes estrelados pelo quarteto, é possível encontrar no site um sem-número de trechos editados do programa televisivo, formados na sua maioria por esquetes ou conjunto de esquetes. Raríssimos vídeos abrigam uma edição inteira do

programa, aos moldes do que foi ao ar no passado na televisão. Esse fenômeno faz com que o consumo contemporâneo dos *Trapalhões* seja muito mais fragmentado, pouco conectado com a emissora que lhe deu origem e, sobretudo, comandado pela audiência. As esquetes são agrupadas livremente pelos internautas e podem aparecer divididas por esquetes isoladas (por exemplo, *Os Trapalhões - O Bingo*⁶), por temática (*Todos os quadros do Mussum em um único vídeo*⁷), por divisões similares ao que a televisão criou (*Os Trapalhões Parte 22*⁸) e principalmente pela relação afetiva que elas incentivam em quem as publica. Assim, por exemplo, é bastante comum vídeos com “os melhores momentos” dos *Trapalhões*, os quais foram selecionados e julgados, evidentemente, pelo autor da publicação. A seleção dos melhores momentos feita pelo internauta, por sua vez, não corresponde necessariamente à escolha que eventualmente poderia ser feita pela Rede Globo ou pelos próprios atores das esquetes, potencializando com isso uma complexificação do circuito comunicativo desse conteúdo que precisa levar em alto grau as escolhas feitas pelo espectador e a maneira autoral com a qual ele manipula o conteúdo.

Ademais, essa maneira fragmentada de apresentação do conteúdo vinculado aos *Trapalhões* no YouTube acaba modificando o próprio significado desse conteúdo. Assim, por exemplo, a vinheta de abertura, que aparece em vídeos isolados no YouTube, acaba se tornando um produto com alto grau de autonomia e não pode ser compreendida apenas como um paratexto (GRAY, 2010) do programa como um todo. O mesmo se pode afirmar em relação às performances musicais que fizeram parte de diversas edições do programa. Nesse sentido, por exemplo, o vídeo *Trem da Alegria - He Man *Programa Os Trapalhões 1986**⁹ acaba sendo ao mesmo tempo parte do programa e, também, um videoclipe da canção em questão.

A partir do que fora discutido até então, buscaremos analisar o fenômeno da atualização da memória a partir de um dos vídeos de maior sucesso dos *Trapalhões* no Youtube.

⁶ Vídeo pode ser visto no link: <https://www.youtube.com/watch?v=D7LNnId6Xs0>. Acessado em julho de 2015.

⁷ Vídeo pode ser visto no link: <https://www.youtube.com/watch?v=tzLQK4Nveig>. Acessado em julho de 2015.

⁸ Vídeo pode ser visto no link: <https://www.youtube.com/watch?v=r8DmuVke9zo>. Acessado em julho de 2015.

⁹ Vídeo pode ser visto no link: <https://www.youtube.com/watch?v=jkM8BVwzO2g>. Acessado em julho de 2015.

3) **Relembrando *A filha do seu Faceta***

Como já afirmado, embora haja atualmente uma profusão de conteúdos relacionados aos *Trapalhões* no YouTube, o vídeo *Os trapalhões: A filha do seu Faceta (1981)* é o mais acessado do site e por isso foi escolhido para análise. O objetivo, porém, não é fazer uma análise estética ou narrativa do material, mas compreender de que maneira as pessoas se relacionam com o vídeo e como essa relação tem em vista a memória afetiva construída por parte dos internautas em torno desse conteúdo em particular e em torno do programa *Os Trapalhões* como um todo. Para tanto, elaboramos um questionário online com dez questões de múltipla escolha e três questões abertas. O material foi divulgado nos perfis pessoais das pesquisadoras e em sete fanpages pertencentes a agentes importantes para a manutenção dos laços afetivos com os personagens do quarteto: as páginas do Facebook do *Fã Clube Mussum e Zacarias* e do *Fã Clube Renato Aragão*, assim como as páginas *Cacildis, Didi* e *Os Trapalhoes* e o perfil oficial dos *Trapalhões*. Foram ao todo 91 respondentes nos nove dias em que o questionário ficou aberto para receber respostas (entre os dias 7 e 16 de julho de 2015).

