

**GEMINIS**

[DOSSIÊ - TELEVISÃO: FORMAS AUDIOVISUAIS DE FICÇÃO E DE DOCUMENTÁRIO]

# PORTA DOS FUNDOS: HUMOR DE QUALIDADE NO AUDIOVISUAL BRASILEIRO?

## **GABRIELA BORGES**

*Professora Permanente do Programa de Pós-Graduação em  
Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora.  
E-mail: gabriela.borges0@gmail.com*

## **LUMA PEROBELI**

*Aluna bolsista de iniciação científica financiadas pela Fapemig.  
E-mail: gabriela.borges0@gmail.com*

## **MONALISA SOARES LIMA**

*Aluna bolsista de iniciação científica financiadas pela Fapemig.  
E-mail: gabriela.borges0@gmail.com*

## RESUMO

Este artigo analisa o trabalho do coletivo Porta dos Fundos, canal criado em 2012 no Youtube e exibido na Fox Brasil. Apresenta uma discussão sobre a qualidade na produção de vídeos de humor-ficção a partir de dois parâmetros definidos para o estudo do humor de qualidade no audiovisual brasileiro. Os modos de representação utilizados pelo humor, incluindo a diversidade em suas diferentes acepções e a experimentação da linguagem audiovisual, que são elementos-chave no estudo do Observatório da Qualidade no Audiovisual da UFJF. Sendo assim, a partir da elaboração de uma metodologia de análise semiótica baseada no plano da expressão e do conteúdo e a mensagem audiovisual analisamos seis vídeos do Canal do Porta dos Fundos no Youtube.

**Palavras-chaves:** youtube; audiovisual; qualidade.

---

## ABSTRACT

This article analyzes the work of Porta dos Fundos, channel created in 2012 on YouTube and TV programme shown on Fox Brazil. It presents a discussion about the quality in the production of humouristic videos taking into account two parameters defined for the study of the quality of humour in Brazilian audiovisual products. The modes of representation used by humour, including diversity in its different meanings, and experimentation of audiovisual language, that are key elements in this study of the Observatory of Quality of Audiovisual Products in UFJF. Therefore, starting from the methodology of semiotic analysis based on the plan of expression and content, and audiovisual message, we analyse six videos of Porta dos Fundos channel in Youtube.

**Keywords:** youtube; audio-visual; quality.

## INTRODUÇÃO

A televisão brasileira, desde os seus primórdios, investe na produção de programas humorísticos. Mais recentemente, a internet tem sido também um espaço muito utilizado pelos comediantes que buscam sair da rotina e dos contornos da produção televisiva. Tendo isto em vista, estamos desenvolvendo no *Observatório da Qualidade no Audiovisual da UFJF* um estudo sobre os gêneros humor-ficção e humor-jornalismo a partir da definição de parâmetros de qualidade para a análise de programas tanto televisivos quanto híbridos, ou seja, aqueles que de certa forma transitam e dialogam a partir da convergência da televisão com a internet.

Na televisão brasileira, a partir dos anos 1980, a *TV Globo* apresentou diversos programas humorísticos que se diferenciaram do panorama audiovisual, tais como *TV Pirata* (1988), *Armação Ilimitada* (1985), *Casseta & Planeta, Urgente* (1992), entre tantos outros. Estes programas foram responsáveis, por um lado, pela renovação do humor que era feito na TV e, por outro lado, pela inovação no uso dos recursos técnico-expressivos da linguagem audiovisual. Nos anos 1990 e 2000 os canais pagos, com destaque para o *Multishow*, também investiram na produção de programas humorísticos que procuraram mesclar a ficção e o humor, tais como *Adorável Psicose* (2011), *Os Buchas* (2009), *Olívias na TV* (2011) e *Vai que Cola* (2013), entre outros.

