



**Centro Universitário de Brasília
Instituto CEUB de Pesquisa e Desenvolvimento - ICPD**

BIANCA BAAMONDE GOMES DOMINGOS

**ANÁLISE DE DISCURSO DO PORTAL SENSACIONALISTA:
TRANSGRESSÃO DO GÊNERO JORNALÍSTICO**

Brasília
2016

BIANCA BAAMONDE GOMES DOMINGOS

**ANÁLISE DE DISCURSO DO PORTAL SENSACIONALISTA:
TRANSGRESSÃO DO GÊNERO JORNALÍSTICO**

Trabalho apresentado ao Centro Universitário de Brasília (UniCEUB/ICPD) como pré-requisito para obtenção de Certificado de Conclusão de Curso de Pós-graduação *Lato Sensu* em Marketing Digital

Orientador: Profa. Dra. Carolina Assunção e Alves

Brasília
2016

BIANCA BAAMONDE GOMES DOMINGOS

**ANÁLISE DE DISCURSO DO PORTAL SENSACIONALISTA:
TRANSGRESSÃO DO GÊNERO JORNALÍSTICO**

Trabalho apresentado ao Centro Universitário de Brasília (UniCEUB/ICPD) como pré-requisito para obtenção de Certificado de Conclusão de Curso de Pós-graduação *Lato Sensu* em Marketing Digital

Orientador: Profa. Dra. Carolina Assunção e Alves

Brasília, 30 de março de 2016.

Banca Examinadora

Prof. Msc. Raquel Boing Marinucci

Prof. Dra. Cláudia Busato

Aos que têm coragem para transgredir e
subverter.

AGRADECIMENTO

Agradecer significa que fui tocada por gestos de carinho, atenção, bondade e gentileza. Obrigada aos meus pais, que não mediram esforços para que eu assistisse às aulas e finalizasse o curso. Ao meu noivo, Victor, pela compreensão em fins de semana distantes. Aos meus colegas de classe pelo companheirismo, cumplicidade e, claro, momentos de diversão. À minha orientadora, Carolina, pela paciência e conhecimento compartilhado. A Deus, pela parceria.

“Rir é viver profundamente.”
Milan Kundera

RESUMO

Este trabalho busca analisar as notícias do portal Sensacionalista, conceituar os aspectos dessas notícias como o humor, a ironia, o pastiche e a mentira. Para isso, usa como base principalmente reflexões e conceitos da Análise do Discurso (AD), ligados a discurso e gênero. Usamos como base para essa pesquisas, obras de Freud, Bergson, Charaudeau e Maingueneau, entre outros. O trabalho analisa também os aspectos centrais do discurso jornalístico e como o portal Sensacionalista o transgride ao publicar notícias inverídicas, bem como os possíveis efeitos de sentido a serem provocados no interlocutor. Para tanto, o método de pesquisa adotado foi o estudo de caso, construído principalmente a partir de pesquisas bibliográficas em AD. Concluimos, ao final da pesquisa, que o portal Sensacionalista não é apenas um portal de humor convencional, mas que é elaborado e que cumpre uma proposta de, além de divertir e entreter, desperta um pensamento crítico acerca de diversos temas.

Palavras-chave: Humor, Sensacionalista, Ironia, Jornalismo

ABSTRACT

This work looks forward to analyse the news of the “Sensacionalista” website, to conceptualize aspects of this news as the humor, the irony, and the lie. For that, it uses as base mainly reflections and concepts of the Discourse Analysis (DA). We use the works of Freud, Bergson, Charaudeau and Maingueneau, among others, for this research. The research also analyses the central aspects of the journalistic discourse and how the Sensacionalista website infringes it while publishing untruthful news, as well as the possible effects of meaning to be provoked in the interlocutor. For so much, the adopted research method was the case study built mainly from bibliographical researches in DA. We conclude, in the end of this research, that the “Sensacionalista” website is not only a conventional humor website, but that it is elaborated and that it accomplishes a proposal of, besides amusing and entertaining, awaking critical thought about several subjects.

Key words: Humor, Sensacionalista, Irony, Journalism

SUMÁRIO

LISTA DE FIGURAS.....	10
INTRODUÇÃO.....	11
1 AS FACES DO HUMOR.....	14
1.1 O homem é um animal que ri.....	14
1.2 O Humor em outras faces.....	17
1.3. Humor x ironia.....	24
2 TRANSGRESSÃO DO DISCURSO JORNALÍSTICO.....	29
2.1 Discurso, gênero e transgressão.....	29
2.2 A transgressão do discurso jornalístico.....	31
3 PORTAL SENSACIONALISTA: HUMOR ENTRETENIMENTO E INFORMAÇÃO.....	36
3.1 Sensacionalismo.....	36
3.2 Pastiche, Paródia e Mentira.....	40
4 NOTÍCIAS DO SENSACIONALISTA.....	46
4.1 Ronaldinho Gaúcho no Fluminense.....	46
4.2 Wesley Safadão e David Bowie.....	48
4.3 Jair Bolsonaro e o banho de purpurina.....	50
4.4 Marty McFly desembarca no futuro de 1995.....	52
4.5 Uber x Taxi.....	54
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	56
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	58

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 - Twitter e PT.....	22
FIGURA 2 - Tragédia em Minas Gerais	23
FIGURA 3 - Filme 3D.....	24
FIGURA 4 - Concurso de Montagens.....	43
FIGURA 5 - Ronaldinho no Fluminense	47
FIGURA 6 - Bowie e Safadão	49
FIGURA 7 - Bolsodiva.....	51
FIGURA 8 - De volta para o futuro.....	53
FIGURA 9 - Uber x Taxi.....	55

INTRODUÇÃO

Há alguns anos, os veículos de comunicação têm migrado para a plataforma digital a fim de acompanhar o desenvolvimento tecnológico e estar mais perto do público.

Ao longo desse tempo, foi possível perceber uma profusão de novos canais de notícias na Internet: alguns de veículos já existentes, como a versão digital de grandes jornais e revistas ou a reprodução na internet de programas de televisão e rádio; e outros que já nasceram na Internet, como é o caso de diversos portais de notícias.

Conforme se intensifica a revolução digital, os veículos de comunicação e as grandes corporações se adaptam à maneira como elas consomem, compartilham e analisam a informação. Com a chegada das redes sociais, os usuários foram apresentados a uma maneira diferente de se relacionar com as outras pessoas e com as informações que circulam dentro das plataformas.

E com a necessidade cada vez maior de aquisição rápida das notícias, a internet foi essencial para a evolução do jornal, já que, inicialmente, só era possível adquirir as informações por meio do impresso, de forma estática e fixa, e com o jornal digital, há uma interação maior e instantânea relatando os acontecimentos 24 horas por dia. (BERGÁRIA; CINTRA; NASCIMENTO, 2014, p.19)

Norman Fairclough, especialista em sociolinguística, coloca que “as sociedades modernas são caracterizadas por uma tendência relacionada ao controle sobre partes cada vez maiores da vida das pessoas” (HABERMAS, 1984 *apud* FAIRCLOUGH, 2001, p. 264). Ele analisa esse aspecto dentro de uma conceituação definida como tecnologização discursiva, que

Está ligada a uma expansão do discurso estratégico para novos domínios. A tecnologização discursiva parece estar se estendendo de gêneros, como a entrevista, que tem um caráter público no sentido de que estão associados a uma série de funções institucionais públicas, para o gênero central da esfera privada, a conversação. (FAIRCLOUGH, 2001, p. 264)

Dentro desse cenário foi criado o portal Sensacionalista. O veículo trabalha fatos de maneira sarcástica antes de publicá-los em formato de notícias. Autodenominado como “um jornal isento de verdade”, o Sensacionalista usa o exagero e a ironia para alcançar o público com as notícias publicadas. Pelo tom humorístico, nas redes sociais, as notícias falsas chegam ao público com mais facilidade e, assim, também são difundidas e comentadas.

No Facebook, a página do Sensacionalista tem mais de 1,6 milhões de seguidores e cada postagem tem milhares de compartilhamentos, curtidas e comentários. Alguns posts chegam a ter mais de 60 mil curtidas e 6 mil compartilhamentos. Os assuntos que angariam mais interações são variados, vão de notícias como “Smartphones já virão com tela rachada para evitar frustrações¹” a “Dólar se aproxima de R\$ 4,20 e EUA lançam nota comemorativa”¹, uma maneira de ironizar a crise econômica brasileira. A colaboração dos leitores e a possibilidade de compartilhar os conteúdos nas redes são grandes aliados do veículo. Nesta pesquisa, percebemos que o diferencial do Sensacionalista, no entanto, é a maneira como alcança o público com questões muitas vezes importantes com tom de humor e sarcasmo, abrindo um canal de comunicação diferenciado, verificado com as interações via redes sociais e sugestões de notícias para o site.

Este trabalho visa analisar o discurso noticioso do Sensacionalista por meio de uma maneira diferente e inovadora de humor na internet. Do ponto de vista social, a dedicação à análise desse discurso permite entender como ele tem transgredido o do jornalismo tradicional. Na esfera acadêmica, pretendemos promover uma reflexão acerca de novas maneiras de se fazer comunicação. Utilizamos como método de pesquisa o estudo de caso, a fim de analisar da maneira mais detalhada possível os pontos cruciais do portal e expor características do veículo que consideramos importantes.

1. Disponível em: <<http://sensacionalista.uol.com.br/2016/01/25/smartphones-ja-virao-com-a-tela-rachada-para-evitar-frustracoes/>>

2. Disponível em: <<http://sensacionalista.uol.com.br/2016/01/22/dolar-se-aproxima-de-r-420-e-eua-lancam-nota-comemorativa/>>

Dentro dessa perspectiva, o corpus apresenta então, no primeiro capítulo, um arremate histórico acerca do humor e de como ele está relacionado ao portal Sensacionalista. Depois, falamos da transgressão do gênero jornalístico dentro desse cenário humorístico. Em um capítulo seguinte, falamos um pouco sobre o conceito do sensacionalismo e de que maneira ele está realmente presente nesse noticiário *fake* criado pelo Sensacionalista. Finalmente, analisamos o portal Sensacionalista e relacionamos as suas notícias com a transgressão do gênero jornalístico tradicional.

1. AS FACES DO HUMOR

O humor, predominantemente humano, é ponto crucial deste trabalho e requer, portanto, um olhar interessado sobre ele, que tem sido tema de estudo desde a Grécia Antiga até os dias de hoje. É fundamental conhecermos um pouco mais sobre o humor, porque é um dos pilares da produção editorial do portal Sensacionalista. Neste capítulo, então, trataremos do histórico e dos pontos conceituais mais relevantes para o entendimento da pesquisa.

1.1 “O homem é um animal que ri”

O humor, a sátira, a ironia, o riso, o chiste são parte não só de manifestações humanas corriqueiras, mas também na arte e no jornalismo. A pesquisa sobre o assunto leva a diferentes teóricos, de diversas épocas, que se dedicaram a estudá-lo sob diferentes focos. Há teses nas áreas de filosofia, linguística, psicologia, sociologia, arte, comunicação. Dentre os títulos que estão na bibliografia deste trabalho, há pontos de convergência sobre a temática e há também algumas variações conceituais. Freud (1980), por exemplo, faz uma diferenciação entre o chiste, o humor, o cômico e o riso. Henri Bergson (1983) expõe o riso e a comicidade em conceitos mais abrangentes e praticamente congruentes. O linguista Edio Roberto Manfio (2006, p.67) afirma que não há um consenso sobre as diferenciações desses elementos, e que as linhas teóricas que os definem são muito tênues.

