

Porta dos Fundos: a cultura do humor na sociedade pós-moderna¹

Bárbara Rodrigues Nogueira GEORGE²

Resumo

O termo cibercultura pertence ao imaginário popular como algo absorto e futurista, mas sua presença é assídua e substancial. Este artigo tem como objetivo analisar o programa humorístico *Porta dos Fundos*. Exibido exclusivamente na internet, é prova concreta da imersão da cibercultura no cotidiano popular. A pesquisa discutirá a comunicação subjetiva e interativa promovida pelo *Porta dos Fundos*, a presença da pós-modernidade em seu formato e as polêmicas geradas pelas temáticas abordadas em seus vídeos.

Palavras-chave: Cibercultura; *Porta dos Fundos*; comunicação subjetiva e interativa; pós-modernidade; polêmicas

1. Introdução

As mudanças trazidas pelo tempo, pelos séculos, são visíveis e ampliadas pelos novos meios de comunicação. Talvez o elemento de maior destaque nos tempos modernos seja a cibercultura, que ganha espaço e voz no mercado atual. Muito se fala. Pouco se sabe.

Esmiuçando-se seu significado, cibercultura vai além de uma cultura virtual e de uma seca relação entre tecnologia, informação e cultura. Ela compreende a humanização dos aparatos tecnológicos por meio da informação. As opiniões ganham vida quando mediadas pelos meios digitais. Ou seria o contrário? Muitos dizem que as relações sociais tornaram-se frágeis, como se a tela do computador tivesse a função de escudo e esconderijo no contexto social. A hipótese de dois espíritos em um mesmo corpo, um extrovertido descoberto pelas redes sociais e o introvertido presente em nosso cotidiano.

1. Artigo apresentado no Eixo 5 – Entretenimento Digital do VII Simpósio Nacional da Associação Brasileira de Pesquisadores em Ciberultura
2. Estudante de graduação do 4º semestre de Publicidade e Propaganda da Universidade Federal do Ceará (UFC), e-mail: babigeorge@gmail.com

O fato é que, sendo comprovada ou não, tal hipótese não influencia negativamente o compartilhamento de conhecimento, campo esse muito expandido com o advento da cibercultura.

Se resolvessemos resumir o conceito de cibercultura, teríamos uma divisão da cultura contemporânea marcada pelo digital e o estudo das técnicas. Dessa forma, podemos ver uma série de reflexos da cultura offline na vida online. Afinal de contas, a internet nada mais do que um potencializador de comportamentos. (BARWINSKI, 2010).

Há como pólo principal a internet, considerada a matriz regente dos processos comunicacionais. A liberdade de informação, que perpassa as mais variadas classes, é usada de forma que todos se sentem donos de um pedaço de terra na web por usucapião. O modelo antigo de emissor - mensagem- receptor passa a se confundir, a se fundir.

Antes, o que era apenas leitura converte-se em escrita. E não só isso, a própria leitura ganha novos olhares. O domínio privado dá lugar ao domínio público e o compartilhamento de conhecimento angaria nova roupagem. As discussões saem do círculo de amigos e propagam-se pelo mundo. O social adquire uma perspectiva material, em que a comunicação oral torna-se precária e não supre a demanda da difusão rápida de ideias e opiniões.

Novas maneiras de pensar e de conviver estão sendo elaboradas no mundo das telecomunicações e da informática. As relações entre os homens, o trabalho, a própria inteligência dependem, na verdade, da metamorfose incessante de dispositivos informacionais de todos os tipos. Escrita, leitura, visão, audição, criação, aprendizagem são capturados por uma informática cada vez mais avançada. Não se pode mais conceber a pesquisa científica sem uma aparelhagem complexa que redistribui as antigas divisões entre experiência e teoria. Emerge, neste final do século XX, um conhecimento por simulação que os epistemologistas ainda não inventaram. (LÉVY, 2004).

Não é mais necessário esperar pela televisão ou pelos jornais para que a informação chegue até o público de destino. As redes sociais exercem bem esse papel e

um acontecimento é compartilhado em questão de segundos. Uma postagem no facebook pode ganhar proporções inimagináveis.

