

Guerras culturais e politicamente correto: O humor como ferramenta da extrema-direita

André Taheiji Fernandes Tanaka
Alexander Maximilian Hilsenbeck Filho (Orientador)¹

Resumo

Este artigo tem o objetivo de estudar como a extrema-direita apropria-se do humor, da comédia e do embate ideológico com o politicamente correto como forma de propaganda e de antagonização da esquerda, sendo um dos elementos das Guerras Culturais, se difundindo através de redes sociais e programas humorísticos. O objeto de estudo será o quadro “Mitadas do Bolsonaro”, do programa Pânico na Band, e que foi exibido entre 26 de março de 2017 e 17 de dezembro de 2017, contendo 33 edições.

Palavras-chave: Extrema-direita; Guerras Culturais; Politicamente correto; Humor; Bolsonaro

Introdução

Para entendermos melhor a situação política nacional, se faz necessária a compreensão de alguns conceitos-chaves na contemporaneidade, entre eles, abordaremos os de pós-verdade, comum em análises discursivas da extrema-direita, e o efeito da crença acima da importância dos fatos. Além disso, a moralidade e a vida privada, aspectos centrais nas guerras culturais, irão ajudar a compor a ideia de luta pela nação, pela liberdade e contra os poderosos -uma retórica da extrema-direita para designar a elite política e a forma tradicional de política.

Nesse sentido, a pós-verdade e as guerras culturais irão ajudar a compor o conceito de politicamente correto, especialmente no Brasil. A partir do entendimento destes três conceitos, o objetivo principal dessa pesquisa será analisar a presença do politicamente correto em discursos políticos e como guerra cultural.

¹ Doutor em Ciência Política pela Universidade Estadual de Campinas. Docente do curso de Jornalismo. E-mail: a.hilsenbeck@gmail.com

Para sintetizar todos estes aspectos, o objeto estudado é um quadro do programa Pânico na Band. A escolha do quadro se justifica pelo momento em que foi realizado, seus sentidos e significados e sobre o histórico do programa. Replicar as “mitadas” de Bolsonaro, em 2017, era aproveitar uma forte tendência das redes sociais e fazê-la alcançar um novo público ao trazê-la aos grandes meios de comunicação televisivos. Além disso, o anti-politicamente correto é um aspecto em comum do discurso de ambos.

Dessa forma, buscamos entender, através do quadro Mitadas do Bolsonabo, do programa Pânico, como o politicamente correto se espalhou discursivamente como um elemento das Guerras Culturais e se tornou aspecto característico de Jair Bolsonaro, seus apoiadores e comunicadores que defendem suas ideias.

O termo pós-verdade apareceu pela primeira vez em um artigo de Steve Tesich, sobre a Guerra do Golfo, na revista americana *The Nation*, em edição publicada em 1992.

Ainda assim, o conceito ganhou destaque nos tempos recentes com a ascensão de políticos e movimentos de extrema-direita. Internacionalmente, Boris Johnson e Donald Trump são exemplos internacionais. No Brasil, estudos a respeito do Movimento Brasil Livre (MBL) e Jair Bolsonaro também contam com a relação entre o conceito e os políticos.

Então, sumariamente, seguindo a definição do dicionário de Oxford, que elegeu a expressão como a palavra do ano em 2016, é possível classificar a pós-verdade como “relativo(a) ou que denota circunstâncias nas quais fatos objetivos são menos influenciadores na formação da opinião pública do que apelos à emoção ou à crença pessoal”.

Ela também surge como uma resposta ao pós-modernismo, buscando um retorno ao pré-modernismo e seus valores, na procura por um mundo perfeito, anterior ao pós-moderno vivido atualmente (Kawai, 2018).

A verdade, racionalizada e objetiva do real, entraria na mesma categoria de relativização, tornando-se apenas mais uma narrativa sobre o mundo construída por mitos. Logo, ela retornaria ao seu valor pré-moderno, ou seja, “inflacionada de subjetividade, mas sem nenhum sujeito. Uma verdade que é moralmente potente, mas que não produz transformações éticas relevantes. Uma verdade que se confunde com os processos sociológicos de individualização, com as prerrogativas estéticas do gosto e com a força política das religiões. (Dunker, 2017, pg. 18 In-Kawai, 2018, p. 13)

Guerras Culturais são um conceito formado por James Hunter em 1991, publicado no livro “*Culture Wars: The Struggle to Define America*”, que definem, sumariamente, a existência de conflitos baseados na moralidade, como o aborto, direitos da população LGBTQIA+, posição da mulher na família e outros (Teixeira de Melo; Vaz, 2021).