A partir de 2010 encontramos no *YouTube* canais formados por coletivos tais como o *Porta dos Fundos* e *Galo Frito*; e também por humoristas profissionais, como o Filipe Neto e o PC Siqueira, que alimentam a plataforma com *sketches* e vídeos humorísticos e possuem milhões de visualizações. Com a convergência de mídias e o barateamento da tecnologia, ficou muito fácil produzir vídeos que podem se tornar virais. Alguns humoristas defendem que devido ao modo de produção de vídeos para a internet se diferenciar bastante do modo de produção televisiva, os artistas podem ter mais liberdade criativa. Porém, percebemos que muitas vezes os artistas tornam-se conhecidos na internet e são contratados pelos canais, principalmente por assinatura, e podem até entrar na engrenagem da produção televisiva.

Este trabalho discute a relação e o diálogo entre o humor televisivo e aquele produzido nos vídeos da internet a partir da análise dos vídeos do *Porta dos Fundos* a fim de avaliar se podemos afirmar que este coletivo produz humor de qualidade, vem como se há diferença na linguagem audiovisual em termos do que é produzido para a internet e a televisão.

## A QUALIDADE NO AUDIOVISUAL

O debate da qualidade está presente nos estudos televisivos desde os anos 1980 e foi incorporado na legislação da mídia de diversos países, principalmente europeus, como tentamos demonstrar em estudo publicado recentemente (BORGES, 2014) sobre o serviço público prestado pela televisão portuguesa. No que diz respeito à ficção televisiva, o conceito de *quality television* passou a ser bastante debatido com a entrada dos programas ficcionais seriados da televisão estadunidense nos anos 1990. Apesar de poder ser entendida a partir de diferentes prismas (BORGES, 2014), o conceito de qualidade é pouco debatido no que diz respeito aos produtos audiovisuais humorísticos.

Nesta pesquisa problematizamos o conceito de humor de qualidade na criação de formatos seriados ficcionais. Entendemos por humor de qualidade aquele que ultrapassa o riso cômico, agregando valores e levantando discussões controversas que são relevantes na sociedade atual e levam à reflexão. O humor de qualidade é aquele que leva à reflexão crítica, gera o *sentimento do contrário* (PIRANDELLO, 1996) e trata de temas que são relevantes para serem discutidos em nossa sociedade e que, muitas vezes, têm muito mais impacto quando discutidos de modo descontraído e sem conceitos pré-estabelecidos. Podemos perceber que muitos programas reforçam estereótipos e preconceitos sociais de modo recorrente, mas que alguns produtos audiovisuais se diferenciam justamente por provocar um incômodo e propiciar a oportunidade do público dar asas à imaginação.

Indagamos, por um lado, se os modos de representação utilizados promovem a diversidade e ampliam o horizonte do público, não reforçando estereótipos e, por outro lado, se há alguma forma de experimentação da linguagem audiovisual.

Entendemos que os modos de representação estão relacionados à criação e desenvolvimento dos personagens, na medida em que estes podem ser tanto caricatos, grotescos ou satíricos. Estão ligados à reflexão sobre o papel desempenhado pelos personagens humorísticos na nossa sociedade, isto é, indagamos se reafirmam estereótipos e lugares-comuns; se criam bordões que se perpetuam; se criticam os costumes e/ou fazem algum tipo de crítica social; enfim, se contribuem para quebrar

tabus e promover a diversidade em suas diversas acepções. Nosso interesse é perceber se a criação dos personagens humorísticos contribui de alguma forma para pautar temas relevantes socialmente e para deslocar a atenção da banalização social que a televisão reitera incessantemente na maioria dos seus programas.

A experimentação está relacionada com a utilização dos recursos técnico-expressivos característicos da linguagem audiovisual de forma inovadora e criativa. Isto é, investigamos se os programas humorísticos criam propostas audiovisuais originais ou apenas reciclam formatos já existentes; se os recursos técnico-expressivos contribuem para a construção de narrativas que promovem a diversidade e o debate de ideias e de pontos de vista. Além disso, discutimos também a forma como o programa incentiva a participação do público e dialoga com outras plataformas, principalmente na internet.

