

UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA  
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL  
DEPARTAMENTO DE JORNALISMO

ISENTOS DE VERDADE: A NOVA SÁTIRA DOS JORNAIS DE MENTIRA

Carícia Temporal Soares Raposo de Oliveira

Orientadora: Prof. Dra. Zélia Leal Adghirni

BRASÍLIA – DF

DEZEMBRO DE 2011

Carícia Temporal Soares Raposo de Oliveira

ISENTOS DE VERDADE: A NOVA SÁTIRA DOS JORNAIS DE MENTIRA

Monografia apresentada à Faculdade de  
Comunicação da Universidade de Brasília  
como requisito parcial para obtenção do  
título de bacharel em Comunicação Social  
com habilitação em Jornalismo

Orientadora: Prof. Dra. Zélia Leal Adghirni

BRASÍLIA – DF

DEZEMBRO DE 2011

## Resumo

A proposta desta pesquisa consiste em estudar os "jornais" fictícios da internet, blogs ou portais que trazem manchetes e notícias falsas, e verificar seu enquadramento na categoria de sátira jornalística. As matérias apresentadas por estes veículos, apesar de não serem verídicas, se relacionam com humor com as notícias verdadeiras que estão na pauta do dia de toda a mídia. Esses tais jornais, a exemplo de *The Piauí Herald* (<http://revistapiaui.estadao.com.br/blogs/herald>) e *Sensacionalista* (<http://www.sensacionalista.com.br>), conquistaram grande audiência na web por serem extremamente ácidos nas sátiras de notícias. Estas fazem críticas pesadas às personagens da política e sociedade através das matérias inventadas com boa dose de cinismo e conhecimento do contexto apresentado nas matérias. Este trabalho procura justificar a inclusão deste formato como uma espécie moderna de sátiras já conhecidas na imprensa, como a charge.

Palavras-chave: sátira, humor, mentira, charge.

maior fama e alcance de leitores, público que também merece atenção especial, por não se tratar de leitores comuns.

Para que a comicidade dos blogs surta algum efeito no público, este deve possuir conhecimentos prévios a respeito dos fatos satirizados. No processo comunicativo entre o leitor e o blog, há uma necessidade de o primeiro estar familiarizado com o contexto que envolve as reportagens inventadas pelo segundo. A comicidade plena só é possível se o leitor puder compreender as referências às notícias atuais e contextualizadas a partir das quais é feita a sátira. Tais considerações permitem concluir que este humor não está, portanto, disponível para todo e qualquer público.

Dentro deste âmbito também é preciso levar em consideração os frequentes episódios em que reportagens inventadas por estes veículos com o objetivo de fazer humor ou sátira foram levadas a sério por leitores desavisados e até mesmo por outros veículos, que as reproduziram como verdadeiras sem a devida checagem. A publicação de fatos absurdos com aproximação da realidade suficiente para que se passem por verdadeiros revela a credulidade do público face à quantidade de escândalos e absurdos publicados todos os dias. A frequência com que o grotesco aparece na mídia, com a espetacularização da notícia, provoca uma espécie de banalização do absurdo na sociedade, que se habitua a encarar com normalidade acontecimentos dos mais disparatados. O significado da existência desses veículos – ora autodenominados jornais fictícios, ora sites de entretenimento – em uma sociedade cada vez mais descrente na seriedade dos acontecimentos políticos do país é tema para pesquisa e debate de maior amplitude.

Este trabalho, portanto, tem como proposta apenas iniciar esta discussão, procurando demonstrar que estes blogs irreverentes utilizam-se da sátira para ridicularizar e expor as fraquezas e defeitos dos acontecimentos e personagens da mídia. E, por estes motivos, comparáveis à sátira jornalística feita na imprensa ao longo dos anos por meio do desenho, com charges e caricaturas. Para isto, recorreremos aos teóricos do humor, da sátira e da paródia para compreendermos um pouco da origem da comicidade nos textos. Também buscaremos nos pensadores do jornalismo definições e conceitos que possam delinear melhor as formas de sátira na imprensa – principalmente a charge. Este tipo de humor se faz presente na imprensa brasileira desde seu início, detentor de enorme poder e características opinativas, embora muito mais subjetivas que os sisudos artigos opinativos que recheiam as páginas dos jornais a eles designadas.

## SUMÁRIO

### INTRODUÇÃO

#### 1. O HUMOR E O RISO

2.1 A comicidade e o homem

2.2 A sátira

2.3 A sátira nacional

2.4 A paródia

2.5 A mentira

#### 2. O HUMOR E A IMPRENSA

3.1 A charge, o *cartoon* e a caricatura

#### 3. JORNAL DE MENTIRA, SÁTIRA DE VERDADE

4.1 *Sensacionalista: um jornal isento de verdade*

4.2 *The i-Piauí Herald: o blog do diário mais elegante do Brasil*

#### 4. A NOTICIABILIDADE DO ABSURDO

4.1 Entre dois gêneros

4.1.1 *Os fait divers*

4.1.2 A opinião séria em tom de brincadeira

4.2 Elementos do formato de publicação e do texto jornalístico

#### 5. O PAPEL DO PÚBLICO

#### 6. ESTUDO DE CASO

#### 7. CONCLUSÃO

BIBLIOGRAFIA

## 1. INTRODUÇÃO

Dentro dos critérios estabelecidos ao longo dos anos para a formação da prática jornalística que conhecemos hoje, histórias de conteúdo impressionante, impactante e absurdo tem alto valor notícia. Não é raro de se encontrar manchetes escabrosas anunciadas nos telejornais, ou estampadas nas capas dos diários impressos e online. Muitos destes acontecimentos, principalmente políticos, são tão disparatados que tem forte apelo cômico, muitas vezes soando como se fossem falsos, tamanha a incredulidade do público ante os fatos narrados.