Existem dois elementos principais que marcam o conceito de Guerras Culturais em seu surgimento:

O primeiro diz respeito à forma do processo pelo qual se estabelece este tipo de conflito. Inicialmente, ocorre uma mudança moral de amplo alcance, que dá expressão ao direito dos indivíduos e de minorias; surge, porém, quase que em simultâneo, uma reação conservadora organizada. A segunda característica marca o vínculo do conceito, na sua forma inicial, com a história política e cultural estadunidense (Teixeira de Melo e Vaz, 2021, p.7).

Ainda, segundo a concepção de Hunter, explicitadas por Teixeira de Melo e Vaz, cultura, neste sentido, significa um conjunto de ideias e valores, não necessariamente de produção cultural. Além disso, neste conceito, a “guerra” é contra um inimigo interno, não externo. O epicentro dos conflitos das guerras culturais são principalmente as questões privadas, que acabam sendo discutidas pela opinião pública.

Segundo o historiador Andrew Hartman, o termo foi usado pela primeira vez em 1987 em um artigo do The New York Times, mas ele irá apenas ganhar relevância política após o discurso de Patrick Buchanan na Convenção Republicana de 1992 (Teixeira de Melo; Vaz, 2021), onde discorreu contra o aborto, casamentos LGBTQIA+, a presença de mulheres no exército e outras pautas tidas como progressistas.

No Brasil, a ideia de Guerra Cultural foi importada em 2014 por Olavo de Carvalho (Dos Santos, 2021), um pensador e conspiracionista da extrema-direita, e que chegou a ser considerado o guru de Bolsonaro até certo ponto de seu governo.

Inicialmente pautado em um argumento defendido por Roberto Schwarcz em Ideias Fora do Lugar, para denotar a dissonância entre aspectos culturais e de poder político na sociedade brasileira durante a Ditadura Militar, um dos principais pontos defendidos por Olavo é que uma hegemonia cultural de esquerda existiu no Brasil por muito tempo. Enquanto Schwarcz defende que esta perdura até o surgimento do AI-5, Olavo irá argumentar que durou até 2018, com a eleição de Bolsonaro (Dos Santos, 2021).

Resumidamente, Olavo defendia que a produção cultural brasileira, sejam peças de teatro, músicas, filmes, bem como os temas discutidos em escolas e faculdades, a produção da mídia impressa e televisiva, eram hegemonicamente de esquerda. Para ele, a esquerda estava fazendo uma revolução cultural, que chegou ao seu ápice com a chegada do Partido dos Trabalhadores (PT) ao poder, no começo dos anos 2000.

Porém, desde 2014, a direita foi exponencialmente se expandindo na política e começou a buscar isso na cultura. Peças de teatro, exposições de arte, filmes e artistas, professores e escolas começaram a ser alvejados pela direita na busca pelo fim da hegemonia progressista na cultura.

Em suma, os trabalhos de Olavo (ibidem) são importantes para entender o que se passa na subjetividade das pessoas que se dizem conservadoras no Brasil. Como ele postula que a cultura política está hegemonicamente controlada pelas esquerdas, ele acredita que o conservadorismo se situa na posição de resistência, enquanto as esquerdas se situam no controle da cultura. (DOS SANTOS, 2021, p.80).

Uma perspectiva interessante a respeito das guerras culturais é a do escritor britânico Terry Eagleton, que define um confronto cultural entre classes: populistas e elitistas. A diferença e o conflito entre a (alta) Cultura e a (baixa) cultura saem do meio acadêmico, agora tornam-se materiais (Dos Santos, 2021).

O politicamente correto

Como o humor está dentro da cultura, ele não poderia ficar de fora deste espaço de disputa ideológica. O politicamente correto é parte do discurso da extrema-direita contra a suposta hegemonia cultural de esquerda (Dos Santos, 2021), no caso, principalmente na comédia brasileira.

O termo criado pela esquerda surgiu nos anos 70 e se popularizou até os anos 90, e ia em defesa da substituição de atitudes, expressões e termos socialmente aceitos que ofendem grupos minoritários, como indígenas, mulheres, negros, a comunidade LGBTQIA+, pessoas com deficiência e outros.

Porém, já na década de 70, a direita americana se apropriou do termo para transformar este como uma forma de censura e um ataque à liberdade de expressão.