Os programas foram analisados utilizando a metodologia semiótica por meio da reflexão sobre os planos da expressão e do conteúdo e a mensagem audiovisual. A análise do Plano da Expressão contempla a forma do produto, a análise do Plano do Conteúdo é avaliado a partir de indicadores de qualidade do conteúdo e a análise da Mensagem Audiovisual também é composta por indicadores de qualidade.

Os aspectos considerados na análise do Plano da Expressão são os seguintes: Produção de sentido a partir dos elementos estéticos; Uso dos recursos técnico-expressivos (áudio, vídeo, edição e grafismo); Atuação dos personagens, apresentadores, entrevistados, comentaristas, etc. Sendo assim, a análise caracteriza os elementos estéticos do programa nos seguintes códigos: *Visuais* (câmera, iluminação, cenário, atuação do elenco, guarda-roupa e maquiagem, qualidade técnica da imagem); *Sonoros* (tipos de áudio, qualidade técnica do áudio); *Sintáticos* (edição, ritmo do programa) e *Gráficos* (vinheta inicial, grafismos, rodapés, vinheta final).

Para operacionalizar a análise, definimos indicadores de qualidade do conteúdo e da mensagem audiovisual a fim de permitir uma avaliação da qualidade com caráter empírico. Sendo assim, os parâmetros de análise da qualidade (modo de representação e experimentação) nortearam o enquadramento das preocupações básicas a partir das quais os produtos são avaliados, enquanto os indicadores de qualidade foram criados para permitir a avaliação do conteúdo e da mensagem audiovisual. Para isso, cada indicador é avaliado a partir da seguinte escala: não consta (0), fraco (1), razoável (2), bom (3) e muito bom (4).

É importante mencionar que os indicadores de qualidade do Plano do Conteúdo discutem a qualidade em relação aos temas abordados seja na narrativa ou na caracterização dos personagens, enquanto os indicadores de qualidade da Mensagem Audiovisual atuam no intuito de refletir sobre os dados obtidos na análise do Plano da

Expressão em conjunto com o Plano do Conteúdo. Para isso, a definição do formato e dos principais aspectos técnico-expressivos são tão importantes quanto a análise dos indicadores de qualidade do conteúdo, pois a mensagem audiovisual engloba os dois aspectos.

No plano do conteúdo os indicadores de qualidade definidos são os seguintes:

**Oportunidade:** Nesse indicador de qualidade leva-se em conta se o produto audiovisual se pauta na agenda midiática para escolher os seus temas, e se esses temas são relevantes e agregam valores para o público. Sendo assim, procura-se a pertinência e a relevância dos temas abordados em relação a uma dada conjuntura social, cultural e política.

**Ampliação do horizonte do público:** procura aferir se as propostas são, por natureza, polêmicas, contraditórias e férteis, no sentido em que farão o público refletirem sobre aquilo que está assistindo. Tais propostas devem contribuir para ampliar o repertório cultural do público, dando a conhecer novas problemáticas e pontos de vista. Os temas levantados devem ter determinada relevância ao ponto de ampliar a visão de mundo do público, contribuir na construção de valores éticos e estimular o pensamento e o debate de ideias.

**Diversidade de sujeitos representados:** refere-se à representação dos diferentes grupos sociais bem como opiniões e pontos de vista pelo programa/canal. Para esse indicador devemos levar em consideração os mais diversos fatores que caracterizam a diversidade temática, geográfica, política, socioeconômica, cultural, étnica, religiosa, de gênero e sexual.

**Estereótipo:** verifica se as formas de representação adotadas reforçam ou desconstruem estereótipos. O produto audiovisual reforça o estereótipo por meio do deboche e de situações que beiram o ridículo, generalizações e banalizações usadas que acabaram se consolidando ao longo dos anos. Como exemplo podemos citar as generalizações da loura burra, dos gordos, dos gays, dentro outros. No caso de desconstruir o estereótipo procuramos avaliar se os produtos fazem os espectadores pensarem, por meio de textos absurdos e improváveis e/ou pelo exagero das atuações, enfim, se leva a refletirem sobre o que estão assistindo. É importante ressaltar que este indicador é avaliado a partir da definição prévia se o produto audiovisual reforça ou desconstrói estereótipo.