Alguns trabalhos acadêmicos recentes ajudam a compreender melhor não apenas o contexto histórico do humor, mas também os estudos e teses acerca dessa matéria. Nas próximas linhas, é possível perceber que, apesar de vivermos em uma sociedade cada dia mais digitalizada, os aspectos conceituais são ainda parecidos com os de antigamente, bem como a motivação e efeitos dos atos humorísticos ao longo da história.

De acordo com Manfio, na antiguidade, os gregos acreditavam que o humor estava relacionado a um equilíbrio corporal e era associado, de certa forma, à medicina. Para eles, essa era a denominação dos

líquidos presentes no corpo humano: a bile amarela, a bile negra, a fleuma e o sangue. Os humoristas eram, portanto, pessoas dedicadas ao estudo e entendimento do equilíbrio desses líquidos. Eles acreditavam que o comportamento dos indivíduos variava de acordo com o desequilíbrio desses fluidos.

Ao buscar o significado da palavra humor nos dicionários de língua portuguesa, é possível constatar que esse sentido associado ao conceito dos gregos antigos ainda existe. A definição abaixo, retirada do dicionário Aurélio, é um exemplo dessa verificação.

humor
(ô). [Do lat. *humor.oris.*] S.m 1. *Fisíol.* Substância orgânica líquida ou semilíquida. 2. *Ant.* Designação comum a certas matérias líquidas existentes no organismo. 3. *Hist. Nat.* Cada um de quatro tipos de matéria líquida ou semilíquida que existiriam no organismo humano e que, no indivíduo sadio, se encontrariam em equilíbrio e lhe caracterizariam o temperamento; a ruptura de tal equilíbrio determinaria o aparecimento da doença. Eram eles o *sangue*, a *fleuma*, a *bílis amarela* e a *bílis negra*. 4. Disposição de espírito. 5. Veia cômica; graça; espírito. 6. Capacidade de perceber, apreciar ou expressar o que é cômico ou divertido.
(Novo Dicionário Aurélio da Língua Portuguesa. 2004. Impresso.)

Mas, naquele período, havia indicações de que o humor não estivesse ligado estritamente a esse sentido biológico. Ainda conforme explicou o linguista,

[...] como os humores, segundo os humoristas gregos, estavam diretamente relacionados ao comportamento dos indivíduos, a palavra 'humor', já naquela época, também poderia significar indiretamente algo como 'estado de espírito'. (MANFIO, 2006, p.25)

Ele sugere que “o humor dificilmente significa ‘líquido’ nos discursos vigentes. A acepção tida como ‘clássica’ [...] sequer é mobilizada nos dias atuais” (MANFIO, 2006, p.52). Vale destacar: nessa passagem, ele reitera que apesar de haver nos dicionários atuais uma significação antiga, ainda ligada ao equilíbrio biológico do corpo humano, esse conceito

não é mais usual porque não está inserido nos discursos atuais, da sociedade contemporânea.

O pesquisador prossegue em sua contextualização histórica e revela que esse conceito de humor ligado aos líquidos do corpo humano não fazia parte do discurso de Platão e Aristóteles. Para eles, já havia uma separação entre o que era essencialmente biológico e o que era um estado ou disposição de espírito (MANFIO, 2006, p.25).

Sobre a questão do espírito, discursam também Freud e Bergson. Antes de trazer a conceituação do que ambos definem como o humor ligado ao espírito, é válido destacar que esta, para os autores, é uma característica presente nos seres humanos, os únicos capazes de desfrutar do que é cômico.

Em “O Riso – Ensaio sobre a significação do cômico”, o francês Henri Bergson (1983) apresenta a comicidade como algo fundamentalmente humano. De acordo com o estudioso, tudo o que nos parece engraçado só é de fato porque carrega em si uma expressão humana.

Chamamos atenção para isto: não há comicidade fora do que é propriamente humano. [...] Já se definiu o homem como ‘um animal que ri’. Poderia também ser definido como um animal que faz rir, pois se outro animal o conseguisse, ou algum objeto inanimado, seria por semelhança com o homem, pela característica impressa pelo homem ou pelo uso que o homem dele faz. (BERGSON, 1983, p. 3)

Freud (1980) também se manifesta a respeito do assunto em “Os chistes e sua relação com o inconsciente”.

O cômico aparece, em primeira instância, como involuntária descoberta, derivada das relações sociais humanas. É constatado nas pessoas – em seus movimentos, formas, atitudes e traços de caráter, originalmente, com toda probabilidade, apenas em suas características físicas mas, depois, também nas mentais ou naquilo em que estas possam se manifestar. Através de um tipo muito comum de personificação, também os animais, e as coisas inanimadas, tornam-se cômicos. (FREUD, 1980, p. 123)

À luz dessas concepções, é plausível intuir que o “espírito” anteriormente citado também é, dentro das significações reservadas ao humor, exclusividade humana. Bergson discorre sobre isso quando compara o cômico com o espirituoso. Para ele, o ser espirituoso tem uma “certa maneira dramática de pensar”. (BERGSON, 1983, p.47) Assim, ele defende que o ser espirituoso reúne elementos e recursos de linguagem para tecer comentários cômicos.

De fato, por um lado, vemos que não existe diferença essencial entre uma expressão cômica e uma frase de espírito, e por outro lado a frase de espírito, embora ligada a certa figura de linguagem, evoca a imagem confusa ou nítida de uma cena cômica. Isso equivale a dizer que a comicidade da linguagem deve corresponder, ponto por ponto, à comicidade das ações e das situações e que ela não passa da projeção delas no plano das palavras, se podemos nos exprimir assim. (BERGSON, 1983, p.50)

Freud (1980) reitera a ideia de que o ser espirituoso é rico em subsídios para tornar algo engraçado.

A elaboração do chiste não está ao dispor de todos e apenas alguns dispõem dela consideravelmente; estes últimos são distinguidos como `espírito`. O espírito aparece nessa conexão como uma capacidade especial [...]. Devemos, portanto, presumir nessas pessoas ‘espirituosas’, a presença de disposições especiais herdadas ou de determinantes psíquicos que permitem ou favorecem a elaboração do chiste. (FREUD, 1980, p.93)

Outra característica fundamental do humor, além do fato de que é intrínseco à vida humana, é que desempenha papel fundamental no cotidiano dos indivíduos e na construção de uma sociedade. O humor é humano e social.

Para compreender o riso, impõe-se colocá-lo no seu ambiente natural, que é a sociedade; impõe-se sobretudo determinar-lhe a função útil, que é uma função social. [...] O riso deve corresponder a certas exigências da vida em comum. O riso deve ter uma significação social. (BERGSON, 1983, p.9)

Tão social e humano, o cômico ultrapassa as barreiras do que é desfrutado pela simples experiência natural humana para ser produzido intencionalmente. Além disso, o cômico é, segundo Bergson, insensível e indiferente, ou seja, pra que haja graça em alguém ou alguma situação é preciso ter um certo distanciamento e evitar se envolver emocionalmente.

No que concerne a tornar outras pessoas cômicas, o principal meio é colocá-las em situações em que a pessoa se torna cômica em consequência da dependência humana a eventos externos, particularmente fatores sociais, sem respeitar as características pessoais do indivíduo envolvido – isto é, empregando o cômico da situação (FREUD, 1980, p. 130).

Justamente pelo caráter social é que o riso é potencializado quando as pessoas estão juntas. Bergson ratifica que “o nosso riso é sempre um riso de grupo” (BERGSON, 1983, p. 4). Freud, nesse sentido, faz uma diferenciação implícita do chiste e do cômico. Ele esclarece que o cômico pode ser desfrutado sozinho, ainda que haja vontade de dividir com alguém; por outro lado, o chiste, para ser engraçado, precisa, necessariamente, ser contado a alguém. “É possível que minha necessidade de comunicar o chiste a mais alguém esteja de algum modo conectada à gargalhada que produz, gargalhada esta que me é negada mas que se manifesta em outra pessoa.” (FREUD, 1980, p.95) Ele também diferencia os dois quando verifica que a comicidade surge da ingenuidade, mas para cada um de uma maneira: no cômico o ingênuo é constatado, isto é, puro e natural; no chiste, o ingênuo é provocado (FREUD, 1980).

Freud destaca que o riso, derivado do chiste, é contagioso.

O riso está entre as expressões de estados psíquicos mais altamente contagiosas. Quando faço alguma pessoa rir, contando-lhe meu chiste, estou de fato utilizando-a para suscitar o meu próprio riso e é possível, de fato, observar que a pessoa que começou a contar o chiste, com a face mais séria, reúne-se depois à gargalhada do outro com um riso moderado. (FREUD, 1980, p. 103)

O teórico defende também que, para ser bem sucedido, o chiste precisa carregar consigo um caráter de ineditismo, ser uma novidade (FREUD, 1980, p. 101). Para Bergson, o riso, além de social, é cultural: está ligado aos hábitos e ao povo de determinado local, tornando, vez por outra, intraduzíveis as situações cômicas. (BERGSON, 1983, p. 4).

1.2 O humor em outras faces

Ao longo desta pesquisa, observamos também que o humor pode se manifestar em situações que não seriam primordialmente engraçadas. Para alguns teóricos como Bergson e Bakhtin (1997), a comicidade se faz a partir de fatos ou acontecimentos sérios. Portanto, a comicidade nada mais é do que uma manipulação de assuntos importantes e pertinentes adequados a uma outra linguagem, mais dinâmica e leve, comparada algumas vezes por eles à brincadeira infantil.

Tudo o que há de sério na vida advém de nossa liberdade. Os sentimentos por nós nutridos, as paixões incubadas, as ações deliberadas, contidas, executadas, enfim, o que vem de nós e que é bem nosso, é o que dá à vida o seu aspecto às vezes dramático e em geral grave. Como transformar tudo isso em comédia? Para isso seria preciso imaginar a liberdade aparente como um brinquedo a cordões e que sejamos neste mundo, como o diz o poeta,

...pobres marionetes
cujos cordões estão nas mãos da Necessidade. (BERGSON, 1983, p.36).

Mikhail Bakhtin (1997), em “A estética da criação verbal”, defende que o riso está inserido dentro de um contexto de multiplicidade de tons, porque a seriedade, denominada tom único, é, segundo ele, inaceitável. A ironia e o riso são, por conseguinte, usados para “superar situações, elevar-se acima delas” (BAKHTIN, 1997, p. 374):

Numa cultura com multiplicidade de tons, mesmo o tom sério adquire uma ressonância diferente: beneficia-se dos reflexos

próprios do tom do riso, perde sua exclusividade e sua preponderância, completa-se com a tonalidade do riso.

O riso é, para Bakhtin, um instrumento de libertação diante da vida para diversos temas que suscitam o drama, conforme citou Bergson.

Tudo o que é autenticamente grande deve comportar um elemento de riso, caso contrário fica ameaçador, aterrorizante ou grandiloquente e, em qualquer caso, limitado. O riso levanta as barreiras, abre o caminho. (BAKHTIN, 1997, p. 206)

Nesse ínterim, Freud destaca que o cômico é extraído da relação entre os seres humanos e o mundo externo. Para ele, o mundo externo acaba por compreender as convenções e necessidades sociais na medida em que os indivíduos vão se envolvendo mentalmente nessa relação. (FREUD, 1980, p.128)

Em um estudo, Bergson destrincha o riso e revela pontos sobre o que parecem ser diversas variáveis do humor. Assim, ele confronta o conceito do que é real e o do que é essencialmente criado para o cômico. Dentro dessa ótica, é válido ressaltar para este trabalho o contraponto que o teórico faz entre o humor a ironia, ambos utilizados como alicerce no veículo que é o foco desta pesquisa: o Sensacionalista. Conhecendo um breve histórico do humor e concentrando-se no papel social que ele desempenha, também se atendo a esses conceitos propostos por Bergson, será mais fácil entender o cenário no qual o objeto de estudo está inserido.