A idade dos respondentes variou entre 14 (mínima) e 63 (máxima), explicitando a amplitude do público que *Os Trapalhões* alcançam atualmente, considerando que a última edição do programa foi ao ar há 22 anos na televisão. Dos 91 respondentes, 25 (27%) informaram que não conheciam a esquete *A filha do seu Faceta*. Um destes ainda afirmou que “já vi os Trapalhões pela internet e adorava”. Vale ressaltar que a idade do respondente (14 anos) ilustra o perfil destes novos agentes do ambiente digital, espaço no qual a temporalidade da produção original perde suas âncoras e ganha fluidez ao ser reproduzida para um público ampliado neste cenário de cultura participativa.

Apenas quatro (6%) informaram que não assistiam ao programa durante as décadas de 70, 80 e 90, auge da atuação do quarteto, mostrando que, embora o YouTube tenha papel fundamental hoje na veiculação desse tipo de conteúdo, a cultura televisiva ainda é bastante forte ao influenciar o consumo do internauta. Assim sendo, boa parte dos que consumiram *Os Trapalhões* na televisão antes do YouTube (92%) têm em vista a memória do programa considerando as referências construídas nos tempos do programa na Globo. Isso faz do site, por sua vez, um espaço para rememorar o conteúdo já consumido através da televisão. Essa rememoração, contudo, ressignifica a memória afetiva construída em torno do programa e do vídeo sobretudo em três perspectivas: o YouTube incentiva 1) a mitificação da esquete e

do grupo *Os Trapalhões*, 2) a construção de novas interpretações da esquete e do grupo e 3) um ar nostálgico relacionado ao passado individual dos respondentes. Além da palavra “Trapalhões”, as que figuraram como as mais citadas entre os respondentes diante de perguntas abertas sobre a sensação de ver ou rever a esquete no Youtube foram “nostalgia”, “lembranças”, “saúde”, “infância” e “engraçado”. É fundamental observar que quase todas as palavras estão relacionadas de variadas maneiras a noções de temporalidade e do passado dos respondentes, reforçando o papel crucial do YouTube na construção contemporânea desse passado.

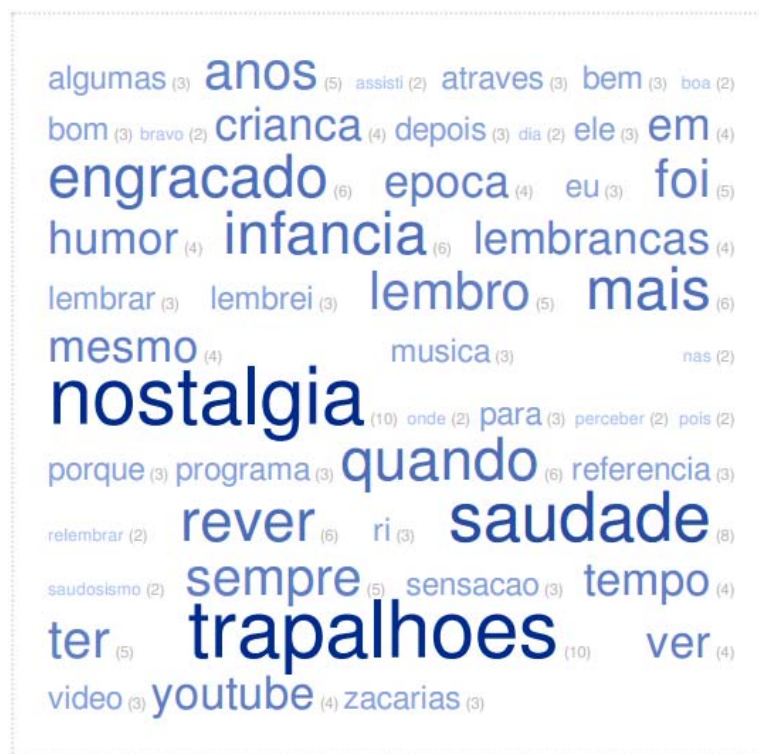


Figura 1: Nuvem de palavras geradas a partir das respostas sobre a sensação de ver ou rever o vídeo dos *Trapalhões* no Youtube. Nuvem gerada pelo site Tagcrowd.

3.1) A mitificação da esquete e do grupo *Os Trapalhões*

Muitos comentários tendem a perceber no passado um momento mais feliz e “genuíno”, explorando nas respostas não exatamente a esquete em si, mas as sensações afetivas que o material lhes proporcionou:

Memória engraçada e genuína

O humor brasileiro em sua melhor forma.