As manifestações no Brasil contra o aumento da tarifa de ônibus, por exemplo, é um caso recente de grande evidência, que teve apoio das redes sociais para melhor desenvolvimento de suas ações. Os encontros eram marcados virtualmente e as pessoas compareciam em peso. As discussões acaloradas via *web* proporcionavam quebra de opiniões, formação de coletivos e davam margem para o acréscimo de mais motivos para manifestações. A partir daí, a revolta inicial desencadou vários outros motivos e as manifestações passaram para uma escala nacional. Havia pessoas que encontravam no facebook sua fonte segura e partiam das informações coletadas nele para esboçar uma opinião. Este é um exemplo de como o povo encontrou seus próprios meios de defesa, antes omitidos pela maior parte da grande mídia.

Usada também para meios profissionais, o que antes precisava de carteira assinada, currículo *vittae*, indicações de antigos chefes, hoje precisa de uma câmera e um computador. Com criatividade na cabeça, o sucesso está ao alcance das mãos e a aceitação popular é o termômetro para o seu ingresso na fama. Exemplo positivo dessa vertente é o projeto *Porta dos Fundos*, uma produtora de vídeos de comédia veiculados na internet, objeto de estudo deste presente artigo.

2. A expressão híbrida do *Porta dos Fundos*

O *Porta dos Fundos*, produtora de vídeos de humor veiculados na internet, vem marcando território e quebrando os paradigmas impostos pela televisão. Rompendo as fronteiras estabelecidas pela lógica da modernidade, o *Porta dos Fundos* surge como interlocutor de questões presentes na dinâmica social, discutindo temas de relevância pública sob a ótica humorística. Tendência essa muito presente nas mais variadas formas de comunicação.

Em parceria com o site de humor Kibe Loco e a produtora Fondo Filmes, *Porta dos Fundos* tem como principal meio de difusão o Youtube, plataforma de veiculação de vídeos na internet. A produtora começou em março de 2012, com o primeiro programa sendo lançado em agosto. No Brasil, o canal exibe o maior número de inscritos e ocupa a 53ª posição no ranking mundial.

O humor ácido e irônico revela-se fonte de sucesso. Os meios de comunicação embebedam-se dessa fonte, que, por garantia, chama atenção do público-alvo. O cuidado deve ser atribuído ao bom senso, pois o limite entre a brincadeira e a ofensa é tênue. O fato é que esse tipo de abordagem estará sempre sujeita a críticas e manifestações ideológicas.

A expressão híbrida do *Porta dos Fundos* se dá pela forma como é produzido, pois é gravado nos moldes de um seriado televisivo, sem preocupação com continuação, tendo como principal canal de veiculação e divulgação a internet. Unindo as interfaces da televisão e internet, o humorístico adere milhares de seguidores, que compartilham seus vídeos nas redes sociais pessoais, resultando no sucesso de público que ele apresenta atualmente.

[...] desta alteração resultam cruzamentos culturais em que o tradicional e o moderno, o artesanal e o industrial mesclam-se em tecidos híbridos e voláteis próprios das culturas urbanas. (SANTAELLA, 2003. P. 52).

A internet passa a se equiparar com os meios televisivos, ganhando papel de destaque na sociedade contemporânea. Prova disso é que *o Porta dos Fundos* ganhou o prêmio da APCA (Associação Paulista dos Críticos de Artes) em 2012, na categoria Melhor Programa de Humor. O prêmio é um dos mais tradicionais de São Paulo e homenageia produções nas áreas de artes plásticas, arquitetura, teatro, televisão, música e cinema. Foi a primeira vez que o troféu de humor na TV foi para um programa de internet.

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 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. (JENKIS, 2006, p. 30).

A partir das informações coletadas sobre o *Porta dos Fundos*, sua relação com a cibercultura declara-se notoriamente intrínseca. Sua inserção no ciberespaço implica na fusão de micro e macroambiente. Utilizam-se muito bem das ferramentas disponíveis atualmente e são aceitos no mercado audiovisual com facilidade. Nada disso indica o fim da era televisiva, mas sim de um monopólio comunicacional. Ceder espaço para outras vias de informação e comunicação é um grande avanço da sociedade moderna, o que vêm gerando densas discussões a respeito do formador de opinião, que acaba por tornar-se flexível a opinião popular, já que, de alguma forma, a função é mutante e mutável, fazendo do antigo cidadão comum um cidadão participativo e também formador de opinião.