Historicamente, acontecimentos como estes são fonte de diversão quando utilizados como matéria-prima para a construção de sátiras e paródias das situações reais noticiadas. As charges, as caricaturas e os *cartoons* em geral desempenham o papel de satirizar personagens políticos e pessoas públicas que aparecem em pauta na mídia com o objetivo de entreter o leitor. Essas sátiras são publicadas pelos próprios noticiários para atrair a atenção do público. A comédia é elaborada a partir da própria notícia e por isso, transforma acontecimentos sérios em humor, quebrando a monotonia do jornal ou noticiário, que se vale desta comicidade para opinar de maneira criativa e irreverente, além de despertar maior interesse no público.

É neste contexto do humor na notícia que surge um possível novo formato de sátira na imprensa: os jornais fictícios da internet, produzidos com o objetivo de satirizar as manchetes do dia com matérias de fato, absurdas e totalmente falsas. É discutível a denominação destes espaços de jornais, uma vez que as informações divulgadas deliberadamente não correspondem à realidade, princípio fundamental do jornalismo. Porém, estes pseudo-jornais, apesar de não noticiarem acontecimentos reais, seguem todas as regras fundamentais do texto jornalístico trabalhadas nas suas pseudo-matérias de maneira idêntica aos noticiários que veiculam a verdade. Neste trabalho, será conveniente denominá-los blogs satíricos.

O objetivo aqui será entender de maneira mais profunda este novo formato, estudando a origem da comédia apresentada nestes veículos. Este trabalho propõe-se também a verificar se os blogs satíricos podem ser assim chamados, ou seja, se de fato, se configuram em um novo formato de sátira na imprensa, análogo às já mencionadas charges e caricaturas. Os dois blogs escolhidos para a análise foram *Sensacionalista* (<http://www.sensacionalista.com.br>) e *The i-Piauí Herald* (<http://revistapiaui.estadao.com.br/blogs/herald>) aqui selecionados pela

Em suma, este trabalho pretende estudar e discutir a inserção dos jornais fictícios na web na categoria de sátira jornalística e suas íntimas relações com as notícias em pauta na mídia, sem as quais a paródia não seria possível. Para alcançar este objetivo, a análise abarcará oito textos publicados em dois sites escolhidos. Os falsos eventos noticiados contêm elementos que chamam a atenção do leitor, como esporte, política, cultura e comportamento. Outros componentes da comicidade também serão discutidos, levando em conta conceitos dos teóricos apresentados na bibliografia deste estudo.

Entre eles, a necessidade da contextualização do público alvo, a quem os sites visam entreter e fazer rir. Nesse âmbito, podemos entender que os textos publicados nos jornais fictícios não são meras invenções sobre qualquer fato social. Eles estão inseridos em um contexto de acontecimentos atuais sobre os quais o público alvo deve estar bem informado para que a comicidade se faça e o humor produza algum sentido. Caso contrário, o desconhecimento do público pode ocasionar um mal entendido capaz de levar o leitor desavisado a acreditar na falsa notícia. Dentro desses casos, serão analisados também alguns exemplos em que as notícias satíricas e mentirosas foram levadas a sério por leitores e outros veículos, que as reproduziram como verdadeiras e examinaremos também que conseqüências o mal entendido ocasionou.

É importante ressaltar também um dos principais elementos da comicidade no objeto do presente estudo, configurado na extrema semelhança dos textos publicados nos blogs com as matérias comumente encontradas em veículos que produzem notícias verdadeiras. Este trabalho resalta também a importância do contexto de maior democracia e pluralidade de opiniões da internet para a consolidação do sucesso dos sites aqui analisados. Após algumas décadas, a web se consolidou dentro do jornalismo, construindo normas e manuais próprios que, como veremos adiante, também são obedecidos pelos blogs satíricos estudados.

Um dos objetivos desta análise é procurar classificar e categorizar novos formatos de informação e entretenimento que, embora não se constituam de uma notícia propriamente dita, dialogam e se relacionam com ela com o objetivo de emitir uma opinião ou juízo de valor de quem a escreve. Para isso, levaremos em consideração a íntima relação desses blogs com a charge e outros formatos que extrapolam o real com o objetivo de criticar alguém ou um acontecimento utilizando conceitos de Vladimir Propp, Aristóteles, Nicolai Hartmann, Henri Bergson e Malcolm Silverman para compreender o humor e a sátira. Além disso, recorreremos a Nelson Traquina, José Marques de Melo, Francisco Assis e Luiz Gonzaga Motta

para também estudar e comparar as estruturas utilizadas nos textos das matérias inventadas com as estruturas dos jornalísticos de acordo com os manuais de redação. A semelhança entre as duas orientará a construção dos sentidos para o reconhecimento do público que vê nos blogs aqui examinados elementos identificadores de um portal de notícias, que é a essência da paródia e da comicidade.

## 2. O HUMOR E O RISO

Para analisar o conteúdo de humor e sátira dos textos selecionados nos blogs *Sensacionalista* e *The i-Piauí Herald*, faz-se necessário compreender o que vem a ser cada um desses conceitos de humorístico, cômico e satírico. Para que se possa entender que tipo de conteúdo satírico existe em um formato ou material, é preciso que retornemos ao entendimento da sátira e do humor propriamente dito. E no princípio de tudo, está o riso. É consenso entre os teóricos da comicidade a condição essencial para que exista o riso, a existência do homem que ri.

Para Vladimir Propp (PROPP, 1976), a comicidade e o humor só podem existir em conjunto com o homem. Os animais podem sorrir, no entanto, somente o riso do homem é completo em seu sentido. Para Aristóteles, em seu tratado sobre a alma, “de todos os seres vivos, somente ao homem é dado rir”. Propp leva em consideração que o conceito de humor foi frequentemente definido por diversas estéticas diferentes. Ele afirma que podemos entender o humor, em sentido lato, como “a capacidade de perceber e criar o cômico” (PROPP, 1976). Mesmo assim, cômico e humor não são conceitos que se confundem, não se trata da mesma coisa. Para isto, Nicolai Hartmann escreve que “cômico e humor estão naturalmente ligados entre si, mas não coincidem de maneira alguma, mesmo que formalmente sejam paralelos” (HARTMANN, 1958).