Sumariamente, para a direita, o politicamente correto consiste na defesa de um mundo onde não é possível fazer qualquer tipo de fala a respeito de minorias sociais, ou seja, o politicamente correto não é o respeito às minorias, é, na realidade, a proibição de menção destes, como exemplificado em fala do jornalista e escritor Rodrigo Constantino, em entrevista ²para Danilo Gentili:

“Você tem essa questão do politicamente correto que suspende qualquer tipo de julgamento. Hoje em dia passa a ser uma coisa horrível você emitir um julgamento sobre certas coisas morais, estéticas ou de valores. Então eu sou obrigado, por exemplo, a

² Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=erX0QY3q4mw&t=618s>

suspender qualquer tipo de opinião em relação a certas coisas, senão eu sou um sujeito preconceituoso, elitista, não sei o quê.”

-Rodrigo Constantino, para o programa Agora é Tarde, de Danilo Gentili

Então, com certo viés de direita, o meio humorístico brasileiro, liderado por Danilo Gentili, que já usou Politicamente Incorreto como título de show em 2010, começou a defender o politicamente incorreto ao extremo. Neste caso, é importante citar a diferença estabelecida por Mateus Pranzetti Paul Gruda entre duas formas de humor politicamente incorreto: o crítico e o acrítico.

O primeiro tipo de humor, que tenta subverter determinada ordem social vigente, muitas vezes, tentando desestruturar determinadas práticas de opressão; já o segundo não assume esse tipo de compromisso subversivo, pelo contrário, apenas reproduz discursos atrelados a estigmatização de grupos sociais

-Santana, Virginia Leal, 2018, p.378

No caso, dentro do humor politicamente incorreto acrítico, seria, também, o retorno da forma de humor antiga. O humor feito da forma acrítica era feito principalmente nas décadas de 90 e 2000, quando era comum observar piadas com teor racista, homofóbico, machista ou xenofóbico. A defesa do politicamente incorreto vai de encontro com a crescente do conservadorismo na metade da segunda década do século XXI.

O viés de censura então lançado pela direita americana na década de 70 retorna aos holofotes com diversas declarações de humoristas, mas dessa vez contavam com o apoio de Jair Bolsonaro, que foi o epicentro da nova onda conservadora brasileira, e chegou a dizer em seu discurso de posse, em 2019, que “libertaria o Brasil do socialismo e do politicamente correto”.

O apelo do personagem antissistema

A série Black Mirror, criada por Charlie Brooker, exemplifica o fenômeno de um personagem caricato, rude e grosseiro ganhando plataforma através da mídia. Em The Waldo Moment, terceiro episódio da segunda temporada, um urso azul, no caso, um personagem infantil, ganha fama perturbando a paz de políticos, mas tem um que é seu enfoque: Liam Monroe, um político tradicional de caráter liberal.

As grosserias, ofensas e o cinismo de Waldo conquistam a multidão britânica, e ele se torna uma figura querida para a população, já que estaria confrontando os políticos e o sistema, discurso

que popularizou a extrema-direita. Sua popularidade era tão grande que chega a concorrer a um cargo com Monroe, ficando em segundo lugar na disputa.

A figura de alguém que se mostra anti-*establishment* e fala o que vem na mente parece a receita para o sucesso da extrema-direita recentemente. Obviamente, a questão é mais profunda, mas a síntese de figuras como Donald Trump, Jair Bolsonaro e outros surge da grosseria espontânea, do cinismo e da glorificação da ignorância.

Ainda assim, o sentimento de ojeriza por parte da população com a política tradicional e com a ideia de elite política não é um fenômeno do século XXI, ele vem do sentimento da cólera gerada por aqueles que se sentem lesados, não ouvidos ou excluídos (Sloterdijk, 2006; Empoli, 2016).

Antes controlados pela Igreja ou por partidos de esquerda, agora, os que contém esta ira e cólera não estariam mais gerenciadas (Sloterdijk, 2006). No entanto, ao analisar os movimentos populistas e de extrema-direita da década de 2010, é possível perceber que, na realidade, a ira se movimentou na direção desses movimentos populistas que atacam tanto a esquerda quanto a direita, que, supostamente, traíram as vontades do povo e seus mandatos (Empoli, 2016).

O principal aspecto das campanhas populistas contemporâneas são as derrotas dos ditos poderosos. O restante do projeto político, por mais extremista que seja, não interessa para seus apoiadores, o que realmente importa é a derrota do *status quo*: “A promessa central da revolução dos populistas é a humilhação dos poderosos, e ela se realiza já quando eles ascendem ao poder.” (Empoli, 2016).

Portanto, a antipolítica é um sentimento que tomou os holofotes da opinião pública a respeito da concepção tradicional da política, e foi potencializada pelas redes sociais, que expandiram o sentimento de potência e inteligência dos seres a modo de impactar na esfera pública. (Empoli, 2016).