2.1 Facebook

A equipe do *Porta* se apropriou de outro espaço muito usado na internet: o facebook. A rede social mais acessada em todo o mundo conquistou mais uma página de sucesso. O *Porta dos Fundos* rapidamente percebeu que o êxito via youtube merecia mais divulgação. O Facebook abriu as portas para angariar novos espectadores.

Internautas que não saem dessa rede social passaram a acompanhar mais de perto o lançamento dos novos vídeos. Além disso, há o *Portaria*, conversa com os integrantes da equipe, que leem comentários via *web* e discutem a repercussão de algum vídeo de sua escolha, e o *Porta da Frente*, vídeos de *making off* e bastidores.

Há também um site que disponibiliza todos os vídeos e exerce a função de intermediário no comércio de camisetas exclusivas do *Porta*. Para um projeto independente, as fontes de renda se expandem em rápida velocidade, mostrando que a

falta de vínculos institucionais não prejudica o andamento do programa e o mantém rentável de outras formas, sempre com o auxílio da internet.

3. Pós-modernidade

O conceito de pós-modernidade é controverso. Condição sócio-cultural e estética, a um primeiro momento, pode parecer a simples extensão da modernidade. Daí surge a origem de toda a dificuldade na delimitação de um conceito para ambos. A quebra da cultura de massa, já que, pulverizando a linha de pensamento pós-moderna, cada um requer uma interpretação própria sobre o objeto.

A arte detalha bem o exemplo, pois é cada vez mais comum o objeto artístico não ter nome ou definição, possibilitando uma resignificação de cada espectador. A pós-modernidade torna o fazer artístico e cultural único e o receptor dele também. Como o nome indica, a pós-modernidade prevalece sobre os conceitos predominantes à era moderna. Não há um abismo entre elas, mas as lógicas ideológicas são recriadas. O pós-moderno pode ser considerado a precipitação de algo que está a frente do tempo.

Artistas utilizam efetivamente as novas tecnologias, como os computadores e as redes de telecomunicação (TV e satélites), criando uma arte aberta, rizomática e interativa. Aqui, ampliando as vanguardas do século passado, autor e público se misturam. A ênfase da arte eletrônica incide, agora, na circulação de informações e na comunicação (LEMOS, 2003, p. 6).

Os avanços tecnológicos proporcionam grandes ensejos, principalmente para as mídias, de recriação e modernização. De todo, possuem a capacidade de difundir com mais facilidade e rapidez os conhecimentos que antes não chegavam à todas as camadas sociais. As ditaduras da informação dão lugar a liberdade criativa. A leveza é a palavra de ordem nesse nova conjuntura banhada em um conjunto simbólico de signos cotidianos e imagéticos. O objetivo dá lugar ao subjetivo. O ser humano não quer se aprisionar a uma única realidade, mas segmentá-la sob um olhar peregrino sobre as coisas. Muitas vezes, a fuga da realidade encontra espaço na arte.

Diante dos aspectos supracitados, a comunicação, no seu estado mais amplo, não seria menos que uma forma de arte. As mudanças de caráter social e tecnológico foram enorme ao longo dos últimos séculos. Sendo assim, as plataformas midiáticas sofreram constante inovação até chegar à atualidade, que encontra na interatividade sua base. As fronteiras e barreiras do acesso, do tempo e do espaço foram rompidas e diferentes formas de manifestação cultural chegam a cada espectador à distância de um clique.

O *Porta dos Fundos* nasce se enquadrando na atitude pós-moderna. Ele quebra as barreiras com o público-alvo, desviando-se das fronteiras tecnológicas e promovendo livre acesso. A abordagem de assuntos cotidianos, a pouca censura e o humor são elementos que funcionam muito bem juntos. O espectador monta seu horário e assiste aos vídeos quando bem entende. Essa falta de correias no horário é uma grande vantagem, que estimula ainda mais a substituição da TV pela internet.

Vídeos curtos, sem continuação determinada, com conteúdo irônico, que não cumprem uma grade pré-estabelecida, mas se formulam e reformulam a cada semana, muitas vezes debatendo inclusive temática pontuais, mais difíceis na televisão.

O pós-moderno se apresenta no *Porta dos Fundos* como preceito fundamental, à medida que observa-se características livre de amarras, sob expressões sócio-culturais de livre acesso. Liberdade é a palavra, ou recurso, que garante forte presença para esboçar uma definição do projeto humorístico. Liberdade na execução, liberdade na recepção e liberdade de opinião. O ciclo de ações autônomas promove o fim do conceito moderno de autoria para o pós-moderno de livre acesso ao conteúdo.