A comicidade e o próprio cômico se configuram, de maneira mais abrangente, na arte de fazer rir, onde a intenção é apenas essa e os recursos empregados para este fim podem ser inúmeros. Já o humor tem o mesmo objetivo de fazer rir, mas geralmente o recurso utilizado para o riso é a crítica. Humor também pode ter outras designações, como uma espécie de ânimo, o estado de espírito de um indivíduo. Há também diversos tipos de humor, nos quais nem sempre a crítica tem um objetivo maldoso ou maledicente. Para diferenciá-las, Propp propõe uma divisão entre os vários tipos de riso que existem, classificando um tipo diferente do humor, que não tem um objetivo cruel:

“O humor é aquela disposição de espírito que em nossas relações com os outros, pela manifestação exterior de pequenos defeitos, nos deixa entrever uma natureza internamente positiva. Este tipo de humor nasce de uma inclinação benevolente.” (PROPP, 1976)

O tipo de riso descrito então é classificado como o “riso bom”, em que os pequenos defeitos são apresentados de maneira perdoável e só embaçam o lado positivo e atraente daquele de quem se ri. A crítica é leve e não faz mal algum. Este tipo de riso ajuda o autor a compreender o seu oposto, que nos atrai maior atenção no presente trabalho: o “riso mau” ou “maldoso”. Neste tipo, segundo Propp, os defeitos, mesmo que às vezes só aparentes, imaginados ou inventados, são sempre aumentados, inflados, alimentando sentimentos maldosos de maledicência, aproximando-se do escárnio.

Propp defende que este tipo de riso não suscita real simpatia, ele é um riso pseudotrágico, às vezes tragicômico. Aproxima-se do riso cínico, por originar-se de sentimentos ruins. Escreve Propp “o riso maldoso está ligado a defeitos falsos e o riso cínico prende-se ao prazer pela desgraça alheia.” O autor estabelece ainda outros tipos de riso, como o alegre. Este é, muitas vezes, sem causa precisa. Pode se originar dos pretextos mais insignificantes como o riso de um bebê ao nascer. O riso alegre, diferente dos outros, não está ligado a algum defeito, verdadeiro ou imaginário de quem ri ou de quem se ri.

Dentro da proposta deste trabalho, vamos nos concentrar no riso mau e de zombaria. Estes concentram maior acidez na crítica, o que constitui a base da comicidade da sátira. O riso de zombaria é o mais freqüente e é o que será examinado mais a fundo, devido à sua relação próxima com os objetivos da sátira analisada: a exposição dos defeitos e da desgraça alheia. Os defeitos são aumentados e inflados em sua cópia, paródia ou sátira, para que se possa rir do reconhecimento despertado em quem o observa. O objeto que satiriza – os blogs estudados – expõe os defeitos das personagens retratadas na imprensa de fatos verdadeiros de maneira caricaturesca, de forma a aumentá-los, suscitando essencialmente, o riso maldoso.

## 2.1 A comicidade e o homem

O riso e o humor são inerentes ao homem e o acompanham desde os primórdios. A situação em que menos se espera que se torne humorística pode ser cômica em muitos aspectos. Como explica Vladimir Propp

“É possível rir do homem em quase todas as suas manifestações. Exceção feita ao domínio dos sofrimentos, coisa que Aristóteles já havia notado. Podem ser ridículos o aspecto da pessoa, seu rosto, sua silhueta, seus movimentos. Podem ser cômicos os raciocínios em que a pessoa apresenta pouco senso comum; um campo especial do escárnio é constituído pelo caráter do homem, pelo âmbito de sua vida moral, de suas aspirações, de seus desejos e de seus objetivos. Pode ser ridículo o que o homem diz, como manifestações daquelas características que não eram notadas enquanto ele permanecia calado. Em poucas palavras, tanto a vida física quanto a vida moral e intelectual do homem podem se tornar objeto de riso.” (PROPP,1976)

Dando continuidade a esse raciocínio, depreende-se que não há humor sem o homem, o que Hartmann explicou: “A comicidade no sentido estreitamente estético não pode existir sem o humor do sujeito.” (HARTMANN, 1958) Propp conclui assim que o cômico sempre estará ligado, direta ou indiretamente, ao homem. Isso se deve ao fato de que a comicidade está relacionada à vida intelectual. Apesar disso, manifestações da vida emocional e volitiva serem possíveis também aos animais, como exemplifica Propp com a idéia de um cão grande e forte fugindo de um gato pequeno e valente que se volta contra ele por estar sendo perseguido. Mesmo assim, afirma Propp, “isto provoca o riso porque lembra uma situação possível também entre os homens.”

Entre os comuns elementos utilizados para se fazer humor, a comparação entre o homem e o animal se faz com o objetivo de depreciar o objeto do riso, ridicularizando-o através da exposição de uma característica (mais frequentemente um defeito) comparável ou compatível a de um animal ou objeto. Propp descreve estas comparações cômicas lembrando que a similitude com animais aos quais não são atribuídas qualidades negativas (a águia, o falcão, o cisne, o rouxinol) não provoca o riso (PROPP, 1976). Por isso, apenas os animais a que se atribuem características negativas são úteis para comparações humorísticas e satíricas.

Estes atributos lembram qualidades análogas do ser humano e, por este motivo, chamar ou comparar alguém a um animal é uma das formas mais difundidas de injúria cômica.

A comparação entre homem e animal vem, na maioria das vezes, de elementos semelhantes da aparência. Assim, aspectos físicos de alguém podem ser análogos às características de um animal. Isto se explica pelo fato de ser o corpo humano fonte de riso em função da aparência deformada em muitos casos. Um exemplo comum é o da gordura. Não raro encontramos peças cômicas que fazem alusão a animais ou objetos grandes e largos para rir de um corpo obeso ou transformar a gordura em fonte de graça. Segundo Propp, apesar da constância com que o riso da gordura aparece na vida em sociedade e em obras famosas, nem sempre a comicidade vem da obesidade com fim nela mesma. “É sabido por todos que os gorduchos costumam parecer ridículos. Antes, porém, de tentar dar uma explicação para este fato, é preciso ver em quais circunstâncias isso é ou não verdade.” (PROPP, 1976)

O autor russo defende que nem todas as manifestações da natureza física da pessoa são engraçadas. Existem gordos que não fazem rir. Para exemplificar, Propp afirma que apesar de do escritor francês Honoré de Balzac ter sido um homem de considerável obesidade, sua corpulência não suscita o riso de maneira alguma, tamanha era sua força espiritual. Propp afirma ainda que mesmo a escultura de Auguste Rodin que representa o pensador francês nu, a figura deformada não parece ridícula ou engraçada. “Quando o princípio espiritual prevalece sobre o físico, não ocorre o riso” (PROPP, 1976).