Mas este sentimento não surgiu junto com os líderes populistas contemporâneos. Na realidade, foi a atração por estes vinda de uma população que continha um forte sentimento de cólera e ira e buscava, principalmente, a queda dos poderosos, concebidos no nosso sistema como aqueles que compõem a elite política.

Além disso, contrariando a ideia de Espiral do Silêncio, apresentada por Elisabeth Noelle-Neumann, de que os grandes meios de comunicação de massa impõem opiniões dominantes e a tendência quanto a discordância pública é o silêncio para evitar o conflito entre opiniões discordantes, as redes sociais mudam esta dinâmica, já que aqueles que temiam o silêncio e a solidão, agora podem dialogar a respeito de suas polarizadas opiniões sem medo do abandono social (Marques Ribeiro; Lasaitis; Gurgel, 2016).

Pensando em um exemplo para a realidade brasileira: o sentimento de ira e revolta que muitos sentiam com o governo de Dilma Rousseff, por exemplo, que foram reverberados pelas redes sociais, não cessou com o Impeachment. A cólera sentida por parcela considerável da populaçãourgia por mais, era necessário um expurgo de suas ideias, da suposta corrupção praticada pelo governo e de sua classe política, e isso só seria possível com alguém completamente oposto ao que representava um dito político tradicional, algo que foi encapsulado nos discursos de Bolsonaro.

Entendendo a ascensão discursiva de Bolsonaro

O ex-presidente Jair Bolsonaro ganhou repercussão na mídia através da televisão, especialmente através de dois programas: o Superpop, de Luciana Gimenez, e o CQC, da Bandeirantes. Neles, o então deputado federal era questionado sobre temas polêmicos, como homofobia e racismo, e participava de debates sobre esses mesmos assuntos.

Em suas participações, Bolsonaro nunca deixou de expor suas verdadeiras opiniões, inclusive sendo até mesmo condenado por homofobia por uma fala ao CQC. Mas, se Bolsonaro, um deputado do baixo clero de Brasília ³, trazia ideias tão ofensivas, por que ainda davam uma plataforma a ele?

“Eu fui a pessoa que mais entrevistou o Bolsonaro [no programa]. O que eu posso dizer é que toda vez que a gente mostrava o Bolsonaro, era no intuito de fazer uma denúncia. Queríamos denunciar e questionar como era possível termos parlamentares daquele nível”
-Monica Iozzi, em seu Instagram

É possível compreender que, ao pensar no formato tradicional de política, debates públicos em relação a questões humanitárias exigem uma seriedade e comprometimento que estes programas não possuíam. Com os debates acalorados com o então deputado ou as edições cômicas dos programas, as informações acerca de um político com falas problemáticas viraram entretenimento.

As características de comunicação do deputado e seu pouco interesse em pautas sociais acabaram tomando os holofotes. Pouco tempo depois, em que uma ideia “antipolítica” toma conta de uma parcela considerável de brasileiros, o suposto ignorante se torna a melhor opção.

Os defeitos e vícios dos líderes populistas se transformam, aos olhos dos eleitores, em qualidades. Sua inexperiência é a prova de que eles não pertencem ao círculo corrompido das elites. E sua incompetência é vista como garantia de autenticidade. As tensões que eles produzem em nível

³ Expressão usada para definir Deputados Federais de pouca expressão na Câmara dos Deputados brasileira

internacional ilustram sua independência, e as fake news que balizam sua propaganda são a marca de sua liberdade de espírito.”

-Giuliano da Empoli, Engenheiros do Caos, P.12

A popularização da extrema-direita no Brasil e no mundo não é um fenômeno ao acaso, é, também, um projeto calculado e arquitetado por diversas mentes, como Steve Bannon, Milo Yiannopoulos, Olavo de Carvalho e muitos outros. As ideias deles se apropriaram da ignorância (ou má-vontade) da mídia.

A importância das “mitadas”

Segundo podcast da Piauí, o primeiro relato de um vídeo desse tipo surge no ano de 2014. Esse formato consiste na utilização de um momento, onde, no caso, Bolsonaro, de maneira curta e grossa, fala uma frase de efeito, normalmente grosseira, em que indicava que ele havia “vencido” aquela discussão.