4. Liberdade de expressão e os limites do humor

A desterritorialização de narrativas e as críticas sociais marcam grande parte dos vídeos exibidos. Talvez o segredo de tantos acessos seja o tratar de temas por vezes desprezados pelos grandes meios. O projeto *Porta dos Fundos* é independente, não

possui vínculos com grandes corporações, nem limita suas reuniões de pauta a assuntos neutros.

A polêmica é uma consequência frequente e, por mais que gere insatisfação em alguns internautas mais comedidos, os resultados são os melhores, pois aquele dito popular do “Fale bem, mas fale de mim” cai como uma luva ao humorístico. Humor é uma arte perdida, às vezes desvalorizada, mas um dos ambientes mais libertadores.

Para o cronista Castro, A. (2011), todos têm liberdade para falar o que quiser, porém, precisam responder legalmente por suas palavras, principalmente nos casos em que houver calúnia, injúria, e/ou difamação.

[...] a proibição prévia de certos conteúdos e objetos, e a tipificação legal de um insulto específico como pior que outros, me parecem aberrações jurídicas e filosóficas que não deveriam existir na lei. O Estado não pode definir previamente quais opiniões são legítimas de se ter, quais livros são legítimos de publicar. Eu não delego esse direito ao Estado. Não permito. É odioso. Quem é o Estado pra decidir isso por mim? Conteúdos racistas e nazistas são odiosos e desagradáveis -- mas a essência da liberdade de expressão é aprender a conviver com conteúdos odiosos ou desagradáveis. O que para mim é bom-senso auto-evidente pode ser o conteúdo odioso e desagradável de outra pessoa. Mas ninguém tem o direito de não ser ofendido. (CASTRO, 2011).

Os preconceitos, pensamentos ofensivos e discussões polidas são subvertidos ao olhar crítico do humorista, que dá outro espírito ao peso desses tópicos, referenciando-os como algo normal e banal, que podem ser alvo de piadas. Em casos como esse, a liberdade de expressão sugere cuidados, pois o que não se quer é ferir os direitos humanos. O não tratar das minorias é uma das linhas de pensamento que movimenta a equipe do *Porta*, mas não garante a inofensividade do programa.

Para Côrrea, a liberdade de expressão torna-se desproporcional, quando o humor passa a criar vantagens judiciais.

Embora no meio jurídico brasileiro o humor racista ou politicamente incorreto se mostre cada vez mais em pauta, é na maioria dos casos, inocentado das acusações de racismo por não ser considerado sério, grave ou evidente. Nesses casos o direito a liberdade de expressão é privilegiado (CORRÊA, 2008).

Ainda sobre os limites do humor, o cartunista Laerte afirma que:

Não, não tem que ter limites. O que a gente tem que ter também é uma crítica ilimitada. O humor tem que ser solto como qualquer linguagem humana tem que ser solta e livre, o que a gente tem é que ter o direito de exercer o poder da crítica sobre isso permanentemente. Então você dizer que uma piada é racista, ou sexista, e argumentar nessa direção, não é censurá-la, é exercer seu direito de crítica.

A radicalização ideológica e o bombardeio de pré-julgamentos não propõe uma conclusão e possibilitam uma pseudo-liberdade de expressão. O direito a réplica e tréplica devem ser considerados e, caso a caso, avaliado como passível ou não de reprovação.

5. Polêmicas

5.1 Caso *OH, MEU DEUS!*

Para não fugir à regra, o canal brasileiro no youtube com mais visualizações gerou grandes polêmicas ao tratar da temática religião. Como já é sabido, religião sempre foi uma das temáticas delicadas no mundo do humor. Sempre sujeito à rechaço, a abordagem geralmente fere os dogmas religiosos, causando revolta nos fiéis.

A esquete *OH, MEU DEUS!* produzida pelo *Porta dos Fundos* foi o ponto de partida para a discussão. O vídeo retrata uma visita ao ginecologista. Ao ser examinada pelo médico, a paciente tem seu órgão sexual avaliado como detentor da presença de Jesus. Sendo assim, todo o consultório passa a conferir a procedência da história e a formar um círculo de pessoas em torno da paciente com correntes de oração, velas e outros recursos religiosos. Segundo a descrição do vídeo no próprio canal: “Um vídeo sobre fé e como ela costuma aparecer nos lugares mais imprevisíveis, quentes e úmidos da nossa ginecologia”.