A mais geral dessas oposições seria talvez a do real com o ideal: do que é com o que deveria ser. Ainda aqui a transposição poderá ser feita nas duas direções inversas. Ora se enunciará o que deveria ser fingindo-se acreditar ser precisamente o que é. Nisso consiste a ironia. Ora, pelo contrário, se descreverá cada vez mais meticulosamente o que é, fingindo-se crer que assim é que as coisas deveriam ser. É o caso do humor. O humor, assim definido, é o inverso da ironia. Ambos são formas da sátira, mas a ironia é de natureza retórica, ao passo que o humor tem algo de mais científico. Acentua-se a ironia deixando-se arrastar cada vez mais alto pela idéia do bem que deveria ser. Por isso a ironia pode aquecer-se interiormente até se tornar, de algum modo, eloquência sob pressão. Acentua-se o humor, pelo contrário, descendo-se cada vez mais baixo no interior do mal que é, para lhe notar as particularidades com mais fria indiferença. (...) O humorista é no caso um moralista disfarçado em cientista, algo

como um anatomista que só faça dissecação para nos desagradar; e o humor, no sentido restrito que damos à palavra, é de fato uma transposição do moral em científico. (BERGSON, 1983, p.61)

Leonardo Cezar Correa Medina (2012), na dissertação de mestrado *Transgredindo o discurso jornalístico: A paródia nas reportagens de Ernesto Varela*, também destaca a diferenciação que Charaudeau faz entre humor e riso: “o riso seria disparado pelo humor, mas o humor não gera necessariamente o riso. Além disso, o humor não é evidente, sendo fortemente influenciado pelo contexto psicossociológico, variando de acordo com culturas e pontos de vista.” (CHARAUDEAU, 2006 *apud* MEDINA, 2012, p.108)

Conforme comentado anteriormente, o humor é um dos principais pilares editoriais do Sensacionalista. Ao longo do capítulo, é possível conhecer os conceitos e levantar importantes questões sobre o humor que estão diretamente relacionados com o nosso objeto de estudo. A característica ligada ao espírito é, talvez, a mais primordial delas. Isso porque, conforme resumido por Freud, o espirituoso é um indivíduo com facilidade para elaborar chistes talvez não percebidos nem produzidos por outras pessoas que não sejam dotadas da maneira dramática de pensar defendida por Bergson. Assim, ao retirar do cotidiano matéria para a elaboração das falsas notícias em tom jocoso, inventando histórias que são potencialmente engraçadas, a equipe do Sensacionalista demonstra ter essa característica.

Uma matéria publicada que revela essa particularidade traz como título “Oposição acusa Twitter de propaganda petista e manda retirar estrelinha”. A informação principal da matéria fala sobre uma mudança de leiaute do microblog, em que o botão para *favoritar* uma mensagem foi substituído: de estrela, passou a ser um coração. Aproveitando a polêmica que os usuários causaram em torno da mudança, o Sensacionalista usou, de maneira espirituosa, uma relação com a disputa política entre o Partido dos Trabalhadores (cuja logomarca é uma estrela) e a oposição. Ao misturar um tema quente a uma notícia aparentemente sem muita

importância, o site acabou chamando a atenção para as tensões políticas, e ainda fez graça com os usuários da plataforma.

FIGURA 1 – Twitter e PT

Digital

Oposição acusa Twitter de propaganda petista e manda retirar estrelinha



O Twitter acaba de promover uma alteração no recurso de favoritar tuites. Agora no lugar da estrela para favoritar haverá um coração para curtir.

De acordo com fontes ligadas ao Twitter, o pedido teria sido feito por partidos de oposição e movimentos antigovernistas que acusaram o microblog de fazer propaganda petista com a estrela.

A mudança causou polêmica nas redes sociais e muita gente disse que a substituição não faz sentido nenhum já que grande parte dos tuiteiros não tem coração.

Fonte: <http://www.sensacionalista.com.br/>

Outro ponto delineado neste capítulo que podemos ressaltar nas matérias do Sensacionalista, também já antecipado na análise da notícia acima, é o humor a serviço de assuntos sérios. Isto é, a maneira como se pode tratar mais levemente de assuntos delicados e relevantes. Em matéria sobre o desastre causado pelo rompimento das barragens da mineradora Samarco em Minas Gerais, o veículo usa um texto divertido para levantar uma questão importante sobre o acontecimento: se houvesse um sistema preventivo e de alerta, talvez os impactos tivessem sido minimizados ou menos traumáticos. Além dessa característica do humor, a

notícia está carregada de ironia, conceito a ser aprofundado em páginas a seguir.

FIGURA 2 – Tragédia em Minas Gerais

País

Vale começa hoje a avisar moradores de Mariana que barragem pode se romper



A Vale, empresa responsável pela barragem da Samarco próxima ao distrito de Mariana, no interior de Minas Gerais, começou a alertar hoje os moradores sobre o risco de rompimento da barragem que se rompeu na última quinta-feira.

De acordo com a Vale, que teve lucro estimado em R\$ 7,6 bilhões em 2014, a empresa passa por um mau momento e não tinha dinheiro sequer para uma sirene que avisasse os moradores de um rompimento iminente.

"Uma sirene está pela hora da morte, sem trocadilho", disse o assessor de imprensa da Vale. "Por falar nisso, estamos indo de casa em casa hoje avisar que a barragem pode se romper. Estamos um pouco atrasados mas vai acabar mais rápido, já que só três casas do distrito inteira ficaram de pé."

Segundo a Vale, o programa de prevenção de acidentes deles é inspirado na Fórmula 1. "Mais especificamente no Rubinho Barrichello", disse o assessor da empresa.

M Zorzanelli

Fonte: <http://www.sensacionalista.com.br/>

O traço cultural do humor também é verificado no Sensacionalista. Além das notícias locais, como em veículos jornalísticos tradicionais, o portal trata de informações de todo o mundo, mas as adequa

à nossa realidade, acrescentando comentários e piadas retirados do senso comum presente entre brasileiros. Apesar disso, o próprio veículo reporta que algumas notícias não factuais criadas por eles alcançaram proporções inimagináveis, e são reproduzidas por diversos veículos estrangeiros como verdadeiras. Um exemplo é uma matéria sobre uma mulher que engravida assistindo a um filme em três dimensões. Após a confusão, o grupo publicou uma nota de esclarecimento para atestar o caráter falso da publicação, conforme imagem abaixo.

FIGURA 3 – Filme 3D

Mundo

Mulher engravidou vendo filme pornô 3D

Um casal branco americano teve um bebê negro e a mulher diz que engravidou assistindo a um filme pornô 3D. O pai da criança, o soldado Erick Jhonson, estava há um ano servindo numa base militar no Iraque e, quando voltou para casa encontrou um bebê negro. Sua mulher, Jennifer Stweart, de 38 anos, disse a ele que a criança foi concebida enquanto ela assistia a um filme pornô em três dimensões.

"Não vejo porque desconfiar dela. Os filmes em 3 D são muito reais. Com a tecnologia de hoje tudo é possível", disse Erick, que registrou a criança.

Jennifer afirmou que foi a um cinema pornô com as amigas em Nova York. Ela conta que não costuma assistir a filmes pornôs e que só foi dessa vez para ver como ficavam os efeitos em 3D. A criança, segundo ela, se parece com o ator negro do filme. "Um mês depois de ver o filme eu comecei a sentir enjoos e o resultado está aí. Vou processar o cinema e os produtores. Ainda bem que meu marido acreditou em mim. Meu casamento podia estar em risco. Mas ele sabe que eu sou fiel", disse.

>> [clique aqui e leia outras matérias do Sensacionalista, o site de humor que espalhou essa notícia pelo mundo.](#)

NOTA

Uma semana atrás nós publicamos este texto, evidentemente falso, com uma imagem que pegamos da internet. Infelizmente, o texto correu o mundo porque alguns sites acreditavam que ele era real. Não era essa a nossa intenção. O Sensacionalista é um pequeno site do Brasil. Nós nunca imaginamos que isso pudesse acontecer. Por isso pedimos desculpas à essa família que aparece na foto. A mulher e a criança nada tem a ver com a notícia apresentada. Pedimos desculpas pela foto que foi publicada sem autorização. Por favor, não publique essa matéria em seu site. E da próxima vez cheque as informações. Esse site é um site de humor. Nada do que está aqui é real.

A week ago we published an article about a woman who claimed to get pregnant after watching a 3d porn movie. The article was fake and we used a photo that we found on the internet. Unfortunately, the article spread around the world because some sites thought that it was real. That was not our intention. Sensacionalista is a small site from Brazil. We never thought that this could happen. That's why we are asking this family to accept our sincere apology. That woman and her baby in the photo had nothing to do with this article. They are just a normal family trying to live they're own lives. We apologize for taking their photo and wrongfully putting it in our article. Please, do not publish this article again and next time check what you read before you write. This site is a humor site. Nothing here is real.

Fonte: <http://www.sensacionalista.com.br/>

Nas páginas a seguir, trataremos de outra concepção fundamental para melhor compreendermos o objeto de estudo. Conforme citado no início deste capítulo, o humor e a ironia, quando com o mesmo propósito, são colocados lado a lado para chamar a atenção para determinado fato e, conseqüentemente, fazer com que o interlocutor pense de maneira mais crítica a respeito do que está sendo falado. No próximo tópico, discorreremos sobre os principais pontos conceituais de cada um e mostraremos como estão relacionadas.

1.3 Humor x Ironia

Em teses consultadas para esta pesquisa, o humor e a ironia estão correlacionados ainda que, de certa forma, divirjam conceitualmente. Bergson (1983), por exemplo, divide os significados de ambos da seguinte maneira: a ironia consiste em enunciar o que deveria ser fingindo-se acreditar ser precisamente o que é; o humor, ao contrário, descreve de maneira cada vez mais meticulosa o que é, fingindo crer que as coisas deveriam ser assim. “O humor, assim definido, é o inverso da ironia. Ambos são formas da sátira, mas a ironia é de natureza retórica, ao passo que o humor tem algo de mais científico.” (BERGSON, 1983, p. 57)

Freud apresenta uma conceituação mais simples. Ele afirma que “a única técnica que caracteriza a ironia é a representação pelo contrário.” (FREUD, 1980, p. 49) Um pouco mais adiante, ele relaciona a ironia com o chiste e garante que ambos estão muito próximos e, por isso, ela é passível de ser contada dentro das subespécies do cômico. Por essa característica, o autor explica que é preciso que a outra pessoa esteja apta a expandir um pouco mais a sua inteligência para que não falhe a compreensão da ironia.

Sua essência consiste em dizer o contrário do que se pretende comunicar a outra pessoa, mas poupando a esta uma réplica contraditória fazendo-lhe entender – pelo tom de voz, por algum gesto simultâneo, ou (onde a escrita está envolvida) por algumas pequenas indicações estilísticas - que se quer dizer o contrário do que se diz. A ironia só pode ser empregada quando a outra pessoa está preparada para escutar o oposto, de modo que não possa deixar de sentir uma inclinação a contradizer. Em consequência dessa condição a ironia se expõe facilmente ao risco de ser mal entendida. (FREUD, 1980, p. 114)

Diversas notícias criadas dentro do nosso objeto de estudo portal Sensacionalista, por exemplo, são carregadas de ironia. Estando em uma plataforma digital interativa, os produtores de conteúdo têm um canal de comunicação aberto com os leitores, sobretudo na página do Sensacionalista no Facebook. Isso significa que, além de indicações

estilísticas, conforme sugerido por Freud, o site reforça a ironia por meio de imagens que completam o tom jocoso da notícia que foi criada. Essa “inclinação ao contradizer” (FREUD, 1980, p. 114) a que Freud se refere é reação recorrente às notícias do portal. Com textos elaborados para despertar a inquietude dos leitores e um timing alinhado com as primeiras notícias sobre o fato, algumas das postagens chegam perto do absurdo. No primeiro momento, isso provoca espanto nos interlocutores, e a reação deles poderia se contradizer àquela notícia acompanhada, paralelamente, do sentimento de que não pode ser verdade.