Da mesma forma, o caso inverso, da obesidade por si só, também não motiva risadas. Um homem obeso que vai ao médico se consultar e tratar da doença, não inspira o riso, por se tratar de uma enfermidade, que causa sofrimento ao paciente. Este caso, enquadra-se na exceção feita pelo próprio autor da comicidade no domínio dos sofrimentos, que não são ridicularizados. “A comicidade, portanto, não está nem na natureza física nem na natureza espiritual do doente. Ela se encontra numa correlação entre as duas, onde a natureza física põe a nu os defeitos da natureza espiritual” (PROPP, 1976).

“É cômica qualquer manifestação do aspecto físico da personalidade, quando o problema diz respeito a seu aspecto espiritual” (BERGSON, 1900, apud Propp). Fazer graça com a aparência física da pessoa, portanto, produz efeito quando o riso é utilizado para expor aspectos da sua personalidade ou atitudes, quase sempre com a intenção de criticar essas ações por meio da correlação com defeitos da aparência.

## 2.2 A sátira

A conceituação de um dos termos chave para as análises deste estudo constitui-se historicamente, em uma série de discordâncias entre autores. A sátira possui definições em larga escala que, embora se aproximem, permitem que englobemos dentro do seu campo semântico inúmeros exemplos que não nos servirão neste trabalho. O único consenso entre os teóricos recentes é a dificuldade de definir um conceito único para ela e por este motivo, segundo o crítico literário Peter Petro (PETRO, 1982), muitos críticos se referem à sátira como o Proteus da literatura, fazendo uma referência ao personagem da Odisséia, de Homero<sup>1</sup>. Na obra, Proteus era o “velho do mar” com poder de assumir diferentes formas.

Também seguindo esta linha, Jürgen Brummack afirma que a sátira “não se deixa mais definir” (BRUMMACK, 1971) e que sua amplitude semântica nos permite diversas classificações. Dentre as conceituações descritas por Brummack, vamos nos deter em uma em particular, que se encaixa nas formas satíricas mais ligadas ao seu modelo na imprensa como conhecemos, que aos moldes literários. Escreve o autor:

“O termo remete a uma determinada maneira de perceber a realidade e à expressão dessa forma de percepção. Sob essa última perspectiva, “sátira” pode assumir vários significados.” (BRUMMACK, 1971)

Dentro desta classificação, o autor enumera três significados distintos aplicáveis à imprensa e à literatura clássica e moderna.

1 - No uso cotidiano, pode referir-se a qualquer imitação troceira e irreverente. É comum, por exemplo, ouvir nos noticiários de televisão quadros dedicados à sátira política.

2- Em literatura, o termo pode referir-se a qualquer obra que procure a punição ou ridicularização de um objeto através da troça e da crítica direta; ou então, a meros elementos de troça, crítica ou agressão, em obras de qualquer tipo.

3 – A partir deste último significado, ainda bastante amplo, é que a teoria da literatura atribui um sentido mais específico à sátira, qual seja o de representação estética e crítica daquilo que se considera errado (contrário à norma vigente). Isso implicaria, na obra, a intenção de atingir determinados objetivos sociais. (BRUMMACK, 1971)

---

<sup>1</sup> A Odisséia é um dos principais poemas épicos de Homero, poeta da Grécia Antiga. O poema relata o retorno de Ulisses, ou Odisseu, após a Guerra de Tróia. A obra é considerada como sequência da Ilíada, poema mais famoso do autor.

As três significações aproximam-se do que fazem hoje o *Sensacionalista* e *The i-Piauí Herald*. A imitação que fazem de portais de notícias, copiando de maneira irreverente as feições dos jornais online enquadra-se em (1) da mesma forma que a charge apresentada nos noticiários mencionados pelo autor e também impressas nos jornais de papel. A sátira política é, nesses exemplos, o formato mais comum de criticar por meio do humor. Como visto anteriormente, o humor nestes casos tem a intenção de rir de um defeito, apontando-o e aumentando suas dimensões com o objetivo de criticar.

A partir daí reconhecemos facilmente um dos elementos descritos por Brummack em (2), quando há na sátira a intenção de ridicularizar para criticar. A troça, no caso dos blogs, é direcionada aos personagens das matérias. É importante deixar claro que, embora os textos e o site sejam uma paródia aos portais jornalísticos, não são estes os alvos específicos da agressão. Os verdadeiros objetos do riso e da crítica, nestes casos, são as pessoas de quem os textos falam. A representação estética mencionada em (3) é a de um jornal, mas os objetivos sociais, quando existem, se revelam nas troças e críticas direcionadas aos personagens sociais da política, por exemplo.

De acordo com José Luiz Braga em sua análise do humor em oposição ao regime militar brasileiro, a sátira é uma categoria humorística que tem o máximo de eficiência. Para ele, o humor serve aos artigos sérios porque aguça a percepção em busca de subentendidos. Ele também defende que a descoberta desses implícitos proporciona um “prazer lúdico próximo ao prazer do riso”. (BRAGA, 1991) Durante a época do Pasquim<sup>2</sup> esse recurso era de grande valia, uma vez que não se podia atacar diretamente o regime e então se ridicularizava outros fatos sociais. Em especial, a moral e os costumes da classe média, pessoas não ligadas diretamente ao sistema e problemas urbanos.