Ainda de acordo com o podcast Retrato Narrado, da Revista Piauí, o primeiro vídeo desse tipo do ex-presidente é de uma interação dele com a então deputada Maria do Rosário, quando o então deputado disse frases como “dá que eu te dou outra” e “só não te estupro porque você não merece”. Conforme explicação do podcast,

“Eu queria achar o primeiro vídeo do Bolsonaro sendo tratado como mito, acho que foi esse aqui. O vídeo original é de 2003 (...) foi quando Bolsonaro, então deputado pelo PPB, entrou numa discussão com a colega Maria do Rosário, do PT, sobre a maioria penal. (...), mas a briga de 2003 só virou meme onze anos depois, foi em 2014, ano da reeleição da Dilma. A filmagem é a mesma que a gente conhece, mas foi editada e colocada uma música de fundo, e quando Bolsonaro diz a frase pela qual essa discussão ficou conhecida, uns óculos escuros pixelados aparecem na tela e se encaixam no rosto do Bolsonaro. Dá para traduzir o refrão da música para algo como “Pegar leve para que?”. Essa música virou trilha de vários vídeos em que alguém teria supostamente lacrado, humilhado, jantado ou mitado numa interação.”

Ainda segundo o podcast, já no ano seguinte existiam centenas de vídeos nesse formato, onde exaltavam Bolsonaro “mitando” para cima de outras pessoas e em variados ambientes, desde entrevistas na televisão até discursos na Câmara.

Depois de 2014, houve o “boom” desse tipo de vídeo, uma ascensão tão meteórica que deveria ultrapassar o meio digital e alcançar outros canais de comunicação, usando, também, várias formas de conteúdo multimídia para a produção destes (Marques Ribeiro; Lasaitis; Gurgel, 2016).

O formato de “mitada” traduziu-se para as páginas de apoio do então deputado, que produziam memes e conteúdos sobre o candidato. Uma das principais páginas era a Bolsonaro Zuero 3.0, no Facebook, que contava com mais de 429 mil seguidores.

Não era possível replicar o formato de vídeo nas imagens estáticas compartilhadas nas redes sociais, mas elas traziam aspectos semelhantes: a sintetização de um conceito e o atrelamento de uma pessoa a ideia, como Jean Willys a pautas LGBTQIA+ e Maria do Rosário aos direitos humanos (Marques Ribeiro; Lasaitis; Gurgel, 2016). Além disso, o mero compartilhamento dessas imagens era capaz de tornar pública a opinião de um usuário a respeito do assunto (Marques Ribeiro; Lasaitis; Gurgel, 2016)

Retomando o conflito entre cultura e Cultura elaborado por Terry Eagleton a página Bolsonaro Zuero 3.0 serve, também, como exemplo desse embate, simbolizando a cultura popular.

“Dentro desse marco, é possível afirmar que a produção de moderadores e fãs em páginas como a Bolsonaro Zuero 3.0 são expressões da cultura popular, articulados de acordo com as mudanças dos novos ambientes das mídias e da comunicação, e possuem uma repercussão direta na esfera da opinião pública (neste caso específico, predominantemente entre os jovens).”

-Ribeiro; Lasaitis; Gurgel, 2016, p. 13

Humor, Bolsonaro e politicamente incorreto

Com Bolsonaro se juntando ao discurso contra o politicamente correto, alguns humoristas que tendem a fazer humor de forma mais ácida, como Léo Lins⁴ e Danilo Gentili⁵, demonstraram apoio ao então candidato.

O conservadorismo de Bolsonaro tinha uma raiz no retorno a um antigo *status quo*, no caso, a Ditadura Civil-Militar brasileira. Muitos dos conservadores o apoiaram justamente por isso, e quanto ao retorno do status quo prévio, isso se estendeu para a comédia e para outros meios de comunicação em massa (Di Carlo; Komradt, 2018).

Além disso, a direita brasileira tem no humor e no viés humorístico uma das suas principais formas de manifestação. As redes sociais potencializam a criação e a interação de conteúdos de paródia, que começam a dominar a forma que se debate política, fugindo da forma tradicional de política (Marques Ribeiro; Lasaitis; Gurgel, 2016).

O humor por si só não diz nada, mas creditar a esquerda e a oposição como “sem graça” é um ato comum de movimentos de extrema-direita, especialmente ao colocá-los como antagonistas e, principalmente, como os “chatos mal-humorados”.

⁴ Disponível em: <https://rd1.com.br/leo-lins-compartilha-texto-que-defende-bolsonaro-e-ataca-lula/>

⁵ Disponível em: <https://revistaforum.com.br/politica/2021/4/19/danilo-gentili-apoiou-sim-bolsonaro-em-2018-com-pt-existe-certeza-que-tudo-dara-errado-95530.html>

E ao posicionar a esquerda como aqueles que não possuem nenhuma afinidade com o humor, ela conseqüentemente é posta como esnobe e como aqueles que têm aversão a celebração.