Na análise da mensagem audiovisual foram definidos os seguintes indicadores de qualidade:

**Originalidade/Criatividade:** procura aferir em que medida o produto audiovisual apresenta um formato diferenciado com ideias novas que surpreendem o

público, e experimenta com a linguagem audiovisual tanto em termos da apresentação e abordagem de temas quanto narrativos e dramáticos.

**Diálogo com/entre plataformas:** verifica se o produto audiovisual tem capacidade para se adaptar à convergência midiática, possibilitando uma interação entre diferentes tipos de plataformas e conteúdos, com destaque para os crossovers, no caso de vídeos do *YouTube*, e das menções às outras plataformas e conteúdos, comumente vistas na TV.

**Solicitação da participação ativa do público:** refere-se à adoção de recursos técnico-expressivos e narrativos para estimular a participação ativa do público. Averigua as formas pelas quais o produto audiovisual pode apelar à curiosidade do público por meio dos sentidos visuais e auditivos e dos processos cognitivos de significação. Dentre as formas mais comuns estão a comunicação direta entre o emissor e o público; a citação do nome do espectador; o uso de gírias e/ou outras expressões e a forma de se dirigir ao público através da câmera.

**Clareza da proposta:** Procura aferir se o produto tem uma estrutura bem organizada, com um formato bem delineado que se repete ao longo das emissões, permitindo assim que o público reconheça os códigos visuais, sonoros, gráficos e sintáticos do produto audiovisual.

Sendo assim, os modos de representação utilizados pelo humor, incluindo a diversidade em suas diferentes acepções e a experimentação da linguagem audiovisual são os elementos-chave a partir do qual iremos analisar o coletivo *Porta dos Fundos*, que nasceu na internet em 2012 e tem um programa atualmente na *Fox Brasil* que exhibe os vídeos lançados no *YouTube*.

## **PORTA DOS FUNDOS**

“O *Porta dos Fundos* é um coletivo brasileiro de humor criado por cinco amigos que, insatisfeitos com a falta de liberdade criativa da TV brasileira, decidiram montar um canal de esquetes de humor no *YouTube*”. Assim o *Porta dos Fundos* se define em seu próprio site, que acumula o sucesso de mais de quatro anos de atuação nas redes, a marca de 2 bilhões de visualizações e mais de 12 milhões de assinantes, tornando-se o maior fenômeno da internet brasileira e um dos maiores canais existentes até hoje, já que é considerado o 5º maior canal de entretenimento do mundo, segundo o site *Think With Google*.

Atualmente com 593 vídeos publicados, o coletivo hoje é protagonizado por nove humoristas: Antonio Tabet, Fabio Porchat, Gabriel Totoro, Gregório Duvivier, João

Vicente de Castro, Karina Ramil, Luis Lobianco, Rafael Portugal e Thati Lopes. Para este estudo, foram selecionados seis esquetes do canal, todos veiculados na segunda quinzena de setembro de 2015. Tais emissões são: *Letra*<sup>1</sup>, *Não olha agora*<sup>2</sup>, *Discurso*<sup>3</sup>, *Como foi?*<sup>4</sup>, *RH bom e RH mau*<sup>5</sup>, e *Desvio*<sup>6</sup>.

No Plano da Expressão, observamos que câmera, cenário, figurino e maquiagem, atuação do elenco, iluminação e qualidade técnica da imagem têm a mesma qualidade apresentada na televisão. A forma de apresentação estética é tradicional, executada de forma crível, e agradável em planos e enquadramentos, o que torna tais elementos passíveis da observação detalhada dos espectadores devido à boa qualidade técnica.

O ritmo dos vídeos é ideal para prender a atenção do público jovem, com edição rápida e dinâmica. Na vinheta, o áudio é de uma música animada. O quesito grafismo também se destaca, pois o nome de cada vídeo é escrito de forma personalizada, fazendo com que seja facilmente identificado pelo público e referenciado como sendo do coletivo.