O humor, em contrapartida, “[...] entre as espécies do cômico, é a mais facilmente satisfeita. Completa seu curso dentro de uma única pessoa; a participação de alguma outra nada lhe acrescenta.” (FREUD, 1980, p. 150) Esse conceito se opõe ao do chiste - que para ser engraçado precisa ser compartilhado - e se distancia do riso – com o qual quanto mais pessoas estiverem em contato, mais será intensificado.

Manfio também disserta sobre a ironia e a relação que ela tem com o humor. Ele correlaciona a ironia com uma importante discursividade dentro do discurso humorístico.

A ironia dá ao humor uma outra forma, porque o sentido do que seja engraçado, que seja causador do riso, que seja bom humor, movimenta-se, afinal pode-se rir de desgraças, rir num universo em que a depressão é uma das características do mundo moderno e modo como o humorista faz isso pode ser problematizado. (KUPERMANN 2001 e 2006, *apud* MANFIO, 2006, p. 56)

Medina apresenta a concepção de Charaudeau sobre a ironia. O enunciador “diz qualquer coisa contrária ao que pensa, tendo que construir um destinatário ideal que possa compreender que o que é dado a entender é o inverso do que é dito, sendo a ironia uma antífrase.” (CHARAUDEAU, 2006 *apud* MEDINA, 2012, p.114) Ele explica que o teórico entende a ironia como fundamental para a instauração do humor. (MEDINA, 2012, p. 121)

Dominique Maingueneau (1997), em *Novas Tendências em Análise do Discurso*, antecipa um conceito de ironia do qual trataremos mais adiante, ligado à subversão. Para o autor, a ironia subverte as fronteiras do que é dito de forma explícita, assumida, ou não pelo enunciador. Nesse sentido, ele afirma que “a ironia é um gesto dirigido a um destinatário, não uma atividade lúdica, desinteressada.” (MAINGUENEAU, 1997, p. 99) Ou seja, a ironia tem em si o caráter de construção de uma mensagem específica com uma finalidade particular previamente definida pelo locutor.

Para deixar em evidência esses temas, os profissionais da produção de conteúdo do site Sensacionalista recorrem às particularidades do cômico citadas anteriormente. Pela análise e levantamento das notícias do site, é possível perceber que a pauta do grupo se apoia, na maioria das vezes, na produção de notícias a respeito de assuntos sérios. Recorrentemente, o site se vale da grande quantidade de acessos, compartilhamentos, interações e comentários no site e nas páginas nas redes sociais; não somente para intensificar e propagar o riso, como vimos anteriormente, mas também para acalorar discussões e gerar debates de interesse crítico. Uma outra característica do humor já mencionada, notadamente presente na construção do veículo, é o distanciamento em relação às notícias divulgadas, o que permite mais ousadia nas publicações. Por essas características do cômico, o Sensacionalista é um objeto de estudo rico para analisarmos a transgressão do discurso jornalístico, tema do próximo capítulo.

2. TRANSGRESSÃO DO DISCURSO JORNALÍSTICO

Tendo estudado sobre o humor no capítulo anterior, a proposta neste é identificar pontos importantes de como ele influencia o discurso jornalístico, transgredindo a sua linguagem habitual.

2.1 Discurso, gênero e transgressão

Para entender a transgressão do gênero jornalístico, é preciso conhecer primeiro os conceitos acerca da Análise do Discurso, que têm sido tema de trabalhos diversos, principalmente na área de linguística. De acordo com Vicente William da Silva Darde (2013),

A Análise do Discurso concebe a linguagem como mediação necessária entre o homem e a realidade natural e social. Essa mediação, que é o discurso, torna possível tanto a permanência e a continuidade quanto o deslocamento e a transformação do homem e da realidade que ele vive. (DARDE, 2013, p.6)

Sobre essa característica social, versa também Norman Fairclough (2001), dedicado aos estudos na área de sociolinguística. Ele afirma que a prática discursiva “contribui para reproduzir a sociedade (identidades sociais, relações sociais, sistemas de conhecimento e crença) como é, mas também contribui para transformá-la.” (FAIRCLOUGH, 2001, p. 92)

Dentro dessa esfera, o pensador russo Mikhail Bakhtin dedicou-se ao estudo dos gêneros do discurso, que denominou como cada esfera de utilização da língua com seus tipos relativamente estáveis de enunciados. (BAKHTIN, 1997, p. 279). Ainda de acordo com essa teoria, “quando há estilo, há gênero”. (BAKHTIN, 1997, p. 286). Medina (2012) traz a conceituação de Arlindo Machado sobre o que é gênero do discurso:

É uma força aglutinadora e estabilizadora dentro de uma determinada linguagem, um certo modo de organizar ideias, meios e recursos expressivos, suficientemente estratificado numa cultura de modo a garantir a comunicabilidade dos produtos e a continuidade dessa forma junto às comunidades futuras. Num certo sentido, é o que orienta todo o uso da linguagem no âmbito de um determinado meio, pois é nele que se manifestam as tendências expressivas mais estáveis e mais organizadas da evolução de um meio, acumuladas ao longo de várias gerações de enunciadores. (MACHADO, 2009 apud MEDINA, 2012, p. 99)

Manfio se vale da afirmação de que o discurso é influenciado por aspectos sócio-históricos e que, portanto, é extremamente plural e heterogêneo.

A noção de formação discursiva está muito ligada a tudo isso. Ela consiste em determinar aquilo que pode e deve ser dito em uma determinada sociedade de uma dada época. Não se trata, pois, de um tipo de procedimento de controle ou exclusão [...]. Trata-se de um fenômeno em cujo interior podem se agrupar as figuras de controle. Dessa forma, em uma sociedade de uma dada época, muitas informações discursivas podem estar presentes. (MANFIO, 2006, p. 33)

Também nesse caminho, Manfio esclarece que

O contexto sócio-histórico, as condições de produção, as formações discursivas e as formações ideológicas que as representam, o lugar discursivo e os sentidos mobilizados quando da produção de um discurso estão entre as várias coisas que são de sua competência. (MANFIO, 2006, p.89)

Bakhtin revela outro importante aspecto dos gêneros do discurso que justificam a pluralidade dentro do campo de pesquisa. De acordo com ele, a variedade dos gêneros do discurso é inesgotável porque “a variedade virtual da atividade humana é inesgotável, e cada esfera dessa atividade comporta um repertório de gêneros do discurso que vai diferenciando-se e ampliando-se à medida que a própria esfera se desenvolve e fica mais complexa.” (BAKHTIN, 1997, p. 279)

A partir dessas conceituações, conseguimos entender que o discurso está presente no cotidiano da sociedade em vários âmbitos. Isso

porque existem diversos tipos de discurso, e cada qual ajuda a construir uma realidade social diferente. Além considerar as variadas esferas, é preciso levar em conta também o lugar e o período nos quais o ele está inserido. É possível delimitá-los ainda mais os quando se estreita a classificação para os diferentes gêneros, que vão se modificando à medida que o campo social se desenvolve.

No nosso *corpus*, nos propusemos a analisar a transgressão do discurso jornalístico (aqui representado pelo gênero notícia) provocada pelas publicações do site Sensacionalista. No tópico seguinte, nos debruçamos sobre os principais conceitos de transgressão discursiva e como isso se aplica ao nosso objeto de estudo, levando em consideração que ele tem conteúdo produzido para a internet, em plataforma digital.

2.2 A transgressão do discurso jornalístico

Na medida em que a sociedade evolui, a maneira como as pessoas consomem, analisam, interiorizam e compartilham informação se transforma. Dinâmica e digitalizada, essa sociedade impulsionou também processos de reestruturação e ressignificação no jornalismo. Para Darde, as mudanças no jornalismo não se restringem apenas ao campo tecnológico, mas também à ética. “Isto é, à medida que as relações entre jornalistas e fontes e entre jornalistas e públicos se modificam, alteram-se também os valores onde se apoiam ações e reações.” (DARDE, 2013, p. 13) Mais adiante, entenderemos como se dá essa metamorfose na transgressão do gênero jornalístico padrão e como ela está inserida no portal Sensacionalista.

A função macro do jornalismo está representada pela notícia, isto é, em um processo editorial, agregar novos elementos e detalhes a determinado fato e transmiti-lo à população. Ao analisar a atividade jornalística de maneira mais aprofundada, é possível perceber que ela transcende o papel de informar e desempenha a importante missão de contribuir para a formação dos indivíduos. Além disso, o jornalista pretende

também atuar como um mediador da sociedade, representando os interesses, denunciando ilegalidades e questionando códigos sociais. Desta forma,

o jornalismo é, em nossa concepção, um discurso que necessita representar a diversidade de pensamento da sociedade contemporânea, considerando-se a natureza pública e o compromisso social do campo jornalístico. (...) O campo jornalístico, enquanto lugar de fala legítima sobre a realidade contribui para a definição de papéis e a afirmação de valores e sentidos na sociedade. (DARDE, 2013, p.6)

O discurso é, então, um protagonista porque é o principal alicerce da comunicação jornalística. Por meio do discurso jornalístico é que se constrói uma relação direta entre jornalista e sociedade, de forma que seja uma via de mão dupla em que “[...] esses sujeitos não se fazem exclusivamente de um único lugar, o de locutor ou ouvinte, pois são, ao mesmo tempo, a fala e a escuta, produtos/produtores de atos comunicativos.” (RESENDE, 2009 *apud* DARDE, 2013, p. 8)

Norman Fairclough defende que “o discurso contribui para a constituição de todas as dimensões da estrutura social” (FAIRCLOUGH, 2001, p. 91). Assim sendo, ele também garante que o discurso não está encarregado apenas de representar o mundo, mas também de constituir e construir significações para o mundo. Sob esse aspecto, conseguimos avaliar a relação do jornalista com a sociedade e entender o papel dele como um mediador da construção dessa realidade.

O discurso jornalístico, entre outros aspectos, segue as tendências das culturas no qual está inserido e das quais está a serviço. Contudo, independentemente da cultura da qual faz parte, o papel de destaque dentro dessa relação comunicador-sociedade tem sempre lugar, conforme destaca a pesquisadora Ester Marques (2008):

O discurso jornalístico é, sobretudo, o relato dos acontecimentos que tiveram lugar recentemente, relato que é produzido como notícia e que circula regularmente no nosso dia a dia através dos diferentes dispositivos da informação. É, por isso, o resultado de um processo social de construção da realidade, definido por

certas condições factuais, regras e convenções narrativas que vão desde as regras sintáticas e semânticas até as normas ético-pragmáticas do falar. São estas regras e convenções que funcionam como estruturas do discurso jornalístico e que constituem os pressupostos de um contrato de leitura entre o jornalista e o leitor. (MARQUES, 2008, p.2)

Justamente em função dessa responsabilidade social, o discurso jornalístico é construído com base em preceitos de objetividade, imparcialidade e veracidade.