---

<sup>2</sup> O Pasquim foi um semanário brasileiro editado entre 1969 e 1991 com linha editorial de oposição ao ditadura militar. Com matérias irônicas e textos engraçados, a publicação é considerada uma das maiores formas de resistência da imprensa contra a censura do regime.

### 2.3 A sátira nacional

A política e os comportamentos sociais se constituem principal alvo da moderna sátira brasileira. Principalmente no período após o Regime Militar instaurado no país em 1964, autores do Brasil se valeram da sátira como instrumento de opinião e protesto. A sátira neste período – e o próprio humor em si – constituiu-se da principal arma para dar voz aos artistas e jornalistas contra a forte censura que prevaleceu durante os anos de chumbo. Ao estudar a obra de mais de cem autores entre romancistas, contistas, cronistas, chargistas, humoristas e críticos literários do período pós-64, o crítico literário estadunidense e brasilianista Malcolm Silverman descreve diversos tipos satíricos constantes nessas obras e presentes até hoje nas sátiras brasileiras, incluindo os novos modelos aqui estudados.

Também Silverman descreve a sátira como um conceito esquivo de definições precisas. Para ele, é válida a sustentação de Northrop Frye, que resume o campo da sátira na seguinte afirmação: “duas coisas são essenciais para a sátira: uma é a graça, ou o humor; a outra, um objeto para ser atacado” (FRYE, 1944, apud SILVERMAN). Dessa maneira, o autor assume ser a crítica e o humor inerentes à sátira. Escreve Silverman ao concordar com a definição de Gilbert Highet, mais ampla que a de Frye:

“A sátira torna-se uma descrição de uma situação absurda ou dolorosa, ou de uma pessoa ou grupo tolo ou pernicioso, relatada numa linguagem descompromissada e frequentemente afastada do convencional. (Gilbert) Highet chega a incluir, logicamente, qualquer autor que usa amiúde tais ‘armas típicas’ como a ironia, o paradoxo, a antítese, a paródia, os coloquialismos, o anticlímax, temas atuais, a obscenidade, a violência, a vivacidade e o exagero. A sátira, além do mais, deve passar ao leitor, inevitavelmente, como uma combinação de deleite e desprezo.” (SILVERMAN, 1987)

De acordo com estas colocações, Silverman analisa a maior parte da prosa de protesto brasileira contemporânea, “cuja pungência satírica cresceu bastante no último quarto de século, especialmente durante os períodos mais repressivos que sucederam à Revolução de 1964.” O objetivo do autor ao estudar o fazer satírico na literatura brasileira consistiu em levar a tona as matizes especificamente brasileiras da sátira nacional que persegue principalmente a insensatez humana e as deficiências em todas as esferas da sociedade. A

partir dos modelos e dos trechos e obras estudados pelo autor americano brasilianista, este estudo irá procurar identificar nos blogs aqui analisados, os mesmos elementos satíricos verificados por Silverman em excertos literários.

A pesquisa de Malcolm Silverman adota um enfoque temático, separando as análises em categorias satíricas comumente encontradas nos textos selecionados e inconfundivelmente inerentes ao humor brasileiro: ácido e até autodepreciativo em muitos momentos. O primeiro elemento analisado por Silverman é a dicotomia ricos X pobres, muito freqüente nas construções humorísticas brasileiras por causa do imenso abismo social e a desigualdade que existe em nosso país.

De acordo com o autor, “obras que expõem as contradições típicas de um país que, segundo Flávio Rangel, tem o ‘surrealismo de um país descalço que exporta sapatos.’” (RANGEL apud Silverman) A comparação entre classes sociais, colocando a nu diferenças econômicas, culturais, ou de prioridades (para os pobres, alimento, para os ricos, roupas e acessórios). Esta dicotomia sócio-econômica funciona contrastando ricos e pobres por meio de estereótipos traçados a respeito de cada grupo social. Assim, as antíteses sempre parecem mais exageradas nas peças cômicas do que de fato o são. Podemos observar que muito da sátira descrita por Silverman consiste no exagero cômico dos defeitos e dos estereótipos, elementos que não faltam no cenário político e social brasileiro.

As disparidades podem envolver diversas características dos hábitos dos mais e dos menos abonados. A habitação é uma delas. Analisando o trecho de um comentário proferido por um personagem de Chico Anysio em “A cidade perfeita”, Silverman faz a análise das disparidades presentes. Eis o excerto:

“Afinal, no Brasil há tanta gente dormindo na rua que fazer casas talvez fosse um rendoso empreendimento. Lembro-me de ter dito isso ao Sérgio Dourado não sei se na casa do Gomes de Almeida ou se na mansão do Fernandes. E, não esqueçamos, é mais fácil encontrar quem precise de uma casa do que de uma cidade.” (ANYSIO, 1979, apud SILVERMAN)

De acordo com Malcolm Silverman a disparidade habitacional do trecho é reforçada pela justaposição de termos extremos antagônicos como rua e mansão, desabrigados anônimos e magnatas da especulação imobiliária. A antítese de ricos e pobres é um tema

recorrente na literatura brasileira, incluindo a comicidade. Segundo Silverman, o fato de o Brasil ser um país de paradoxos reforça a idéia.

Ainda explorando a condição econômica da população, outro elemento satírico é a referência à pobreza. As condições de miséria são com freqüência retratadas com ironia, desumanizados e oprimidos. O famoso dito, proferido por Ziraldo de que os pobres são tão amaldiçoados que ao derrubar um pão no chão – caso tenham algum – este cai com o lado da manteiga virado para baixo, ilustra a tendência a estereotiparem a vida do pobre como algo tão insuportável que é cômico o conformismo com que eles próprios encaram sua existência. “E quando um político demagogo se posiciona pela pena de morte, é contestado: ‘Pra quê, se já temos aí a pena de vida!?’” (SILVERMAN, 1987)

A fome, a mendicância, o salário mínimo e a situação de abandono infantil são temas explorados pela sátira da pobreza. Embora sejam situações de risco, próximas ao sofrimento do qual Propp afirmou não ser possível achar graça, a pobreza é encarada com conformidade pelo humor brasileiro, famoso pelo hábito de rir da própria desgraça como crítica, que, como vimos, está presente em toda sátira. A crítica está presente por exemplo, neste trecho de *Milagre do Brasil* (cujo próprio título é uma paródia), de Augusto Boal, destacado por Silverman. “As quatro estações do ano são: outono, primavera, verão e meningite” escreve Boal, parafraseando um jornal que afirmava em tom sério que era muito fácil evitar a epidemia. Todos apenas deviam “comer muita carne, muitas verduras e tomar muito leite e muito suco de frutas.” O paradoxo e o humor negro aqui são visíveis pela impossibilidade de grande parte da população de obter esses alimentos com fartura.