Ri muito, mostrei pra família, compartilhei nas redes sociais e me dei conta, mais uma vez, de como o humor antigamente era mais puro, no sentido de não ter tantas preocupações com o politicamente correto, por exemplo. O que me fez ver como nos divertíamos de forma mais genuína antigamente.

Um humor inocente. Num tempo em que as expressões era a nível de piadas e não tinham o contexto de bulling. Pq hj td [porque hoje tudo] é bulling, td [tudo] é racismo e homofobia...Enfim.

Na minha época d criança não precisávamos d mtos [de muitos] recursos ou tecnologias para ser feliz!

As respostas evocam um passado mitificado que oculta/apaga as memórias negativas e se concentra exclusivamente nas relações afetivas positivas travadas entre os respondentes e o conteúdo midiático apresentado e entre os respondentes e o passado de maneira geral. Em alguns casos, expressões genéricas como “puro”, “inocente” e “genuíno” reforçam o tom elogioso de “antigamente” e constroem de forma bastante subjetiva um passado no qual, de alguma forma, o internauta sente que vivia melhor. Em outros casos, o vídeo com a esquete se transforma em um artefato cultural que representa metonimicamente “o humor brasileiro” inteiro ou uma determinada “época de infância”, quando o viver parecia mais simples e feliz. Em se tratando dos anos de 1980, é cabível lembrar que o Brasil viveu a pior crise econômica de sua história, além de ter a Rede Globo atuando praticamente como um monopólio, tamanho o seu poder simbólico, de modo que ela era líder de audiência isolada em todos os horários. Esse poder significativo da emissora nos anos 70, 80 e 90, aliás, certamente é um dos motivos que fizeram dos *Trapalhões* um programa tão popular.

3.2) A construção de novas interpretações da esquete e do grupo

Diante da experiência de rever o humor característico dos *Trapalhões* no Youtube, muitos dos respondentes ressaltaram que, embora a esquete seja engraçada e tenham se divertido com ela no passado, atualmente a maior parte das piadas seria condenável atualmente em função do seu tom “politicamente incorreto”:

Um humor que não é politicamente correto (ao brincar com a orientação sexual do Ney Matogrosso). Aliás, típico do humor dos *Trapalhões* à época.

Quando criança, meu pai cantava [a canção] pra mim. Saudosa, a canção no entanto nos lembra de que os tempos e a moral eram muito mais sexistas.

Esquete de um tipo de humor que hoje é politicamente incorreto. Mas que, para quem assistiu há muitos anos, arranca gargalhadas.

Fiquei feliz e achei engraçado, mas senti um certo constrangimento pelo fato de algumas passagens serem politicamente incorretas.

As respostas atualizam a esquete feita nos anos de 1980 trazendo novas interpretações e novos julgamentos vinculados ao contexto social do presente. Todavia, as opiniões diferenciam o passado, ou seja, a veiculação do conteúdo na televisão, e o presente, quando a esquete está no YouTube. A sua disponibilização no site, embora não apresente nenhum tipo de classificação indicativa ou censura, não é posta em questão pelos respondentes. É como se no YouTube esse tipo de conteúdo fosse aceitável, ainda que politicamente incorreto.

Esta mudança de postura do humor reflete os anseios de uma geração que vem se transformando sob conceitos de moralidade a partir de um processo civilizador historicamente construído que está em curso (ELIAS, 1990). Cabe ressaltar que a noção de politicamente correto é um consenso moralmente instituído que tem como premissa a desqualificação de tudo o que se opõe a esta moral dominante, conforme aponta Ranciére, em entrevista a Flávia Natércia (2005). Esse discurso ético e moralizante que tem transformado a sociedade, não apenas brasileira, mas do mundo ocidental, dentro de seus contextos culturais específicos, tem como propósito uma higienização social através do policiamento que afeta diretamente o humor, tal como aponta Mateus Gruda:

Neste cenário restritivo e coercitivo qualquer humor minimamente ligado ao politicamente incorreto tem de ser completamente extirpado e silenciado, o que pensamos ser absurdo, pois compreendemos que a catarse produzida pelo humor politicamente incorreto, ao proporcionar dizer qualquer coisa sobre tudo, possibilita ocorrerem reflexões (GRUDA, 2011, s/n).