Daí que a primeira tentativa de estruturação do discurso jornalístico é a busca de uma verdade absoluta, definitiva, de uma enunciação legítima, de uma narrativa fundada na veracidade, que por si só possa estabelecer o contrato de leitura entre o jornal e o leitor. (DARDE, 2013, p.3)

Sobre a objetividade, Nelson Traquina (2005) pontua que ela nasceu do próprio processo de produção da notícia. De acordo com ele, a objetividade do jornalismo não é uma negação à subjetividade, “mas uma série de procedimentos que os membros da comunidade interpretativa utilizam para assegurar uma credibilidade como parte não-interessada.” (TRAQUINA, 2005, p. 139) Ele completa dizendo que a objetividade nada mais é do que um apoio para métodos que garantem rapidez da execução do processo de produção da notícia. (TRAQUINA, 2005, p. 141)

Conforme pontuamos no capítulo anterior, um dos principais aspectos conferidos a algo engraçado, ligado ao humor, é o ineditismo. Então, cabe analisarmos a relação aparentemente antagônica que há no portal Sensacionalista. Uma vez que o portal está focado em apresentar notícias baseadas em acontecimentos reais, há uma perspectiva jornalística. No entanto, outro elemento desconhecido que torna o acontecimento noticiável nesse caso, dentro dos critérios jornalísticos, é a própria piada. Ou seja, o ineditismo da piada se mantém e ainda é apresentado como diferencial, na medida em que oferece novas informações, sob um novo aspecto, acerca de um assunto do qual o leitor talvez já tenha tomado conhecimento em outras esferas sociais.

A relação entre a sociedade e o jornalismo, citada anteriormente, é construída, portanto, com base em confiança. Isto é, a sociedade confia

no jornalismo como um mediador de interesses sempre comprometido com a verdade. Alguns pesquisadores defendem a ideia de que não existe um jornalismo que seja totalmente imparcial ou verídico, já que dentro do processo de produção da notícia existem etapas que podem comprometer, ainda que minimamente, esses aspectos da informação.

Nelson Traquina revela que, na medida em que participam ativamente na construção das notícias, os jornalistas acabam por contribuir com uma construção da realidade, e adquirem um papel de poder ao ter licença para mediar a realidade. (TRAQUINA, 2005, p.26) Nessa mediação da realidade é que o jornalista acaba imputando no texto as próprias experiências e escolhas enquanto indivíduo, conforme relata Medina (2012, p.64):

O jornalismo como um todo, tem o propósito de nos apresentar os acontecimentos que surgem no mundo referencial. Mas o que faz realmente é entregar um mundo construído por ele mesmo. [...] Ele reflete o espaço social ao mesmo tempo que é refletido por ele. É nesse jogo, de oferece o que o público deseja de acordo com seus próprios interesses que o discurso midiático e jornalístico, em particular, começam a tomar forma.

Acerca do conceito de veículo, Maingueneau usa a denominação “mídiun” para afirmar que não se trata apenas de um meio para transmitir uma determinada mensagem, mas sim que está diretamente ligado a um conjunto de um gênero de discurso. Assim, “foi sobretudo com a chegada dos mídiuns audiovisuais e o desenvolvimento da informática que tomamos consciência desse papel crucial do mídiun. Eles revolucionaram efetivamente a natureza dos textos e seu modo de consumo.”(MAINGUENEAU, 2002, p. 72)

Maingueneau defende que a transgressão de um gênero é possível a partir do momento em que os indivíduos têm conhecimento de uma variável de regras que envolvem direitos e deveres relacionados a um discurso qualquer. (MAINGUENEAU, 2002, p.64) Ele afirma que “um jornalista assume o contrato implicado pelo gênero de discurso do qual

participa”, citando o *fait divers* (termo que definiremos mais adiante), que deve apresentar características como apresentar um tema adequado ou conter todas as informações necessárias para a compreensão. (MAINGUENEAU, 2002, p. 69)

Ida Lúcia Machado (2004) associa a transgressão do gênero à ironia. Ela define a paródia como transgressão quando permite aos seres humanos rir do que é sério.

Para nós, o gênero é transgressivo quando ele “ousa” amalgamar em si diferentes tipos de discursos que tinham, em suas respectivas origens, um objetivo diferente daquele que vão assumir quando reunidos em um só. Nota-se que a “cola” ou a “argamassa” que virá consolidar tal união será representada pela intenção de ironizar algo ou alguém. O desejo de realizar uma produção lúdica antecede então seu resultado concreto – ou seja, dito de modo simplificado: o texto – que pode assim assumir uma aparência de discurso “sério” (MACHADO, 2004, p. 78)

Maingueneau, por sua vez, liga a ironia ao que ele chama de subversão. Ambos os conceitos estão inseridos na área de abrangência da imitação.

O enunciador imita um texto ou um gênero para desqualificá-lo, opondo-se ao que ele subverte, valoriza sua própria enunciação. Entretanto, poderá ocorrer subversão sem que haja contestação de um gênero ou de um texto preexistentes: nesse caso, o enunciador subverte sua própria enunciação. É o que se denomina ironia. (MAINGUENEAU, 2002, p. 174)

A defesa dessa ideia corrobora o que citamos anteriormente sobre como o Sensacionalista tem usado a ironia em assuntos sérios como forma de transgredir o discurso padrão do jornalismo. Ao final deste capítulo é possível concluir, portanto, que o Sensacionalista transgredir o discurso jornalístico ao mesmo tempo em que faz isso por usar notícias falsas, bem como por empregar recursos irônicos e humorísticos nas publicações do site. Assim, quebra algumas das principais premissas do jornalismo.

3. PORTAL SENSACIONALISTA: HUMOR, ENTRETENIMENTO E INFORMAÇÃO

3.1 Sensacionalismo

O Sensacionalismo, em seu conceito mais essencial e simples, está ligado à sensação, isto é, provocar sensações. No jornalismo, está comumente associado ao noticiário popular e, apesar de ter uma definição negativa,

A prática sensacionalista tanto pode significar o uso de artifícios inaceitáveis para a ética jornalística, como também pode se configurar numa estratégia de comunicabilidade com seus leitores através da apropriação de uma matriz cultural e estética diferente daquela que rege a imprensa de referência. O sensacionalismo manifesta-se em vários graus, muitas vezes integra o rol de valores notícia de uma publicação. (AMARAL, 2003, p. 134)

O termo, quando dirigido ao jornalismo tradicional, tem uma conotação pejorativa. Isso acontece porque, conforme falamos anteriormente, um dos papéis do jornalismo é prezar pela informação mais objetiva. O jornalismo sensacionalista seria, em oposição a essa concepção do tradicional, mentiroso, exagerado e parcial.

Em “O jornalismo popular, a construção narrativa e o fluxo do sensacional”, Marialva Barbosa e Ana Lucia Silva Enne (2005) conceituam o sensacionalismo e o enquadram como uma característica do jornalismo popular.

Sendo assim, a palavra passa a designar com frequência o jornalismo que privilegia a superexposição da violência por intermédio da cobertura policial e da publicação de fatos considerados chocantes, distorcidos, usando uma linguagem que não raras vezes apela a gírias, palavrões e inclui no seu repertório expressões de fácil entendimento para os grupos populares. [...] Partindo do pressuposto de que o jornalismo se constitui instrumento iluminador da esfera pública, essas interpretações ressaltam que, ao exagerar as informações, o jornalismo produz distorções, fazendo a realidade parecer mais palatável em comparação ao cotidiano midiático apresentado. (ENNE; BARBOSA, 2005, p. 68)

Ligado a esse conceito, está o termo francês *fait divers*,

Que significa fatos diversos que cobrem escândalos, curiosidades e bizarrices, caracteriza-se como sinônimo da imprensa popular e sensacionalista. Sempre esteve presente desde o início da imprensa, sendo um dos primeiros recursos editoriais para chamar atenção e promover a diversão da audiência. (DEJAVITE, 2001, p.1)

Em seu artigo “O poder do *fait divers* no jornalismo: humor, espetáculo e emoção”, Fábria Angélica Dejavite (2001) relaciona o termo e, conseqüentemente, o jornalismo sensacionalista ao entretenimento. Citando Claude-Jean Bertrand, ela afirma que, na sociedade de massa, o entretenimento é cada vez mais indispensável, tem a função de divertir em combinação com as demais funções que o jornalismo deve ter. Ela acrescenta ainda que, segundo Bertrand, “a fronteira entre jornalismo e entretenimento nunca foi nítida e é cada vez menor.” (DEJAVITE, 2001, p. 2)

Nesse contexto, o neologismo *Infotainment* “traduz o embaralhamento de fronteiras entre informação e entretenimento.” (GOMES, 2009, p. 195) O conceito está ligado às mudanças nas mídias tecnológicas que geram novas possibilidades de produção, distribuição e consumo da informação. O debate acerca do tema, pontua a autora Itania Maria Mota Gomes, ainda é nebuloso, ao passo que a maioria das pessoas não analisa o assunto da maneira adequada, mas apenas o trata com a premissa de negatividade.

A autora garante que informação e entretenimento se estreitam na medida em que grandes empresas de comunicação se responsabilizam pela produção da informação e de entretenimento. Também cita, se aproximando dessa primeira defesa, que a exigência da audiência e o lucro dentro da indústria da cultura são também determinantes para compreender essa relação.

Um ponto importante sobre esse neologismo que interessa à nossa pesquisa, é que ele

Carrega, então, uma conotação negativa, que tem por base o caráter comercial da indústria midiática global. Em geral, quando usado nesse sentido, infotainment se refere a programas jornalísticos que —apelamll ao popular, enfatizando a criminalidade, a tragédia, a transgressão, o grotesco, a sexualidade, a cobertura da vida de celebridades ou a transformação da gente comum em celebridade. (GOMES, 2009, p. 205)

Essa concepção negativa em torno do infotainment é colocada em xeque pela autora, já que ela afirma que ele não passa de uma estratégia produção da mídia, que não se pode classificar nem como boa e nem como má. Para a autora, o infotainment é o resultado de articulações que vão desde possibilidades até audiência.

Na tese “Os gêneros jornalísticos e as várias faces da notícia”, Pollyana Honorata Silva confere ao *fait divers* um caráter de futilidade ou curiosidade desnecessária.

O *fait divers* chama a atenção pelo seu caráter inusitado ou contraditório das relações humanas em algumas circunstâncias, expostas, aparentemente, sem nada de implícito, para serem consumidas pelo leitor mais como uma curiosidade do que acréscimo de informação. (GARCIA, 2005 *apud* SILVA, 2007, p. 130)

O conceito ligado a entretenimento é importante porque se conecta com as características do portal Sensacionalista de entreter o público e, ao mesmo tempo, suscitar a curiosidade acerca de um determinado assunto que esteja sendo abordado em um determinado momento dentro da plataforma.

Márcia Franz Amaral (2003) faz uma comparação pertinente entre a imprensa popular e a tradicional: na lógica clássica, a notícia seria primordialmente destinada a esclarecer o público e não ser vendida. No caso da imprensa popular, os interesses mercadológicos ficam mais evidentes e, por isso, os veículos com essas características estão muito pautados pela publicidade e no interesse literal do público. Ela acrescenta que há uma ironia nessa relação, já que todos os jornais são feitos para o

mercado, ou seja, com o objetivo de vender e gerar lucro. Nesse sentido, se encaixa o infotainment que é, muitas vezes, caracterizado como comercial e refém da mídia.

Complementarmente, Nelson Traquina ressalta que “numa história universal do jornalismo, cada vez mais visível na era da globalização dois processos fundamentais marcam a revolução da atividade jornalística: a sua comercialização e a profissionalização dos seus trabalhadores” (TRAQUINA, 2005, p. 35)

Nesse sentido, Patrick Charaudeau (2012) também ressalta, em entrevista a Kevin Alexis Garcia, que se trata de um mercado em que os leitores deixam de ser cidadãos com o desejo de se manter informados para serem consumidores a quem se deve conquistar por meio da emoção. O autor defende a educação como recurso para driblar os possíveis desconfortos causados por essa situação.