Segundo Silverman, na sátira, o pobre ri e se orgulha da própria desgraça. O cartunista Edgar Vasquez e seu personagem anti-herói Rango bastam para exemplificar a afirmação. Sentado sobre uma lata de lixo vazia, o filho grita: “Olhai paiê! RASPEI O PRATO!” enquanto o próprio pai afirma não agüentar mais “comida enlatada” (VASQUEZ apud Silverman).

Contudo, enquanto os pobres penam para rir, a comicidade que reside nos hábitos burgueses consiste em uma sátira que critica os próprios agentes sociais e não apenas sua condição de vida. Os grã-finismos, excessos e a hipocrisia burguesa tem sido associados aos piores defeitos da sociedade. A própria denominação de um grupo social “burguesia” já consiste em uma crítica, tal a descrição que engloba exageros de todos os comportamentos

mesquinhos, transformando-a “numa grotesca caricatura das normas aceitáveis (pela classe média). A industrialização acelerada do Brasil, aliada à sua distribuição assimétrica de renda, criaram, ambas, uma elite e uma aspirante a elite cuja interação social inspira tanto humor quanto desprezo” (SILVERMAN, 1987).

Para o autor, os excessos da burguesia são identificados com a hipocrisia, o reles materialismo e o hedonismo desenfreado, além da ostentação e a imitação ridícula estrangeira. Para a burguesia brasileira, explica Silverman, o que é estrangeiro é chique, refinado, superior. Para ele, “a espécie brasileira distingue-se um tanto à parte, se não acima; e, ironicamente, tal distinção deve-se não a alguma autoctonia intrínseca, mas a um mimetismo extrínseco do modelo exterior” (SILVERMAN, 1987).

As influências americanas na cultura e na própria identidade nacional também se constituem em um alvo de piadas satíricas. Flávio Rangel observa que “Deus, como se sabe, é brasileiro, embora a oposição diga que está morando nos Estados Unidos” (RANGEL apud SILVERMAN). Representada na latinha vermelha de Coca-Cola, o imperialismo exercido pela cultura americana sobre a brasileira aparece frequentemente como objeto do riso e da sátira. Malcolm Silverman escreve que “a dominação econômica americana é copiosa, suas distorções da vida real (da realidade brasileira) são parodiadas por toda parte.”

Não só os brasileiros perante aos estrangeiros, como também os próprios gringos são retratados com seus estereótipos pela sátira. A estupidez permanente ou o comportamento inescrupuloso permeiam o imaginário popular e as representações satíricas dos endinheirados estrangeiros. Neste contexto, entram as comichões do vocabulário importado, da majestade das multinacionais e dos ídolos estrangeiros cultuados aqui.

A idéia da magnitude estrangeira (no caso dos países ricos, em especial, dos Estados Unidos) pode também ser usada para reforçar o sentimento de inferioridade nacional. Malcolm Silverman destaca que, dentre os principais objetos satíricos brasileiros figura o orgulho nacional, elemento cômico mais importante para a análise proposta por este trabalho.

“O próprio conceito de orgulho nacional pode provocar lágrimas nos olhos de muitos brasileiros... de tanto rir. É verdade que é o maior país do continente mas, como relatado em Milagre no Brasil, o superlativo também quebra recordes em categorias tão pavorosas como a meningite, a subnutrição e o analfabetismo, enquanto o alcandorante aumento populacional é descartado

com a aceitação do duplo sentido de ‘aqui se fode muito...’” (SILVERMAN, 1987)

O complexo de inferioridade nacional é destacado por Silverman em dos capítulos de *Moderna Sátira Brasileira* (1987) por ser alvo de destaque entre as motivações satíricas da literatura chamada tupiniquim. O próprio termo tupiniquim conota crítica ao país já que o povo daqui, ao contrário dos orgulhosos americanos – que exibem com orgulho roupas em azul, vermelho e branco –, tem vergonha e mania de ofender e rebaixar tudo o que vem do próprio país. Tal hábito vem de longa data, como observamos no livro:

“Tanto cronologicamente quanto historicamente, esta autoflagelação do coletivo pelo individual tem suas raízes modernas – na certa podres – no século XVI: ‘E o Cabral, coitado, caiu em desgraça no reino... talvez por ter oficializado o descobrimento deste abacaxi do tamanho de um bonde, mais tarde chamado Brasil’” (FIGUEIREDO apud Silverman)

Uma anedota de Ziraldo vem complementar esta idéia: “Parece que Cabral estava adivinhando. O cara da gávea chegou para ele e avisou: / – Cabral, avistamos um monte! / E ele perguntou logo: – De quê?” (ZIRALDO apud Silverman) A ideia do paraíso-inferno presente está implícita em muitas obras, cujas críticas perpassam a política, a economia, os costumes e a cultura brasileira. Cultura esta que é, inclusive, descrita em geral de forma caricaturesca: “Parece que o povo tem um respeito incrível por livrarias, não gosta de entrar” (SANT’ANNA, apud Silverman). Segundo o autor, o estereótipo de samba, feijoada e futebol engloba “uma trindade que resume toda a situação da (a)cultura.”

Sem dúvida o próprio país e suas mazelas são o alvo preferido das sátiras e com elas, de críticas ácidas e mordazes. A política, como veremos, é o principal alvo. Apesar das mazelas sociais e dos personagens caricatos que habitam nossa sociedade, é na política que reside o cerne de todas as críticas. A culpa é dos governantes que, no caso brasileiro, usualmente aparecem na imprensa envolvidos em algum esquema torpe de corrupção. Isto nos leva a outro tópico analisado por Silverman: o ambiente político e os políticos.