O humor é um fenômeno sociocultural que acompanha os seus contextos, utilizado muitas vezes como estratégia de alcance para quebra de paradigmas vigentes. Ainda segundo Gruda, esse gênero esteve ligado à profanação e ao caos ao longo da História e

acabou por se tornar instrumento do esvaziamento de sentido na sociedade contemporânea, também chamada por sociedade humorística, segundo Lipovetski (2005). Se *Os Trapalhões* se inserem nesta sociedade voltada para a produção do humor em diversas esferas, a ruptura e a transgressão caminharam em conjunto com as sutilezas cínicas e lúdicas travadas pelo quarteto ao dar a voz às diversidades, ou seja, ao abrir espaço de protagonização para um nordestino, um negro, um homossexual e um malandro, além de outros personagens secundários que representavam as minorias, assim como também eram alvos fáceis das piadas, atualmente consideradas preconceituosas. Segundo Giron:

No ápice, eles eram criticados pela grosseria verbal, racismo e preconceito sexual. Os detratores diziam que os Trapalhões baixavam o pau nos negros, gays e nordestinos, numa autoflagelação da identidade racial brasileira. O que diziam, porém, nunca importou. O conteúdo ideológico dos Trapalhões se diluía nas palhaçadas, nas contorções físicas, nas situações inusitadas. Realizavam a catarse das frustrações da nação pelo riso escrachado (GIRON, 1994, s/n)

3.3) Ar nostálgico relacionado ao passado individual dos respondentes

A nostalgia em relação ao passado diretamente vinculado ao respondente foi o elemento mais frequente nas respostas. Em quase todos os casos o internauta associou o período histórico no qual a esquete foi ao ar na televisão - anos 80 e 90 - com as suas memórias afetivas particulares em relação àquele período histórico. De maneira geral, essa memória mostrou-se construída, num primeiro momento, entre o programa *Os Trapalhões* e os respondentes:

Nostalgia, saudade mesmo. Especialmente do Zacarias, um dos personagens mais engraçados, junto com o Mussun.

Saudade, principalmente do Zacarias. Mas me dei conta que quando criança eu não entenderia a piada final, porque na época não sabia que o Ney Mato Grosso é homossexual.

A nostalgia sempre é o principal ponto do vídeo no YouTube. Me lembro de ter apresentado o vídeo para meu irmão, bem mais novo que eu. Ele não achou graça.

Uma Sensação de Nostalgia Enorme, lembro de ter visto na Tv, minha Vó sempre cantava kkk, quando Revi no Youtube depois de quase 10 anos foi demais!

Nossa! Nostalgia pura... Me lembrei da música de abertura, me lembrei q todos se reuniam na sala pra ver os trapalhões e era mto engraçado. Saudade!

Eu adorava Os Trapalhões, não perdia um dia e às vezes até me atrasava para a escola porque ficava assistindo o programa.

Em um segundo momento, os respondentes associaram o vídeo às suas experiências vividas durante a veiculação do programa em questão. Essas memórias, interessantemente, nem sempre aparecem vinculadas ao programa televisivo:

Lembrar da infância.

Saudosismo de quanto ri no passado.

Me lembrei do tempo que meus filhos eram pequenos.

Saudosismo, me lembrou a infância, quando morei em outra cidade.

Foi ótima [a sensação de rever a esquete do Seu Faceta], sensação de reviver um período gostoso da minha vida.

Essas respostas enfatizam a relação que os respondentes construíram entre *A filha do seu Faceta* e suas experiências individuais de forma a ampliar exponencialmente o alcance simbólico da esquete, bem como o papel do YouTube como irradiador dessa memória. Na verdade, o vídeo serviu de ponto de partida para que os respondentes entrassem em contato com uma gama complexa de lembranças (mitificadas, talvez) do passado de cada um. Isto significa que *A filha do seu Faceta* no YouTube é, para estas pessoas, elemento intrínseco de reconstrução e reforço de suas afetividades particulares.