“É por isso que a esquerda é tão infeliz”, diz Milo Yiannopoulos, “ela não tem a menor tendência à comédia e à celebração”. Aos olhos do populista em estado festivo, o progressista é um pedante com o dedo mindinho empinado. Seu pragmatismo virou sinônimo de fatalismo, enquanto os reis do Carnaval prometem dinamitar a realidade existente.”

-Giuliano da Empoli, Engenheiros do Caos. P.14

Quanto ao retorno ao *status quo*, o programa Pânico é um dos que mais se beneficiaria, já que seu período de maior sucesso foi nos anos 2000 e começo dos anos 2010, antes do humor ser impactado pelas mudanças sociais.

Práticas como o *blackface*, piadas homofóbicas e a hiper sexualização de mulheres, no caso, as Panicats, já não poderiam ser mais possíveis em um mundo em que as minorias conquistam mais espaço e mais voz.

Complementarmente, o próprio Márvio Lúcio, que interpretaria uma paródia de Bolsonaro, chegou a estar junto com Bolsonaro e fantasiado do mesmo. Na ocasião de 2019, em tom de deboche, ele entregou bananas para jornalistas no Palácio do Planalto. Além disso, em entrevista para a coluna do Léo Dias, ele já declarou que “não liga para o politicamente correto”, e que “no teatro não pode haver censura e no humor não existe esse tipo de coisa.”

O quadro “Mitadas do Bolsonabo”

No dia 26 de março de 2017, o quadro “Mitadas do Bolsonabo”, do programa Pânico na Band, estreou oficialmente na televisão.

O programa trazia o humorista Márvio Lúcio, o Carioca, com uma caracterização semelhante ao do então deputado Jair Bolsonaro -não à toa o nome do programa é uma alusão a Jair.

Usando perucas e maquiagem, a réplica do deputado não se limitava ao físico, também nas atitudes. O quadro consistia no Carioca respondendo cidadãos, que paravam para ver o programa, de forma curta e grossa, igual a Jair Bolsonaro nos vídeos de “mitadas”.

Inclusive, o programa replica até mesmo o tom homofóbico e machistas de falas do ex-presidente. Durante o primeiro episódio, em uma interação com um homem que estava na plateia,

o indivíduo pergunta: “Por que só vem em Osasco esse pessoal?”, prontamente, o personagem de Márvio Lúcio responde: “Porque eu vim procurar um viado exatamente igual a você”.

A última vez que o quadro foi ao ar foi no dia 17 de dezembro de 2017, no último episódio do Pânico na Band.

Análise de audiência

O quadro, assim como grande parte da programação do Pânico, foi para o canal do YouTube do programa. Ele teve 33 edições, e acumulou mais de 134,5 milhões de visualizações, até análise feita em abril de 2023. Inclusive, o último episódio foi o mais visualizado no site, com mais de 11 milhões de visualizações.

Mesmo que o sucesso do programa nas redes sociais não refletisse na audiência da TV Bandeirantes, ainda era um dos programas que mais puxava público para a emissora.

Por exemplo, entre 6 e 11 de novembro, pouco antes de acabar, o Pânico registrou 4,3 pontos de audiência nacional, segundo o Painel Nacional de Televisão, sendo o maior número de espectadores da Band no período.

Conclusão

O programa Mitadas do Bolsonabo retrata o encontro entre um grupo social que desejava ser escutado com um grupo político que não só cada vez ganhava mais voz, mas também buscava conquistar um significativo poder político. Questiona-se: será que aqueles que continham tanta raiva dos poderosos e da elite política não são os mesmos que buscavam, dentro do politicamente incorreto, mais formas de expressão?

Enquanto Bolsonaro e seu eleitorado, que crescia constantemente, estavam em busca dos holofotes da política, o programa Pânico foi um aliado no sentido de ataque aos poderosos. Os que estavam em Brasília controlavam tudo, inclusive o humor, não à toa a classe política era personagem recorrente no programa de humor CQC, por isso era necessário recorrer ao politicamente incorreto, que era a fuga de uma busca pela tomada da liberdade.

Então, Bolsonaro encontrou no Pânico um importante forma de se propagar de forma discreta, e o programa de humor encontrou no então candidato uma defesa para a realização de seu programa da forma antiga. A aliança sutil e velada de ambos foi praticamente uma aliança na guerra cultural contra o politicamente correto.

O programa Pânico se coloca nesse lugar politicamente. O combate ao dito politicamente correto e o quadro Mitadas do Bolsonabo são o melhor exemplo para isso.