Quanto mais educado estiver o povo mais possibilidade tem de alcançar a consciência deste jogo da captação (estratégias emocionais) e da racionalização da informação. Pode encontrar o ponto de equilíbrio. Quanto menor a educação que tem uma pessoa, mais fácil é que caia na armadilha de se deixar levar por um tratamento emocional. (CHARAUDEAU, 2012, tradução nossa)

Ainda nessa entrevista, questionado sobre o apelo sensacionalista dos veículos de comunicação, ele reitera:

Bom, isto não se pode defender, é uma desgraça, é jogar com a parte menos racional das pessoas. [...] Muitas vezes a imprensa regional maneja uma ideologia da dramatização para ter a garantia de que as pessoas vão comprar o jornal. Para mim isso não corresponde com o que deveria ser a ética da informação. (CHARAUDEAU, 2012, tradução nossa)

A partir desses conceitos, conseguimos enxergar o nosso objeto de estudo como uma junção de todos eles, exceto pelo fato de que usa notícias falsas não com o intuito de causar choque, mas de divertir o público. Dentro dessa perspectiva, o Sensacionalista é, então, uma

ferramenta de entretenimento, mas com um viés crítico acerca dos acontecimentos cotidianos.

Os objetivos comerciais citados por Amaral e Charaudeau são nítidos no portal, não apenas relacionados ao fato de terem a possibilidade de ganhos financeiros reais, mas também em termos de interação virtual. Esse viés comercial está mais intimamente ligado à busca por interações, isto é, views, curtidas, compartilhamentos, comentários e, a partir daí, a possibilidade de monetizar essa audiência.

3.2 Pastiche, paródia e mentira

Além dos conceitos que já tratamos sobre humor, chiste, comicidade, cabe reservar um espaço, dentro do nosso capítulo de análise, para tratar dos que estão diretamente ligados ao Sensacionalista: o pastiche, a paródia e a mentira, todos eles diretamente ligados à produção das notícias fictícias.

Vladimir Propp destaca a paródia como “um exagero cômico na imitação, numa reprodução exageradamente irônica das peculiaridades características individuais de forma deste ou daquele fenômeno que revela sua comicidade e reduz seu conteúdo.” (BÓRIEV apud PROPP, ano, 84) De acordo com ele, podem ser parodiados fenômenos negativos da sociedade. A paródia é sempre um desvendar da inconsistência de alguma coisa como um dos instrumentos mais poderosos de sátira social, “revela não o vazio do que é parodiado, mas a ausência nele das características positivas que imita” (PROPP, ano, p.84). Nesse sentido, é possível afirmar que o Sensacionalista é, em sua totalidade, uma paródia, porque representa de maneira irônica, humorística e exagerada o jornalismo. Derivam dele, então, as notícias fictícias que nada mais são do que, também, a paródia de notícias reais, que ganham nova forma e roupagem para adquirir um tom engraçado, irônico e crítico, de paródia.

Maingueneau distingue a paródia do pastiche, colocando que o pastiche ideal é falso e deveria estar inserido no corpus que imita. Isto é, “o fato de poder produzir novas obras do mesmo tipo a partir do conhecimento

de algumas, supõe uma certa ‘competência’, a interiorização das regras que governam este gênero” (MAINGUENEAU, ano, p.105). Essa observação aproxima-se do fato, que trataremos no próximo tópico do corpus desta pesquisa, de que, a produção fictícia da notícia pressupõe um conhecimento prévio do fazer jornalístico. O Sensacionalista é então, também perfeitamente encaixado no conceito de pastiche, porque é um site de notícias fictícias que imita, abertamente, o estilo e as principais diretrizes técnicas de um site de notícias verdadeiro, comprometido com as premissas jornalísticas.

Propp versa também sobre a mentira, que, de acordo com ele tem uma veia cômica. “Mentir significa dizer uma mentira com um tom tão próximo da verdade, tão natural tão ingênuo como se pode apenas contar uma verdade - justamente nisso está o cômico da mentira.” (GÓGOL apud PROPP, ano, p. 117) Essa talvez seja uma das características mais claras do Sensacionalista, isso porque a mentira é a matéria-prima e, ao mesmo tempo, o produto principal do site. É por meio da mentira que se constroem as notícias falsas, de maneira propositalmente ingênua e dissimulada, para agregar valor ao que se propõe para convencer o leitor do que está sendo falado. No próximo tópico, analisaremos os principais pontos do portal, a fim de comprovar os principais conceitos defendidos ao longo desta pesquisa.

3.3 O Sensacionalista

Fundado em 2009 pelo jornalista Nelito Fernandes, o portal Sensacionalista se intitula como “um jornal isento de verdade”. Já por essa intitulação somos convidados a pensar sobre o conteúdo disponibilizado no site. A frase dá margem à dupla interpretação do interlocutor. Uma das interpretações sugere que eles seguem preceitos do jornalismo como a objetividade e a imparcialidade “de verdade”, ou seja, sem margem para questionamentos sobre a idoneidade do site. A outra interpretação está ligada ao fato de que eles se autodeclaram ‘imunes’ à verdade, abertos a veicular todo e qualquer tipo de conteúdo mentiroso.

O Sensacionalista é um portal com todas as características de um portal de notícias tradicionalmente jornalístico. Além do site na internet, que tem mais de 10 milhões de visualizações e mais de oito milhões de acesso mobile, o sucesso do veículo é potencializado pelo Facebook, com dois milhões de fãs. Em plataformas off-line, o grupo já lançou um livro, “A História Sensacionalista do Brasil” que conta, aos moldes do site, a história do País; e já apresentou um programa jornalístico fictício de trinta minutos no canal de televisão a cabo Multishow, em cinco temporadas entre 2010 e 2013.

Este não é o primeiro trabalho que se dedica a pesquisar sobre o Sensacionalista e as falsas notícias ou sobre a relação entre o entretenimento e o jornalismo. Em “Afiml, o que é pseudonotícia?”, Deborah Cattani Gerson (2014) cita a notícia humorística como “um material construído com base na realidade, porém ficcional e não produto de um fato ou ocorrência.” (GERSON, 2014, p. 26) A pseudonotícia, conforme verificado em exemplos extraídos do site é resultado da extração de notícias reais e produzidas por profissionais capacitados para tanto, na maioria das vezes jornalistas, que também já falamos anteriormente, tem uma boa noção e conhecimento do processo de produção da notícia.

Esta última circunstância, de haver jornalistas produzindo um conteúdo irreal, mas seguindo as técnicas do processo de produção da notícia, como em qualquer outro veículo, dá um caráter verossímil às publicações, o que pode torná-las ainda mais surpreendentes e engraçadas. Conforme dissertado ao longo da pesquisa, o portal usa o humor e a ironia para falar de assuntos sérios e inspirados por acontecimentos reais. São recorrentes, por exemplo, matérias irônicas sobre política.

Em uma contextualização histórica, Manfio destaca que Cícero, grande orador romano, já usava o humor para falar sobre assuntos sérios. “Cícero, por vezes teria comentado sobre a eficácia do humor e do riso como arma, como meio, como instrumento para destruir ou afrouxar algumas relações de poder.” (MANFIO, 2006) Ele comenta ainda sobre a teoria de Propp de que é possível “o riso ter mesmo esse potencial de

destruir a falsa autoridade e a falsa grandeza de indivíduos sobre os quais se pratica o escárnio.” (MANFIO, 2006, p. 26)

No caso do Sensacionalista, o portal publica notícias sobre os mais diversos temas como a alta do dólar, as operações da polícia federal, epidemias, desastres naturais e religiões. Por outro lado, também entra na brincadeira dos memes que circulam pela internet. O Sensacionalista usa o Facebook como uma plataforma colaborativa, e convida os leitores a participarem da produção de conteúdo. Isso dá ao Sensacionalista mais subsídio de veiculação, e permite a geração de *buzz* em torno do portal. A equipe de jornalistas também convoca o público a fazer brincadeiras com as pessoas da família ou namorados, e a postar o resultado nos comentários do Facebook. O mesmo acontece com montagens de imagens. Além de aumentar o engajamento da página na rede social e as visitas ao portal, o Sensacionalista tenta fidelizar o público.

FIGURA 4 – Concurso de montagens



Fonte: <http://www.sensacionalista.com.br/>

O Sensacionalista construiu, portanto, o seu principal produto (notícias falsas) com base em conceitos críticos sobre o humor, a ironia e artifícios do discurso jornalístico, aqui destacado no gênero notícia. O conhecimento desses artifícios e a maneira de transgredi-lo criam um novo discurso informacional pautado pela crítica e pela comicidade, que depende da compreensão do público para o que o processo de comunicação seja bem-sucedido.

Para compreender melhor a estrutura do portal em conformidade com os objetivos da pesquisa, pretendemos analisar, por meio de uma amostra para melhor compreender o universo do veículo, cinco notícias recentes. Todas as notícias analisadas foram publicadas dentro do período um ano que antecede a publicação do trabalho, para que seja mais fácil a identificação com os assuntos. As notícias versam sobre assuntos diversos, retirados de editorias do veículo – esportes, entretenimento e país - que têm identificáveis, em cada uma, alguma característica sobre as quais discorreremos ao longo do corpus. Para isso, priorizamos o estudo dos conceitos relacionados ao humor, à ironia, ao discurso, ao jornalismo e à notícia.

A análise será feita com base no estudo de caso, que é uma metodologia relacionada à observação de procedimentos, a fim de explorar a dinâmica do veículo e apontar suas perspectivas:

Visa conhecer em profundidade o como e o porquê de uma determinada situação que se supõe ser única em muitos aspectos, procurando descobrir o que há nela de mais essencial e característico. O pesquisador não pretende intervir sobre o objeto a ser estudado, mas revelá-lo tal como ele o percebe. [...] (FONSECA, 2002, p. 33 apud GERHARDT; SILVEIRA, 2009).

Dentro desta perspectiva, o Sensacionalista é um objeto de estudo sob a ótica da metodologia do estudo de caso porque permite conhecermos, por meio da pesquisa, quais são suas principais características e objetivos enquanto veículo dedicado ao humor, à informação e ao entretenimento. É possível reconhecermos então, que o portal tem como ofício publicar notícias fictícias, produzidas a partir de fatos cotidianos reais, com o intuito de despertar nos leitores algum senso crítico

a respeito do que é publicado. O portal faz isso usando como artifício o humor, a ironia e outros conceitos anteriormente descritos no *corpus*.

A proposição de um método de estudo sobre o Sensacionalista decorre da intenção de verificar os principais aspectos da produção das notícias fictícias, bem como os objetivos por trás da veiculação delas. A pesquisa bibliográfica foi o método utilizado para aprofundar os conhecimentos sobre os conceitos mencionados no parágrafo anterior. A seguir, destacamos as notícias, retiradas de algumas das editorias do veículo, de maneira a não só apresentar o assunto principal nelas contido, mas também pontuando os conceitos citados na pesquisa com os quais estão relacionadas, ainda que se repitam em cada uma delas e que, estejam juntos, em uma única notícia.

4. NOTÍCIAS DO SENSACIONALISTA

4.1 Ronaldinho Gaúcho no Fluminense

Uma editoria na qual o Sensacionalista constantemente veicula notícias falsas é a de esportes. Fazendo piada sobre a curta temporada de contratação do jogador de futebol Ronaldinho Gaúcho no Fluminense, a notícia do site traz a informação de que os melhores momentos do atleta no time ‘couberam’ em um vídeo de 15 segundos no Snapchat. O Snapchat é uma rede social de compartilhamento de fotos e vídeos curtos em sequência que são automaticamente deletados depois de um tempo disponível para os usuários da rede. Assim como citado em outro exemplo anterior do corpus, essa notícia comprova a espirituosidade - definida anteriormente pelos autores como uma “facilidade” para a elaboração dos chistes - da equipe ao fazer a conexão entre o espaço-tempo do jogador no clube e o espaço-tempo da rede social usualmente serve para publicações curtas. É possível verificar também que a notícia foi construída como um pastiche, uma vez que se vale da estrutura de uma matéria bem articulada para tratar de um tema esportivo.