“Quanto ao parabólico ‘O elefante’, de Sérgio Porto, não existem dúvidas: a ironia, junto com o humor contido, desanca todo o cenário político. Primeiro, o paquiderme-título chama-se Brasil, e, como tal, propicia repetidos trocadilhos. Ocorre que o Brasil é confiscado de repente por autoridades ferroviárias

quando seu frete não é pago pelos funcionários de circo responsáveis por ele (“...parlamentavam lá dentro... sem se importarem com o Brasil, que pastava lá fora”[PP. 106-107]) Apropriadamente, como se observa o narrador, “O Brasil chegou às margens do Ipiranga num dia 7 de Setembro, às 18:22, hora local” (p. 112). É prontamente abandonado, “preso e quieto, muito conformado” (p.116).

Os maus tratos metafóricos deste tipo de anedota têm autores específicos, escrachados nas obras satíricas: os governantes. A quantidade e variedade de personagens políticas é imensa, embora todas caibam “entre os perímetros limitados da hipocrisia, da incompetência e da corrupção. Não admira, portanto, que não seja tão absurda a discussão de um Campeonato Nacional de Vaias. Afinal, “Todo governante deve ter assegurado seu direito à vaia que lhe é específica”; a maioria deles sendo, ipso facto, totalmente “vaiáveis” (RANGEL apud Silverman).

## 2.4 A paródia

Segundo Vladimir Propp, a paródia consiste em um exagero cômico da imitação. O autor cita uma definição de Boriév: “Uma reprodução exageradamente icônica das peculiaridades características individuais de forma deste ou daquele fenômeno que revela sua comicidade e reduz seu conteúdo.” (BORIÉV apud PROPP) Propp contesta: para ele, a paródia nem sempre contém um exagero, o que ele considera próprio da caricatura.

“A paródia consiste na imitação das características exteriores de um fenômeno qualquer da vida (das maneiras de uma pessoa, dos procedimentos artísticos etc), de modo a ocultar ou negar o sentido interior daquilo que é submetido à parodização.” (PROPP, 1976)

Para exemplificar, Propp cita uma passagem do conto “A noite antes do julgamento”, de Tchékhev. No trecho destacado, um homem que se passa por médico ao pernoitar numa estação de posta ao lado de uma bela mulher adoentada. Ele a examina e prescreve a seguinte receita:

Rp.  
 Sic transit 0,05  
 Gloria mundi 1,0  
 Aquae destillatae 0,1  
 Uma colher de mesa de duas em duas horas  
 P/ a sra. Siélova  
 Dr. Záitsev

Ao analisar a passagem, Propp afirma que “é dada toda a aparência de uma receita como todos os seus dados exteriores. Há a fórmula sacramental Rp. (isto é, *recipe, tome*), há denominações latinas e números fracionários que indicam a quantidade e proporções, existe a dose, está dito que é necessário diluir o remédio em água destilada e quando tomar, aparece indicado também para quem a receita foi prescrita e quem a prescreveu; só está faltando o principal, ou seja, em que consiste o conteúdo da receita, não há indicação de remédios. As palavras latinas não mencionam um remédio, mas constituem um ditado latino: *Sic transit* – assim passa, *gloria mundi* – a glória do mundo.”

O exemplo dado pelo autor nesse caso dialoga perfeitamente com o objeto deste trabalho. Assim como a receita prescrita pelo falso médico, os blogs de notícias falsas

apresentam a forma e a aparência idênticas ao de um portal de notícias comum. Existe nos textos a preocupação com o lide, informação principal da matéria, a notícia em si resumida. O lide aparece nos textos pseudo-jornalísticos dos blogs em questão no começo do texto, abrindo o primeiro parágrafo, como manda a principal regra da construção da notícia. É possível identificar nesses textos a presença e a recorrência de algumas das estruturas básicas e clássicas do texto jornalístico, que veremos mais adiante.

Embora em muito se assemelhem a este formato cômico, os blogs aqui examinados não se encaixam exatamente como paródia. É importante ressaltar para quem afinal é direcionada a comicidade destes veículos. Propp afirma que a paródia é cômica somente quando revela a fragilidade interior do que é parodiado. Mas embora o objeto da parodização dos blogs sejam os jornais de notícias verdadeiras, o objetivo principal não chega a ser a crítica ao jornalismo em si, os jornalistas ou mesmo os veículos noticiosos. As críticas das sátiras apresentadas dirigem-se mais aos personagens das matérias e às situações em que estiverem envolvidos no momento. Pessoas públicas passíveis de se envolverem em situações embaraçosas. Desta maneira, podemos entender que a paródia em questão imita as características exteriores dos jornais e portais de notícias online, mas o resultado humorístico alcançado não se resume a uma mera crítica a estes noticiários. A paródia ocorre de modo a ocultar ou negar o sentido do objeto retratado nas matérias, ou seja, uma crítica irreverente à própria sociedade em si. Também esta especificidade Propp explica da seguinte maneira:

“Da paródia é preciso distinguir a utilização para objetivos satíricos de formas de obras comumente conhecidas, dirigidas não contra autores dessas obras, mas contra fenômenos de caráter sociopolítico.” (PROPP,1976)

Assim, concluímos que a cópia satírica apresentada pelos blogs de notícias falsas não objetivam ridicularizar os veículos imprensa – ou pelo menos nem sempre, salvo episódios em que a própria imprensa é o assunto da pseudo-matéria – a quem imitam de uma maneira que podemos entender como próxima à paródia. A verdadeira crítica é direcionada aos eventos sociopolíticos e aos agentes neles envolvidos.

## 2.5 A mentira

Um aspecto que não pode ser negligenciado em um estudo sobre plataformas que veiculam notícias falsas é um dos principais itens que figuram na comicidade dos textos pseudonoticiosos: a mentira. Novamente, recorremos a Vladimir Propp para compreender em que situações a mentira é cômica, onde reside a graça da lorota e o que pode despertar o riso ao se contar uma mentira.