Retornamos, novamente, ao conceito das guerras culturais e politicamente correto. Para o contínuo desta forma de humor, é necessário colocar aqueles que se opõem como inimigos da

liberdade, aqueles que querem censurar e que não querem o bem da nação. Inclusive, o entendimento da sociedade como dois blocos hegemônicos e contrários é característico das Guerras Culturais, existe uma visão do bem contra o mal, trazendo uma perspectiva antagônica e polarizada ao entendimento dos fatos. A disputa da nação, diante dessa perspectiva, é a superioridade da minha perspectiva pessoal acima do outro.

Aqueles que defendem o politicamente correto começam a passar por um processo de ser caricaturado, conforme explicado por Milo Yiannopoulos. Por fora, são pessoas esnobes, sem graça e que não gostam de nenhuma forma de comédia. Por dentro, querem cessar a liberdade de expressão e controlar o que pode ser dito pelos outros. Assim, cresce o estímulo ao sentimento de guerra cultural. Inclusive, a sensação de defesa do povo e de seus interesses ter transitado para a direita é correspondente a estes movimentos. Se a esquerda é a elite e sem graça, a direita irá defender o povo e sua liberdade de expressão.

E o Pânico aproveita do “sentimento de guerra” gerado pelas guerras culturais e pelo politicamente correto para retornar ao seu período clássico, de piadas características de programas de humor dos anos 2000. Ao replicar as falas e costumes muitas vezes ofensivos do ex-presidente, costumeiros no programa, o Pânico entra na “tendência à comédia e a celebração”, onde quem critica as falas problemáticas normalizadas e em formas de piada sob o olhar de milhões, é uma pessoa sem graça.

Por isso, Bolsonaro não se incomodou com a paródia que Márvio Lúcio fez dele no "Pânico". A imagem de mito estava a seu favor, já que replicava o tipo de conteúdo que trouxe a popularidade a ele, e ampliava ainda mais esse tipo de propaganda bolsonarista.

Então, Bolsonaro encontrou no Pânico um importante forma de se propagar de forma discreta, e o programa de humor encontrou no então candidato uma defesa para a realização de seu programa da forma antiga. A aliança sutil e velada de ambos foi praticamente uma aliança na guerra cultural contra o politicamente correto brasileiro, é um sintoma de uma epidemia comunicacional que afetou principalmente programas de televisão do entretenimento, no caso, o de tratamento da política de maneira fútil em prol do combate ao politicamente correto.

Apesar do fim do governo Bolsonaro e do programa “Pânico na Band”, a extrema-direita encontrou no politicamente incorreto uma raiz que resultaria no processo de formação de um conceito extremamente atual: a cultura *woke*, que será elaborado em uma próxima pesquisa.

Enquanto o politicamente correto -e as Guerras Culturais de forma geral- tratam de uma perspectiva íntima e pessoal, a cultura *woke*, como o nome sugere, elabora sobre a cultura de forma geral e sai do ponto de vista pessoal. O sentimento de incômodo com a representatividade emana do mesmo sentimento que gerou o politicamente incorreto, no caso, o descontentamento com o

status quo e o desejo pelo retorno ao período anterior, para uma época sem “identitarismo”, como se referem a personagens com caráter de diversidade racial, sexual ou social.

Outro aspecto em comum de ambos é o ressentimento, principalmente com o dito sistema. Enquanto muitos humoristas tinham uma forte ira e descontentamento por não poder fazer as mesmas piadas ofensivas de décadas atrás, os que se opõem à cultura *woke* ressentem-se por perceber que suas obras não são mais como antes. A existência de um Homem-Aranha preto, por exemplo, é ultrajante para estes.

E é essencial retomar que o ressentimento, a ira, o desejo do retorno de tempos antigos e o sentimento antissistema são características da comunicação da extrema-direita, de Bolsonaro, de Trump, de Millei, Brexit e vários outros. Ela está constantemente reestruturando e atualizando suas pautas conforme a contemporaneidade sugere. Se cinco anos atrás o grande problema era a impossibilidade de falas problemáticas mediante julgamento da opinião pública, o grande inimigo agora é o dito identitarismo e como ele se infiltra na indústria cultural.

As características das pessoas contra a cultura *woke* e contra o politicamente correto são justamente alguns dos sentimentos que geram um pensamento fascista: a oposição ao sistema, o ressentimento com as mudanças políticas e sociais e a antipolítica. Não é à toa que Bolsonaro citou o Politicamente Correto, e não é coincidência que Nikolas Ferreira, deputado federal de extrema-direita, cite constantemente a cultura *woke*.