O *Porta dos Fundos* apresenta características da televisão e da internet. Da televisão adaptou o formato de esquete, diminuindo o tempo, diversificando os conteúdos, mas utilizando da TV os planos, os enquadramentos, a estética, a qualidade técnica do som e da imagem, a alta periodicidade e os mesmos horários de postagem para os vídeos novos. Em geral, o recurso da verossimilhança, desde sempre muito utilizado, é visto nos pontos básicos de uma produção audiovisual, como atores, cenário e figurino.

Já da internet, aproveitou a liberdade para explorar questões tabus, inserir críticas a marcas e políticos, e usar uma linguagem mais jovem. A web possibilitou, também, que o grupo fosse mais dinâmico e apresentasse abordagens distintas das usuais, bem como o uso de novas estratégias de divulgação e manutenção do público (como o uso da cena extra e a criação de outros produtos, como, por exemplo, o *Porta Afora*).

O canal criou um modelo próprio para seus vídeos. Os esquetes têm inícios sem marcas que apontam um princípio da história, que é apresentada de forma natural para que o espectador se sinta mais próximo dela. Isso fica evidente nos esquetes *Discurso*, *Letra* e *Não olhe agora*. O primeiro é uma coletiva de imprensa que começa no meio da fala de uma presidenta, não evidenciando, portanto, maiores informações sobre a trama como, por exemplo, há quanto tempo a coletiva começou. Além da ausência de marcas, os

1 Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=GO8skudD3U>. Acesso em 28 out. 2016.

2 Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=6YVnHLaoO4A>. Acesso em 28 out. 2016.

3 Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=tXeqYKdTjwU>. Acesso em 28 out. 2016.

4 Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=trD9CCLL9iHs>. Acesso em 28 out. 2016.

5 Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=d8eU4qbzR5w>. Acesso em 28 out. 2016.

6 Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=GhPcVaeGkX4>. Acesso em 28 out. 2016.

vídeos apresentam as histórias rapidamente, porém concluindo-as e gerando reflexões acerca das críticas ali presentes. Na sequência de cada um deles aparece a vinheta e ao final a cena extra com os créditos e hiperlinks para outros vídeos e inscrição no canal.

No Plano do Conteúdo, o indicador *ampliação do horizonte do público* se destaca, sendo bem avaliado em cinco emissões e como razoável em apenas uma. Nota-se que o canal busca ampliar as visões de mundo dos seus espectadores, seja usando temas cotidianos ou considerados importantes para a sociedade como, por exemplo, igualdade de gênero, política e corrupção, visto nos vídeos *Discurso e Desvio*. O canal apresenta, na maioria das vezes, críticas sutis que dependem do repertório do espectador para serem bem compreendidas. Porém, ainda que sutis, são profundas e objetivam a reflexão do público sobre o tema, através da estratégia de diminuir e ridicularizar um assunto, comportamento ou pensamento.

Um exemplo é o vídeo *Como foi?*, em que duas amigas com experiências diferentes em Nova York se encontram em uma biblioteca e comparam as vivências que tiveram no exterior. É possível perceber a crítica ao fato de que cada vez mais as pessoas tentam se diferenciar e a pertencer a um grupo seletivo e mostrar isso como vantagem aos outros.

LUISA: Você foi no Bellis, né?

CINTIA: Bellis?

LUISA: Você não foi no Bellis?

CINTIA: Não.