Nesta análise, retomamos alguns conceitos de Propp, já destacados ao longo desta pesquisa, referentes ao cômico representado por meio do exagero. O autor defende que “o exagero é cômico apenas quando desnuda algum defeito. Se este não existe, o exagero já não se enquadra na comicidade.” (PROPP, 1992, p.88) Dentro deste ponto de vista do autor, é possível perceber que o Sensacionalista destaca como defeito do jogador o fato de que ele, aparentemente, não está interessado no trabalho. Essa intenção fica clara no seguinte parágrafo: “o jogador disputou apenas nove jogos e não fez nenhum gol. Ontem se apresentou e, alegando questões pessoais, pediu o fim do contrato.” O exagero, nesse caso, se caracteriza pelo fato inverídico de que a passagem do jogador caberia em um vídeo de 15 segundos.

Outro ponto que abordamos no corpus é também identificável nesta notícia: a ironia. No trecho “A saída de Ronaldinho preocupa

empresários da noite no Rio. `Fizemos todo um investimento aqui para melhorar as casa noturnas e agora vamos perder o freguês. Definitivamente o Brasil não é um país sério`, fica clara a característica retórica proposta por Bergson. O ponto alto dessa representação é a afirmação do interlocutor de que o Brasil não é sério, embora a notícia trate de um assunto sem seriedade alguma, totalmente irrelevante se comparado a outros temas envolvendo o País. Essa mesma passagem mostra um ponto importante de transgressão do discurso jornalístico desenvolvido ao longo da pesquisa: o jornalismo tem um papel social e, por isso, tem o compromisso de divulgar notícias que sejam relevantes para a população e que tenham um caráter de utilidade pública.

FIGURA 5 – Ronaldinho no Fluminense

Esportes

Melhores momentos de Ronaldinho Gaúcho pelo Flu já estão no Snapchat

Compartilhar no Facebook | Tweet no Twitter | G+ |



Um vídeo de 15 segundos. Esse é o tempo máximo para publicações no Snapchat, e foi mais do que o suficiente para mostrar os melhores momentos da passagem de Ronaldinho Gaúcho pelo Fluminense. "Tivemos muita dificuldade para preencher esse tempo", admitiu um dos editores do vídeo postado pelo clube.

O jogador disputou apenas nove jogos e não fez nenhum gol. Ontem não se apresentou e, alegando questões pessoais, pediu o fim do

contrato.

A saída de Ronaldinho preocupa empresários da noite no Rio. "Fizemos todo um investimento aqui para melhorar as casas noturnas e agora vamos perder o freguês. Definitivamente o Brasil não é um país sério", reclamou um empresário.

Fonte: <http://www.sensacionalista.com.br>

4.2 Wesley Safadão e David Bowie

Uma notícia do Sensacionalista que podemos classificar como *fait-divers* em função do apelo extremamente popular que tem, foi a de que o cantor Wesley Safadão teria “prenunciado” a morte do cantor David Bowie ao usar uma camiseta estampada com a foto de Bowie horas antes de morte dele. O Sensacionalista novamente usa a notícia para veicular a informação, em tom de crítica, ao fato absurdo de alguém prever a morte de outra pessoa ao usar uma roupa. Também brinca com a popularidade do cantor Wesley Safadão no Brasil ao noticiar que Bowie teria também usado uma camiseta com a foto de Safadão o que, conseqüentemente, levaria os leitores a crerem que o cantor brasileiro seria o próximo a falecer.

Aqui, identificamos de maneira mais forte o conceito de mentira que, dentro dos conceitos de Propp é construída com base em algo inocentemente displicente a fim de convencer o interlocutor de que aquilo que lhe foi apresentado é verdade. Essa mentira, defende o autor, para ser cômica deve ser sempre uma monta, sem conseqüências trágicas e desmascarada. (PROPP, 1992, p. 115) Para ele, a comicidade da mentira está justamente no momento em que ela é desnudada, isto é, no momento em que o receptor percebe que a notícia que está lendo trata-se de um fato absolutamente mentiroso, ele passa a achá-la cômica. Podemos constatar essa linha de pensamento pelo seguinte trecho da notícia: “A viúva de Bowie, Iman, divulgou hoje mais fotos do último ensaio fotográfico do cantor. Em uma das fotos, ele posa com uma camista branca com a foto de ninguém menos que Wesley Safadão.” A imagem que acompanha a matéria, uma montagem de Bowie com uma camiseta estampada com o rosto do intérprete brasileiro – que comprovaria as informações veiculadas – ajuda a reforçar as características da mentira que identificamos nesta análise.

De acordo com Propp “o grotesco é a forma de comicidade preferida pela arte popular desde a Antiguidade.” Chegamos também a essa conceituação, que ele define como forma forma suprema do exagero

e da ênfase cômica, ao juntarmos os conceitos de *fait-divers* e mentira contidos nessa notícia.

FIGURA 6 – Bowie e Safadão

Família de Bowie diz que cantor usou camiseta de Wesley Safadão em ensaio e brasileiro se desespera



Após a incrível coincidência do cantor brasileiro Wesley Safadão usar uma camiseta com o rosto do colega inglês David Bowie estampado pouco antes do anúncio de sua morte, mais uma notícia surreal chega ao conhecimento do público.

A viúva de David Bowie, Iman, divulgou hoje mais fotos do último ensaio fotográfico do cantor. Em uma das fotos, ele posa com uma camiseta branca com a foto de ninguém menos que Wesley Safadão.

"Um amigo brasileiro que sempre apresenta os novos sons trouxe esta camiseta e David gostou muito do visual do rapaz, disse que lembrava um travesti que ele namorou nos anos 70", escreveu Iman no Instagram. "Achei curioso publicar esta foto agora porque fiquei sabendo que o Wesley Safadão (sic) usou uma camisa de David no sábado."

Já o brasileiro não. "Fiquei bastante assustado com esta notícia. Eu sou 99% cético mas tenho aquele 1% de superstição. Vou para o camarote tomar Círoc com o gelo que me deu na espinha", escreveu. "De toda forma, todo respeito ao grande cantor das bandas Queen, Beatles e Nenhum de Nós", completou.

Fonte: <http://www.sensacionalista.com.br/>

4.3 Jair Bolsonaro e o banho de purpurina

O deputado Jair Bolsonaro, conhecido por declarações homofóbicas, foi alvo de um protesto contra esse posicionamento preconceituoso em relação aos homossexuais. Ativistas jogaram purpurina rosa no deputado enquanto ele concedia entrevistas. A purpurina é usada como uma alusão ao universo gay. O Sensacionalista, que recorrentemente publica notícias envolvendo políticos polêmicos como Bolsonaro, novamente aproveitou um fato real para veicular uma matéria em tom provocativo e crítico. Essa notícia está ligada ao polêmico, citado por Maingueneau em uma relação do discurso em que há rejeição de ideias entre os papéis de agente e paciente, que se alternam de maneira constante. (MAINGUENEAU, 1997, p.?).

Dentro da análise desta notícia, é pertinente retomarmos os comentários feitos anteriormente, no capítulo 4, a respeito da obra de Manfio, que cita Cícero ao afirmar que o riso é um aliado para destruir ou afrouxar relações de poder. Manfio cita também Propp, que defende que o riso tem o poder de destruir a falsa autoridade e falsa grandeza de determinados indivíduos. Para Propp, “cômicos podem ser os covardes na vida de cada dia, os fanfarrões, os capachos, os bajuladores, os unha-de-fome e os esganados, os vaidosos e os convencidos [...], etc” (PROPP, 1992, p. 135)

Convém frisarmos também, que esta notícia está caracterizada como um pastiche, isto é, se propõe a imitar um gênero jornalístico, mas usa, para isso, os artifícios da ficção e, claro, do humor. Dessa forma, somos levados por um outro caminho de análise deste corpus, que é a transgressão do gênero jornalístico. Citamos, anteriormente, que para transgredir um gênero, o emissor de uma determinada informação deve ser profundo conhecedor das estruturas e processos que a envolvem. Isto é, “é preciso dominar bem os gêneros para empregá-los livremente.” (BAKHTIN, 1997, p.284) Isto quer dizer que, o fato de ter conhecimento das técnicas e da rotina de produção jornalísticas, o resultado do conteúdo é melhor e

cumpra ainda mais o objetivo desejado, de transgredir o discurso jornalístico por meio de um bem-sucedido pastiche.

FIGURA 7 – Bolsodiva

Pais

Bolsonaro leva banho de purpurina em Porto Alegre e pede para ser chamado de Bolsodiva

Compartilhar no Facebook Tweet no Twitter G+ P



Enquanto era entrevistado na Assembleia Legislativa de Porto Alegre, o deputado Jair Bolsonaro foi alvo de um banho de purpurina, promovido por um grupo de ativistas.

Após o ato, Bolsonaro pediu para passar a ser chamado de Bolsodiva. "Depois desse banho de purpurina, percebi quem eu realmente sou. Chega de homofobia, eu quero ser a diva da direita!", disse Jair Bolsonaro.

Bolsonaro disse que pretende manter a purpurina em seu corpo em homenagem ao carnavalesco Clóvis Bornay, que completaria 100 anos esse mês.



Fonte: <http://www.sensacionalista.com.br/>

4.4 Marty McFly desembarca no futuro de 1995

No filme “De volta para o futuro”, a história se passa no ano de 1955 e, para os personagens, o futuro seria no dia 21 de outubro de 2015. Nesta data, foram veiculadas diversas matérias constatando que estávamos, oficialmente, no futuro. O Sensacionalista, então, produziu uma matéria que chama a atenção para o fato de que, apesar estarmos em uma época do futuro, o pensamento da humanidade ainda não evoluiu e, por isso, o personagem do filme, se realmente tivesse a oportunidade de viver neste dia, pensaria ainda estar em 1995. Conforme as afirmações de Manfio, o humor e a ironia, aliados, permite que o indivíduo “ria de desgraças”. Este é um exemplo de uma matéria que consegue instigar o leitor a pensar em questões sociais importantes, a partir de uma relação de confiança (é confiável porque o jornalista estabelece essa relação deixando explícito o caráter falso das notícias do portal) e, ainda, se divertir com as piadas criadas.

Vladimir Propp esclarece que “tanto a vida física quanto a vida moral e intelectual do homem podem tornar-se objeto do riso.” (PROPP, 1992, p.29) Aqui, podemos concluir, após análise, que a vida física, moral e intelectual são, na verdade, objetos de crítica por meio do humor e da ironia. Isso fica claro ao destacarmos a seguinte parte da notícia: “Por onde olhou Marty viu a imagem do atraso: gente pedindo a volta da ditadura, gente dizendo que família tradicional só pode ser formada por um homem e uma mulher, gente apanhando por causa da orientação religiosa e sexual.” Todos esses itens citados na veiculação da notícia dão o tom da matéria, que versa sobre o retrocesso da sociedade apesar de estar em um ano muito avançado em relação à realidade da época em que o filme se passa.