Referências

DOS SANTOS, Alan. **As Origens das Guerras Culturais no Brasil**: Desdobramentos políticos-filosóficos. 2021. Tese (Doutorado em Educação, Arte e História da Cultura) - Universidade Presbiteriana Mackenzie, [S. l.], 2021.

SANTANA, Gabriel; LEAL, Maria Virginia. Análise do discurso politicamente incorreto na atual mídia humorística televisiva brasileira: O caso de entrevistas feitas por Danilo Gentili. **Domínios de Lingu@gem**, [s. l.], 2019

DA EMPOLI, Giuliano. **Engenheiros do Caos**. [S. l.: s. n.], 2019.

KAWAI, Felipe. **Pós-verdade, Sociedades do Cansaço e do Espetáculo**: Análise crítica das redes sociais do MBL. 2018. Tese (Graduação em Jornalismo) - Faculdade Cásper Líbero, [S. l.], 2018.

MARQUES RIBEIRO, Luís Guilherme; LASAITIS, Cristina; GURGEL, Lígia. Bolsonaro Zuero 3.0: Um estudo sobre as novas articulações do discurso da direita brasileira através das redes sociais. **Revista Anagrama**, [s. l.], 2016.

TEIXEIRA DE MELO, Cristina; VAZ, Paulo. Guerras Culturais: conceito e trajetória. **Revista Eco-Pós**, [s. l.], v. 24, ed. 2, 21 mar. 2021.

SLOTERDIJK, Peter. **Ira e Tempo**. [S. l.: s. n.], 2006.

STYCER, Mauricio. Qual foi o papel de CQC, Superpop e Pânico na popularização de Bolsonaro. **UOL**, [S. l.], p. 1, 29 out. 2018. Disponível em: <https://tvefamosos.uol.com.br/blog/mauriciostycer/2018/10/29/qual-foi-o-papel-de-cqc-superpop-e-panico-na-popularizacao-de-bolsonaro/>. Acesso em: 27 mar. 2023.

RICCO, Flávio. "Pânico" não para de crescer nas redes sociais. **UOL**, [S. l.], p. 1, 21 maio 2017. Disponível em: <https://tvefamosos.uol.com.br/colunas/flavio-ricco/2017/05/21/panico-nao-para-de-crescer-nas-redes-sociais.htm>. Acesso em: 27 mar. 2023.

CLETO, Murilo. Como "Black mirror" ajuda a entender o fenômeno Bolsonaro. **ÉPOCA**, [S. l.], p. 1, 13 out. 2018. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/epoca/como-black-mirror-ajuda-entender-fenomeno-bolsonaro-23148634>. Acesso em: 27 mar. 2023.

FALCHETI, Fabrício. "Pânico na Band" alcança maior audiência do ano neste domingo; veja outros outros destaques. **UOL**, [S. l.], p. 1, 21 ago. 2017. Disponível em: <https://natelinha.uol.com.br/noticias/2017/08/21/panico-na-band-alcanca-maior-audiencia-do-ano-neste-domingo-veja-outros-destaques-109888.php#:~:text=O%20grande%20destaque%20da%20Band,m%C3%A9dia%20e%207%20de%20pico>. Acesso em: 27 mar. 2023.

4. A construção do Mito. [Locução de]: Carol Pires. Local: Rádio Novelo, outubro de 2020. Retrato Narrado. Disponível em: <https://open.spotify.com/episode/2JrxUgnONvqS25yFbvjeVT>. Acesso em: 28/03/2023.

MAGENTA, Mateus. O que é politicamente correto?. **BBC News Brasil**, [S. l.], p. 1, 6 set. 2022. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/geral-62550838>. Acesso em: 18 out. 2023.

INTERNET: Sob o domínio da pós-verdade. **Guia do Estudante**, [S. l.], p. 1, 31 jul. 2021. Disponível em: [https://guiadoestudante.abril.com.br/atualidades/internet-sob-o-dominio-da-pos-verdade/#:~:text=ORIGEM%20DO%20TERMO%20P%C3%93S%20VERDADE&text=A%20palavra%200%E2%80%9Cp%C3%B3s%2Dverdade%E2%80%9D,Golfo%20\(1990%2D1991\)](https://guiadoestudante.abril.com.br/atualidades/internet-sob-o-dominio-da-pos-verdade/#:~:text=ORIGEM%20DO%20TERMO%20P%C3%93S%20VERDADE&text=A%20palavra%200%E2%80%9Cp%C3%B3s%2Dverdade%E2%80%9D,Golfo%20(1990%2D1991)). Acesso em: 18 out. 2023.