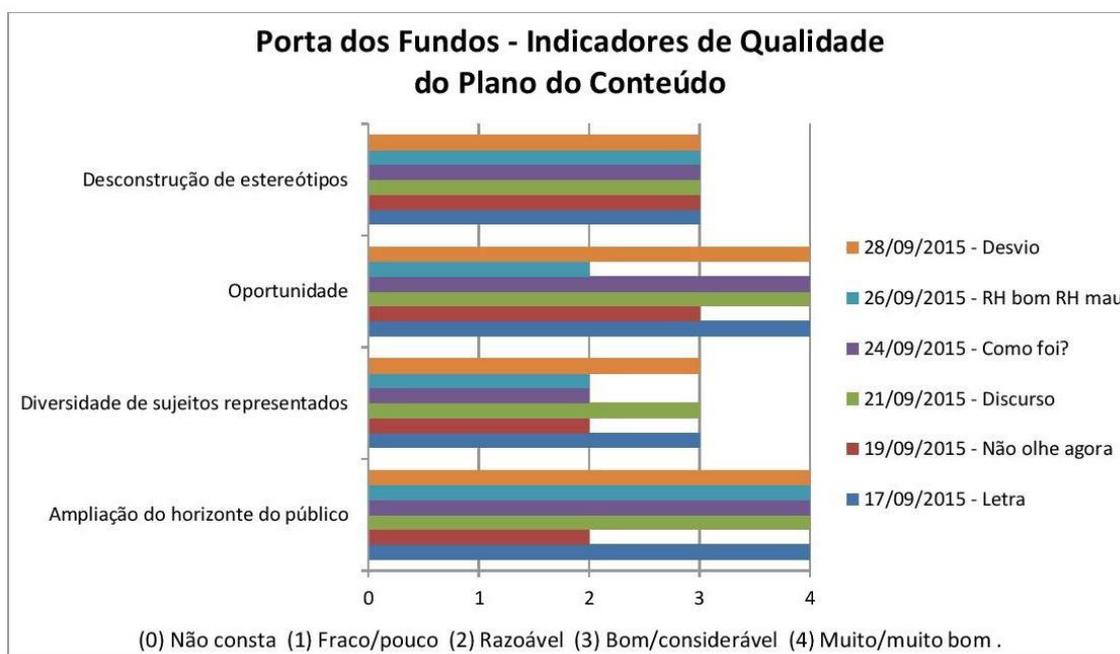
LUISA: Ahh Cintia, tô até duvidando que tu foi em Nova York.

(*Porta dos Fundos* - vídeo *Como foi?* - 24/09/2015)

É possível se atentar para a utilização da sátira para ridicularizar o comportamento de Luisa, representante do estilo hipster (grupo de classe média urbana que coexiste com a cultura mainstream), e assim inserir uma crítica aos costumes dessa tribo. No indicador de qualidade do conteúdo *diversidade de sujeitos representados*, três emissões foram avaliadas como boas e três como razoáveis, mostrando, assim, que o canal tem uma considerável preocupação em representar diferentes sujeitos em um mesmo vídeo. Observando a amostra de seis vídeos, nota-se uma grande diversidade temática, que abarca desde tendências de comportamento e cotidiano até valores. Além disso, diversos grupos foram representados por meio de personagens de distintas profissões. No entanto, devido ao tempo de exibição, não é possível a abordagem de muitos temas ou um grande número de pontos de vista em um mesmo vídeo, fato que difere os esquetes do *YouTube* das séries humorísticas da TV, que geralmente têm entre 20 e 40 minutos de duração.

Outro indicador que se destaca no Plano do Conteúdo é a *oportunidade*, avaliado como muito bom em quatro vídeos e bom em apenas um vídeo, não tendo sido constatado apenas em uma emissão, por se tratar de um tema atemporal. No geral, os assuntos abordados são relevantes para agregar valor ao público. Um exemplo que deixa evidente a atualidade e pertinência em abordar o tema é o vídeo *Não olhe agora*, em que dois homens estão numa boate e enquanto um vê e registra no celular todos os acontecimentos do local, o outro não consegue acompanhar o raciocínio do amigo. Nesse caso, é abordado o exagero do registro de momentos e as vivências que, para alguns, acabam sendo só pelas redes sociais.

O indicador *desconstrução de estereótipos* foi analisado em todas as emissões. Diferente da maioria dos programas de humor que desenvolvem suas histórias a partir da afirmação de estereótipos, o canal busca ser diferente dos demais e explora outros pontos, como o abundante uso da sátira e da paródia para a ridicularização de uma situação. A exemplo disso temos o vídeo *Letra*, que trata da caligrafia ilegível dos médicos, com o próprio médico comparando-a com o Código Morse (sistema de códigos composto por letras, números e sinais gráficos).