O pastor e deputado estadual Marco Feliciano se posicionou contra o vídeo de humor por meio de seu twitter. “Assim caminha a humanidade... Vídeo podre! Ajudem a denunciar para retirar-lo do ar”, escreveu o Presidente da Comissão de Direitos Humanos e Minorias.

Clarice Falcão, integrante do *Porta dos Fundos*, estrelou a esquete e respondeu de forma bem humorada e irônica em seu perfil: “Acho horrível ficar se gabando das coisas pela internet, mas o Feliciano não gostou do nosso vídeo”.

Os internautas não ficaram de fora e trataram de expor suas opiniões em comentários do próprio vídeo e ou em suas redes sociais. Argumentos sobre liberdade de expressão e respeito religioso foram bastante usados, mas, a favor ou contra, de certo todos eles incitaram a curiosidade popular e recrutaram mais público ao vídeo.

À primeira vista um enorme fórum de livre debate, as redes são formadas por células que mais reiteram as próprias certezas e hábitos do que os submetem a discussão. Esta, quando ocorre, adquire tons de estéril guerrilha verbal. Às vezes se formam consensos formidáveis e legítima mobilização, como visto em junho passado, mas que tendem a ser passageiros, além de superficiais. Talvez pela natureza fluida do veículo em que se expressam, falta-lhes organicidade e duração. (MITOS das redes sociais, 2013).

Parece que toda essa repercussão gerada por Feliciano foi tratada como jogada de marketing pela equipe do humorístico. Os rumores virtuais atiçaram a curiosidade do público que ainda não tinha visto, que passou a procurar o vídeo, a fim de entender o alvoroço em torno da situação.

O acontecimento ultrapassou os limites da internet e foi, inclusive, apropriado pela TV. O programa *Na Moral*, apresentado por Pedro Bial, debateu sobre os limites do humor. Entre os convidados, Gregório Duvivier, marido de Clarice e também integrante do projeto de humor, foi questionado sobre o polêmico vídeo. O humorista garante que o *Porta* tem limite, pois não fala de minorias e alega que a religião não é uma delas.

Segundo ele, esse tipo de abordagem acaba por desmistificar o tema. “O meu Deus não é o Deus de outras pessoas. Não existe um sagrado absoluto”, afirmou Gregório.

O assunto ganhou força com o embate entre Renato Aragão e Gregório, já que o primeiro considera o uso da religião no humor uma forma de agressão. Difícil mesmo é saber o que passa ou não pelo crivo do politicamente correto.

A polêmica não centra-se apenas nesse vídeo em específico. O *Porta dos Fundos* abusou da temática religiosa e é possível encontrar outros que também incomodaram, embora menos que a esquete *OH, MEU DEUS!*. Alguns exemplos são *Médico Vidente, Cancelamento, Setor de RH Jesus, Brainstorm, Ciclo da Vida, Trago a Pessoa, Exorcismo, Portegeist, 10 mandamentos, Arca de Noé, Demônio e Ministério*. Muitas vezes mal quista, a polêmica pode resultar em bons frutos. A curiosidade é estimulada e, por mais que tenha sido pelo lado negativo, o público procura se informar e conferir a fonte de tanta discussão para, em seguida, tirar suas próprias conclusões e adquirir o passe livre nas rodas de conversa. Um marketing inverso, que muitas vezes funciona bem dentro da proposta.

5.2 Caso *SPOLETO*

Outro caso do *Porta dos Fundos* que começou como piada e rendeu contratos e publicidade foi o vídeo baseado no restaurante Spoleto. Aproveitando-se de hipérboles, o canal de humor do youtube se valeu de muitas críticas para o restaurante. O vídeo exhibe uma cliente com dúvidas ao precisar escolher os ingredientes fornecidos para composição do prato, causando stress no funcionário, que passa a dar sinais de um atendimento de péssima qualidade. Sucesso de público, o vídeo detém, atualmente, a marca de mais de 7 milhões.