Também podemos aqui citar pontos defendidos por Bergson sobre a defesa de que o riso é cultural e temporal. Propp complementa que “cada época e cada povo possui seu próprio e específico sentido de humor e de cômico, que às vezes, é incompreensível em outras épocas.” (PROPP, 1992, p. 32) Retomamos esta questão na análise para compreendermos que, para que haja um entendimento dessa notícia, o intelectual se vale da

pressuposição de que as pessoas que estão lendo a notícia ou são de uma época em que a trilogia era sucesso ou estão cientes da realidade na época em que o filme se passa e a realidade atual, sendo capaz de compará-las.

FIGURA 8 – De volta para o futuro

Mundo

Racismo, xenofobia e intolerância: Marty McFly chega em 2015 mas acha que é 1955

f Compartilhar no Facebook Tweet no Twitter G+ 0



O dia 21 de outubro de 2015 vem sendo aguardado por fãs da trilogia "De volta para o futuro" desde os anos 80. O dia finalmente chegou e Marty McFly pousou seu DeLorean no tão sonhado futuro. Mas ao contrário de carros e skates voadores, Marty só encontrou retrocesso.

Marty testemunhou um pedido de boicote a um novo episódio de um clássico do cinema só porque o protagonista é negro. Marty viu um haitiano ser assassinado em Santa Catarina e observou milhares de imigrantes sofrendo com fome e com frio nas fronteiras da Europa.

Por onde olhou Marty viu a imagem do atraso: gente pedindo a volta da ditadura, gente dizendo que família tradicional só pode ser formada por um homem e uma mulher, gente apenando por causa da orientação religiosa e sexual. McFly teve certeza de que a máquina do tempo deu problema mais uma vez e ele foi parar em 1955, ou antes, bem antes.

Fonte: <http://www.sensacionalista.com.br/>

4.5 Uber x Taxi

Tem sido divulgadas pela mídia e presenciadas por usuários do serviço diversas agressões de taxistas contra motoristas do serviço de carona particular Uber. A rixa entre os prestadores de serviço tem desencadeado protestos e agressões verbais e físicas a passageiros e donos de carros do Uber. Utilizando ironia em sua maneira mais clássica, como cita Freud, que é a representação pelo contrário, o Sensacionalista convida a uma leitura crítica sobre a matéria em que diz que os carros do Uber serão adequados para favorecer o socorro dos motoristas em caso de agressão. É possível fazermos essa comprovação pelo trecho em que a matéria afirma que “ ‘o objetivo é ajudar o motorista que é agredido por taxistas a chegar ao hospital com mas facilidade’, disse o representante da marca no Brasil. ‘Descobrimos que registrar o Uber como uma ambulância pirata é mais fácil e dá menos problema do que ter um táxi preto que funcione por aplicativo’.”

Ao falar de ironia nesta análise, podemos retormar também o conceito de Ida Lúcia Machado, que vimos no segundo capítulo, em que a autora associa a ironia diretamente à transgressão de gênero. Para ela, desta forma, somos capazes de conceder um caráter cômico ao que é, na verdade, um assunto a ser tratado com seriedade. Esse assunto sério, neste caso, é a onda de agressões de taxistas aos motoristas do Uber alegando uma concorrência desleal e irregularidade do serviço como motivação para tal. Essa ironia e essa transgressão, além de comprovadas pelas características aqui citadas anteriormente, são também reforçadas pela imagem construída pela equipe do site. Nela, aparece uma suposta versão do Uber com as características descritas no texto pelo representante fictício da marca.

FIGURA 9 – Uber x Taxi

Pais

Uber passará a ser branco e com giroflex para motorista agredido por taxista chegar logo a hospital

Compartilhar no Facebook

Tweet no Twitter

G+

Pin



A multinacional dona do aplicativo Uber anunciou hoje uma nova linguagem visual. A marca, o logotipo e o app ganharão novas cores e formatos. Cada cidade terá sua própria cor nesta nova fase e animações futurísticas foram incluídas no processo de abrir o app.

Outra mudança na identidade visual será testada somente no Brasil. Mais especificamente, no Rio de Janeiro e em São Paulo. No dia em que a notícia de que taxistas estão usando o Whatsapp

para se organizar e caçar (para depois agredir) motoristas de Uber, a empresa resolveu trocar o preto de seus carros pelo branco com faixas vermelhas e giroflex no topo.

"O objetivo é ajudar o motorista que é agredido por taxistas a chegar ao hospital com mais facilidade", disse o representante da marca no Brasil. "Descobrimos que registrar o Uber como uma ambulância pirata é mais fácil e dá menos problema do que ter um táxi preto que funcione por aplicativo."

Fonte: <http://www.sensacionalista.com.br/>

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste trabalho, estudamos as convenções históricas e sociais do humor e suas variáveis. Verificamos que o cômico é algo inerente e exclusivamente humano, uma vez que nada nos parece engraçado se não há qualquer semelhança com os comportamentos e figurações humanas. Chegamos à conclusão também de que o humor é social e, portanto, parte importante na construção das sociedades. Concluímos também que a ironia, ligada diretamente ao humor, é usada como recurso para provocar o cômico e, em consequência, usá-lo como artifício para incitar pensamentos críticos acerca de determinado tema.

Depois de analisar os principais conceitos de discurso e algumas características dele como gênero e estilo, direcionamos a nossa pesquisa para o campo específico do interesse do *corpus*, o jornalismo. Dentro da análise do discurso jornalístico, compreendemos que ele é resultado de uma mediação do jornalista entre o público e a realidade. Também verificamos que ele é uma construção social do mundo em que estamos inseridos e que, ainda que haja uma noção de ética ligada à profissão, a mediação implica em um processo que nem sempre é imparcial e totalmente isento de manipulação.

Por fim, nos dedicamos à análise do portal Sensacionalista e aos principais aspectos da sua estrutura, a fim de demonstrar a transgressão do gênero discursivo. Concluímos, portanto, que o Sensacionalista se utiliza do conhecimento dos artifícios do discurso jornalístico para transgredi-lo e, assim, criar um discurso novo, próprio, com base na crítica e no humor, para a construção de uma nova realidade social.

Após a pesquisa, é possível afirmar que o Sensacionalista abrange todos os conceitos citados no corpus. De maneira irreverente, o portal cumpre a proposta de ser “isento de verdade” e configurar no rol de veículos de humor. Ao resgatar as premissas do jornalismo, podemos concluir que o Sensacionalista está ligado ao gênero jornalístico pelo

pastiche, isto é, ele se propõe a imitar o jornalismo, mas utilizando um viés fictício e mentiroso. A paródia, a ironia e a mentira, misturam, ao mesmo tempo, a proposta das notícias e do veículo como um todo, uma vez que é possível identificar tanto na estrutura macro do site, quanto nas notícias, a existência de cada uma delas.

Ligado ao controverso e polêmico conceito de infotainment, este trabalho também mostra a linha tênue entre o jornalismo, o entretenimento e o infotainment. A partir dessas concepções, podemos afirmar que o Sensacionalista foi criado com o principal objetivo de ser um veículo humorístico, ainda que essa característica não o defina como sendo um produto que não pretende despertar o pensamento crítico e falar sobre questões muitas vezes importantes para a sociedade de maneira mais descontraída e sincera. Para isso, recorre a todos os conceitos que aqui colocamos, como a ironia, a mentira e o humor.

Considerando a proposta do veículo e a plataforma no qual ele está inserido, podemos acrescentar, ainda, que a pesquisa se enquadra no campo de marketing digital. Isso porque, traz para discussão e análise um tema relacionado ao campo da comunicação que usa como artifícios os principais pontos citados no trabalho para alcançar um público específico e propagar suas notícias, a fim de não só cumprir a proposta do veículo, mas se desenvolver enquanto lugar de fala para diversos públicos em ambiente digital.

7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AMARAL, Marcia Franz. *Sensacionalismo: inoperância explicativa*. Em *Questão*, Porto Alegre, v. 9, n. 1, p. 133-146, jan./jun. 2003

BAKHTIN, M. *Estética da criação verbal*. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

BARBOSA, Marialva; ENNE Ana Lucia Silva. *O jornalismo popular, a construção narrativa e o fluxo do sensacional*. *ECO.PÓS*, v.8, n.2, 67-87, ago./dez. 2005.

BERGÁRIA; Héveny Barbosa; CINTRA Kênia de Andrade; NASCIMENTO Talita Pereira. *FOLHA DE S.PAULO: uma análise do discurso jornalístico nos suportes internet e jornal impresso*. *Revista Eletrônica de Letras* (Online), v.7 , n.7, edição 7, jan-dez 2014

BERGSON, H. *O riso: ensaio sobre a significação da comicidade*. 2 Ed. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1983.

CHARAUDEAU, Patrick. *Discurso das mídias*. São Paulo: Contexto, 2009.

DARDE, Vicente William da Silva. *A estrutura do discurso jornalístico e sua contribuição para a construção social da realidade*. *Convenit Internacional (USP)*, v. 13, p. 05-16, 2013.

DEJAVITE, Fábila Angélica. “O poder do fait-divers no jornalismo: humor, espetáculo e emoção”. In: BARBOSA, Marialva (org.). *Estudos de Jornalismo* (I). Campo Grande, Intercom, 2001.

FAIRCLOUGH, Norman. *Discurso e mudança social*. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2001.

FREUD, Sigmund. *Os chistes e sua relação com o inconsciente [1905]*. Rio de Janeiro: Imago, 1980. v. VIII.

GERSON, Deborah Cattani. *Afinal, o que é pseudonotícia: Um estudo sobre o The i-Piauí Herold, o Sensacionalista e o Laranja News*. 2014. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. 2014.

GOMES, Itania Maria Mota. *O Infotainment e a Cultura Televisiva*. Disponível em: <<http://telejornalismo.org/wp-content/uploads/2010/05/O-Infotainment-e-a-Cultura-Televisiva-A-TV-Em-Transição.pdf>> Acesso em: 27/02/16

KUCINSKI, Bernardo. *Jornalismo na era virtual: ensaios sobre o colapso da*

razão ética. São Paulo: Fundação Perseu Abramo: Unesp, 2005.

_____. A paródia, um gênero transgressivo. In: MACHADO, I. L.; MELLO, R (orgs). *Gêneros: Reflexões em Análise do Discurso*. Belo Horizonte: NAD/FALE/UFMG, 2004. p.75-86.

MANFIO, Edio Roberto. *Dos discursos sobre o humor e seus deslocamentos: os sentidos do senso comum e os sentidos cristalizados*. 2006. Dissertação (Mestrado) – Universidade Estadual de Maringá. 2006.

MARQUES, Ester. Estruturas do discurso jornalístico. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/nordeste2008/resumos/R12-0528-1.pdf>> Acesso em: 20/11/2015.

MEDINA, Leonardo Cezar Correa. *Transgredindo o discurso jornalístico: A paródia nas reportagens de Ernesto Varela*. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Estudos Linguísticos da Faculdade de Letras da Universidade Federal de Minas Gerais. 2012.

MAINGUENEAU, Dominique. *Análise de textos de comunicação*. 2. ed. São Paulo: Cortez, 2002.

_____. *Novas tendências em análise do discurso*. 3. ed. Campinas: In House, Unicamp, 1997.

POSSENTI, Sírio. *Humor, Língua e Discurso*. São Paulo: Contexto, 2010.

PROPP, Vladimir. *Comicidade e riso*. São Paulo: Ática, 1992.

SILVA, Pollyanna Honorata. *Os gêneros jornalísticos e as várias faces da notícia*. 2007. Dissertação (Mestrado) – Instituto de Letras e Linguística da Universidade Federal de Uberlândia. 2007.

TRAQUINA, Nelson. *Teorias do jornalismo*. Florianópolis, SC: Universidade Federal de Santa Catarina: UFSC, 2005-2008.

VIANNA, Ruth Penha Alves. *A informatização da imprensa brasileira*. São Paulo: Loyola, 1992.