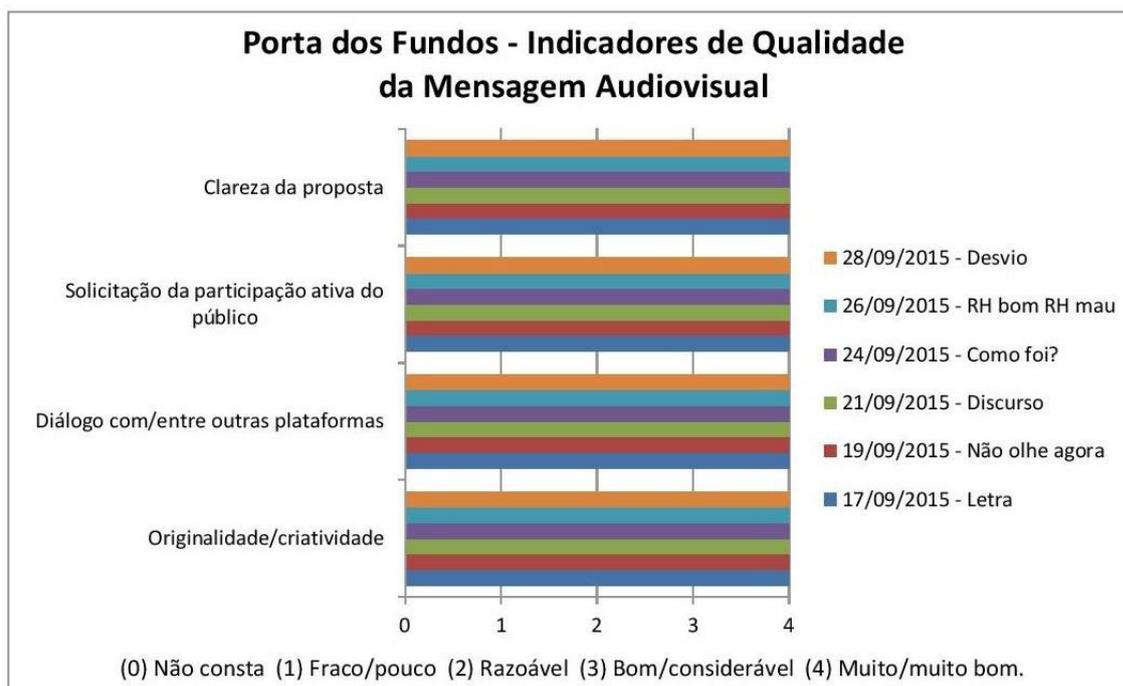


Quanto à análise da Mensagem Audiovisual, os indicadores diálogo *com/entre outras plataformas* e *solicitação da participação ativa do público* se destacam. Ambos são vistos sempre da mesma forma em qualquer esquete. Já que o canal criou um modelo próprio, eles estão presentes no final por meio dos links para outros vídeos e para a inscrição no canal (às vezes, o link da loja do site e do *Making Of* também aparecem),

apoiados pela estratégia da cena extra que prende a atenção do público. Além disso, a solicitação ocorre por meio da linguagem, que é simples, regada a palavrões e adequada ao público alvo do canal.

O indicador *clareza da proposta* foi avaliado como muito bom em todas as emissões, indicando ser um padrão do canal expor claramente seus objetivos, de modo que o espectador já saiba o que esperar, como a presença de críticas por meio da sátira e da paródia, esquetes curtas sobre diversos temas (sem fuga a assuntos tabus), e verossimilhança que torna a história crível e mais próxima do público. Além disso, o compromisso de lançar vídeos novos três vezes por semana também incrementa esse parâmetro de qualidade.

Outro indicador a ser ressaltado é a *originalidade/criatividade*, que também foi muito bem avaliada em todos os vídeos analisados. O canal já inovou com a criação do esquete adicional que complementa a história principal, mas foi possível observar que o *Porta dos Fundos* vai além disso. Devido à liberdade temática, o canal aborda os temas de forma nova e diferenciada, criando analogias não comumente pensadas como, por exemplo, a comparação de uma entrevista de emprego com um interrogatório policial mesclado com a abordagem cinematográfica em que há o policial bom e o mau, vista em *RH bom e RH mau*.



## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Partindo de uma amostra de seis vídeos aqui analisados, foi possível perceber que o humorístico *Porta dos Fundos* apresenta uma mistura de características da televisão com a internet, e que essa combinação permite o coletivo oferecer produtos diferenciados, com temáticas diversas e que dialogam com diferentes públicos.

Podemos ressaltar que o indicador de qualidade do Plano do Conteúdo, *ampliação do horizonte do público*, está bastante presente nos trabalhos do coletivo. O canal insere discussões a partir dos assuntos cotidianos, como ir ao médico, ou a uma festa, apontando comportamentos ou ações que prejudicam a sociedade de alguma forma. Porém, como não o faz de forma insistente ou repetitiva, mas com críticas sutis, gera assim a reflexão e o envolvimento do público, fazendo dessa uma característica marcante do *Porta dos Fundos*.

A criatividade nas escolhas dos temas, das abordagens, nos finais dos vídeos adicionais, e o uso da sátira e da paródia, dão dinamicidade aos vídeos e conferem qualidade ao produto final. A solicitação para a interação do público gera o engajamento dos espectadores, que têm a oportunidade de buscar mais informações sobre os temas atuais para se posicionarem em relação a eles.

Em vista do que foi observado, é possível concluir que o *Porta dos Fundos* trata de temas pertinentes e diversos, de forma criativa e original, sem a participação direta do público, porém envolvendo-o por meio do riso ambíguo e apresentando propostas polêmicas e contraditórias, que estimulam o seu pensamento e contribuem para ampliar a visão de mundo do público.

## REFERÊNCIAS

BORGES, G (2014) **Qualidade na TV pública portuguesa**. Análise dos programas do canal 2. Juiz de Fora: Ed. UFJF.

\_\_\_\_\_ (2008) Discursos de qualidade: a programação da A 2: português (pp. 155-78) In G. Borges & V. Reia-Baptista (org.) **Discursos e práticas de qualidade na televisão**, Lisboa: Livros Horizonte.

FECHINE, Y. (2008) Núcleo Guel Arraes: formação, influências e contribuições para uma TV de qualidade no Brasil. In A. Figueroa & Y. Fechine (Ed.), Guel Arraes. **Um inventor no audiovisual brasileiro** (pp.17-88). Recife: CEPE Editora.

HUTCHEON, L. (1989) **Teoria da paródia**. Lisboa: Edições 70.

COMO O PORTA DOS FUNDOS SE TORNOU O MAIOR CANAL DO BRASIL. 2014. Disponível em: <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/pt-br/case-studies/porta-dos-fundos-youtube-brasil.html>. Acesso em: 25 de set. 2016.

PIRANDELLO. Luigi (1996). **O Humorismo**. Trad. Davi Dion Machado. São Paulo: Experimento. (Originally published in 1908).

PORTA AFORA. 2016. Disponível em: <<https://www.youtube.com/channel/UCdgCNb87T4I-303KHF6FBhw/about>>. Acesso em: 25 de set. de 2016.

PORTA DOS FUNDOS. 2016. Disponível em:<<https://www.youtube.com/channel/UCdgCNb87T4I-303KHF6FBhw>>. Acesso em: 25 de set. de 2016.

PUJADAS, Eva (2002). “Televisión de calidad y pragmatismo” in **Quaderns del CAC**. Conselho de Audiovisual da Catalunha N°13, Mai-Ago., Disponível em <[http://www.cac.cat/pfw\\_files/cma/recerca/quaderns\\_cac/Q13pujadas\\_ES.pdf](http://www.cac.cat/pfw_files/cma/recerca/quaderns_cac/Q13pujadas_ES.pdf)>. Acesso em: 23 set. 2013.

SILVA JR., G.. (2001) **País da TV. A história da televisão brasileira contada por Gonçalo Silva Júnior**. São Paulo: Conrad Editora do Brasil.