Diante de tamanha exposição, o restaurante Spoleto sentiu-se na obrigação de tomar uma posição, partindo para um desfecho inusitado. O restaurante realizou uma ação de marketing e contratou o canal do youtube, demonstrando inteligência comercial

ao tratar da questão. Transformou a crítica a seu favor e provou que tem bom humor e preocupação com o cliente. O que poderia resultar em briga virtual e judicial teve um final feliz inesperado. Diante da existência de vários tipos de mídia e diferentes situações capazes de estabelecer contato com o cliente, até ideias aparentemente descabidas devem ser consideradas.

6. Conclusão

A revolução cibernética-tecnológica afeta inúmeros aspectos da vida cotidiana, com a inserção de contextos virtuais na formação das aldeias globais. O ciberespaço, forma de virtualização informacional em rede, propiciou a difusão de uma tecnologia conectora social em seus extremos, passando a ser um traço inquestionável nas práticas sociais.

No campo da produção de mercadorias surgiram as empresas virtuais que têm a internet como base de atuação, mas também ocorreram importantes alterações sócio-culturais e políticas que atingiram as principais mídias em decorrência do aceleração dos meios de comunicação e de informação. Com o ciberespaço, constituiu-se um novo espaço de sociabilidade que é não-presencial e que possui impactos importantes na produção de valor, nos conceitos éticos e morais e nas relações humanas.

A geração y, que presencia as mudanças tecnológicas desde o nascimento, apresenta-se como o público de massa dessa nova rede do saber social, cultural e informacional. O ato de estar conectado 24 horas já tornou-se natural. Os passeios com a família e com os amigos merecem registros imediatos e a vida acaba por ser um grande *reality show* com intermédio das redes sociais. Todas essas mudanças no ramo comunicacional impulsionam a criação de grandes mercados virtuais. A mídia deixou de ser exclusiva e as pessoas têm cada vez mais acesso a ela.

O *Porta dos Fundos*, objeto principal de estudo do presente artigo, comprova que a internet é a plataforma de comunicação que mais cresce. Tendência comprovada,

as redes sociais interativas que se formam no ciberespaço povoam o *Porta dos Fundos* de modo auxiliador.

Por mais que os episódios acontecem em certo tempo e espaço pré-definido, de forma progressiva, que aparentemente se assemelham a características do modernismo, o fato de não ocorrer continuidade entre os episódios e, supostamente, não buscar compromisso com alguma temática política, social ou histórica, deixa a impressão de uma quebra de amarras com o modelo tradicional, produzindo um conteúdo de boa aceitação feito exclusivamente para a internet.

O projeto rompe com a imposição da mídia televisiva e induz a prática de um humor livre, desinibido e eficaz, que traz à tona, em grau elevado, a liberdade de expressão. Sucesso de público e crítica, o *Porta* vence barreiras ao angariar um público fiel, mesmo fora da TV. O consumidor final tem acesso direto e irrestrito ao produto que consome, tornando as relações uma via de mão dupla.

Referências

BARWINSKI, Luísa. **O que é cibercultura?** Disponível em: <<http://www.tecmundo.com.br/internet/4232-o-que-e-cibercultura-.htm>> Acesso em: 17 de setembro de 2013.

LÉVY, Pierre. **As tecnologias da Inteligência:** O futuro do pensamento na era da informática. 13a. Edição. São Paulo: Editora 34, 2004.

SANTAELLA, Lucia. **Culturas e Artes do Pós-Humano.** Cidade: Paulus, 2003.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência.** 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.

MITOS das redes sociais. São Paulo: Folha de São Paulo, 2013. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/opiniao/121042-mitos-das-redes-sociais.shtml>> Acesso em: 20 de setembro de 2013.

KOTLER, P. **Fórum Mundial de Estratégia e Marketing.** Cidade: 2007.

CASTRO, Flávia Lages de. **História do direito geral e Brasil.** 5 ed., Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2007.

CORRÊA FILHO, Cezário. **Humor, racismo e julgamento: ou sobre como se processa a idéia de racismo no judiciário brasileiro.** 2008. Disponível em : <http://bdjur.stj.gov.br/xmlui/bitstream/handle/2011/26503/humor_racismo_julgamento.pdf?sequence=1> Acesso em: 18 de setembro de 2013.

LEMOS, A.; CUNHA, P. (org.) **Olhares sobre a cibercultura.** Porto Alegre: Sulina, 2003.