Considerações finais

Embora constitua uma minúscula parte de um programa que durou quase 30 anos na televisão, a esquete *A filha do seu Faceta*, do grupo *Os Trapalhões*, ao ser publicada e consumida no YouTube, transforma-se em elemento crucial de (re)construção das memórias afetivas por parte do público brasileiro na cultura digital. O YouTube, nesse contexto, não age apenas abrindo espaço para que esse tipo de conteúdo tenha vez; ele deve, mais do que isso, ser percebido como um construtor/reforçador das memórias vinculadas às mídias e ao passado.

No que concerne às pessoas que consomem esse conteúdo no YouTube, o trabalho mostrou que elas não podem ser percebidas apenas como espectadoras, como simpatizantes e nem mesmo apenas como fãs de um programa de humor. O papel dessas pessoas é ainda maior: elas são responsáveis por reinterpretar contextos sociais e criar suas próprias impressões 1) do produto midiático que consomem, 2) do contexto onde vivem/viveram e 3) de suas próprias experiências enquanto agentes sociais.

De resto, não deixa de ser sintomático constatar que, para além do vídeo analisado, haja atualmente uma série de ações de resgate da memória afetiva vinculada aos *Trapalhões*. No aniversário de 15 anos da morte de Mussum, em 2009, a *hashtag* #mussumday atingiu os Trending Topics do Twitter. Ainda em 2009, quando o Brasil foi escolhido sede das Olimpíadas de 2016, tendo em vista que os Estados Unidos foram os primeiros finalistas eliminados da lista dos candidatos à sede dos Jogos, a frase *Mussum superou Obamis* apareceu recorrentemente na rede. Ademais, há dezenas de páginas dedicadas a memes inspirados em Zacarias e em Mussum, além de espaços de discussões do quarteto. Estas manifestações explicitam que, embora fora da televisão há mais de 20 anos, *Os Trapalhões* continuam vivos. Só que agora ganharam um espaço muitíssimo maior de espraiamento, influência e troca com a internet.

Referências

- BURGESS, Jean; GREEN, Joshua. **YouTube e a revolução digital**. São Paulo: Aleph, 2009.
- ELIAS, Norbert. **O Processo Civilizador**. Rio de Janeiro: Zahar, 1990.
- GEHL, Robert. YouTube as archive: Who will curate this digital Wunderkammer? **International Journal of Cultural Studies**. Vo. 12, n. 1, 46-70, 2009.
- GIRON, Luis Antônio. Trapalhões foram os últimos palhaços da TV. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 30 de julho de 1994. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/1994/7/30/cotidiano/4.html>. Visualizado em: 15 de julho de 2015.
- GRAY, Jonathan. **Show sold separately: promo, spoilers, and other media paratexts**. New York: New York University Press, 2010.

- GRUDA, Mateus Pranzetti Paul. Os discursos do politicamente correto e do humor politicamente incorreto na atualidade. **Anais do III Colóquio da pós-graduação em Letras**. Assis: III Colóquio da pós-graduação em Letras, 2011.
- HALBWACHS, Maurice. **On Collective Memory**. Chicago/London: The University of Chicago Press, 1992.
- HOLZBACH, Ariane. “Ôôhhh tempinho bom!!”: Videoclipes no Youtube e a reconfiguração do rock nacional dos anos 80. **Revista Logos**. 2015. No prelo.
- JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Editora Aleph, 2009.
- JENKINS, Henry; GREEN, Joshua; FORD, Sam. **Cultura da Conexão**. São Paulo: Editora Aleph, 2014,
- LIPOVETSKY, Gilles. **A era do vazio**. Tradução de Therezinha Monteiro Deutsch. Barueri: Manole, 2005.
- NATÉRCIA, Flávia. Em nome do dissenso, filósofo francês redefine termos e conceitos na arte e na política. **Ciência e Cultura**, v. 57, n. 4, p. 16-16, 2005.
- PIETROBRUNO, Sheenagh. YouTube and the social archiving of intangible heritage. **New Media & Society**, January 13, 2013.
- RAMOS, José Mário Ortiz. **Televisão, publicidade e cultura de massa**. Petrópolis: Vozes, 1995.
- RICOEUR, Paul. **Tempo e Narrativa**. Tomo I. Campinas (SP): Papyrus, 1994.
- SCOLARI, Carlos; BERTETTI, Paolo; FREEMAN, Matthew. **Transmedia Archaeology: Storytelling in the Borderlines of Science Fiction, Comics and Pulp Magazines**. Palgrave Macmillan, 2014.