O autor nos propõe então dois tipos de mentira cômica. No primeiro caso, o impostor tenta enganar aquele que ouve a falsa história, fazendo com que este pense que está recebendo uma informação verdadeira. O segundo tipo de impostor não tem a intenção de enganar ninguém. A mentira é contada apenas para divertir. A primeira situação nem sempre é cômica e, para sê-lo, a invencionice deve ser descoberta, além de não causar nenhuma consequência grave ou trágica. Não há a necessidade de que o inventor da história descubra que foi desmascarado, apenas seu interlocutor deve descobrir que o caso contado não é verdadeiro. Neste caso, podemos rir do próprio autor da mentira, que segue seu caminho acreditando que o conto vingou, fazendo o papel de bobo. Na maioria das vezes, porém, o impostor é desmascarado no momento em que conta sua história, revelando sua própria impostura.

Quando a falsidade é revelada, não existe a mentira interesseira, segundo Nikolai Gógol. Ele defende que a essência específica da comicidade da mentira não está no interesse e que por isso, quanto mais interesseira a mentira, menos engraçada ela é. “Mentir significa dizer uma mentira com um tom tão próximo da verdade, tão natural, tão ingênuo como se pode apenas contar uma verdade – e justamente nisso está todo o cômico da mentira” (GÓGOL apud PROPP).

Esta definição de Gógol se encaixa em uma forma cômica conhecida como humor seco – também chamada de deadpan em inglês – que é apresentada de forma impassível, imparcial, sem variação de emoções, tom de voz ou linguagem corporal. Este tipo de humor é feito geralmente falando com uma voz casual, monótona ou até muito séria, o que aumenta o toque de comédia da história. O comediante fala como se não tivesse a intenção de fazer rir, quando na verdade este elemento reforça a comicidade da situação. Esse tipo de humor é detectável nos objetos deste estudo pela maneira como a mentira é contada como se fosse verdade, sem nenhum tipo de demonstração de emoção e sem opinião aparente, na forma de matérias jornalísticas.

Fica claro porém, que a necessidade de que o público compreenda que se trata de uma mentira é essencial para que se estabeleça a comicidade dos blogs analisados. Assim se estabelece a influência intensa que o homem tem sobre o humor do conteúdo. Propp defende que não há comicidade sem o homem. O humor depende da ação do intelecto humano para fazer sentido e existir.

### 3. O HUMOR E A IMPRENSA

Como todos os aspectos da vida em sociedade, a imprensa não poderia deixar de ser inserida em um contexto humorístico, principalmente quando os fatos e personagens noticiados carregam consigo grande potencial cômico. A ironia e o humor fazem parte da imprensa brasileira desde o seu nascimento, principalmente relacionados à editoria de política. Segundo Isabel Lustosa (LUSTOSA apud GIRALDI), há registros de que no período da independência, a arma dos jornalistas contra a violência do regime político se baseava na ironia e na sátira das principais personagens políticas.

Partindo do pressuposto que a imprensa brasileira, em especial, está cheia de histórias e personagens facilmente ridicularizados, principalmente em face de grandes escândalos e casos vexatórios públicos, é possível entender que é uma presa fácil para a sátira. Em seus estudos sobre o humor que se revela nos textos de notícias de política mesmo nos grandes jornais mais respeitados e sisudos do país, Renata GiralDI defende que “a mídia brasileira está impregnada de fatos que são convertidos em chacota e piada, uma vez que ganham destaque nos jornais (...) que integram a grande imprensa” (GIRALDI, 2005).

Na mesma linha, Luiz Gonzaga Motta defende que existem outros níveis de sentido dentro dos textos jornalísticos, em que o humor pode ser usado para criticar e opinar. Para ele, “o relato de uma notícia informa algo, transmite conhecimento. Mas a notícia faz muito mais: legitima o lugar do comunicador, pode afirmar ou negar algo, ativar experiências cognitivas e simbólicas mais ou menos intensas, dependendo do léxico, da retórica jornalística e das implicaturas surgidas no título, ilustração, imagens, fotos ou texto.” (MOTTA, 2004) Para reforçar a ideia de que a opinião existe no jornais por meio da ironia e do deboche, Motta continua afirmando que “além de repassar informações, os enunciados podem ironizar, debochar ou criticar coisas e pessoas.”

Entendendo que é possível verificar humor mesmo nos textos publicados em matérias pretensamente, ou não, sérias, depreende-se que certa comicidade reside no comportamento das próprias personagens envolvidas nas reportagens, que se vêem em situações de constrangimento. Em um noticiário político, por exemplo, é comum encontrar-se constantemente matérias contendo denúncias e flagrantes escandalosos de corrupção e outros crimes cometidos sem escrúpulos por parlamentares que se envolvem em verdadeiros vexames.

Dentro desse contexto, a charge, a caricatura e o *cartoon*, elementos que aparecem no jornal classificados como entretenimento, fora da categoria noticiosa da publicação, podem assumir características mais íntimas com a notícia. Estes desenhos são antes de tudo extrapolações da notícia que com ela dividem o espaço nos jornais. Para José Marques de Mello, eles podem ser classificados como material opinativo do jornal em função da grande carga crítica que carregam, muitas vezes sarcástica ou ironicamente para fazer humor. Cada uma delas com peculiaridades específicas.

### 3.1 A charge, o *cartoon* e a caricatura

Historicamente, a charge é um estilo de ilustração cuja sátira é inerente, pois sua finalidade é satirizar. Para isto, pode se valer de um quadrinho ilustrado ou por meio de uma caricatura, que mostre algum acontecimento atual com uma ou mais personagens envolvidas. O resultado é, em geral, humorístico. A ironia está presente em muitas das situações retratadas que não correspondem necessariamente à realidade. As charges foram criadas no princípio do século XIX, como forma de oposição e crítica política a governos que se apresentava de maneira irreverente, inusitada, escrachada. Os chargistas foram muito reprimidos pelos governantes que atacaram e ainda o são hoje, embora disponham agora de grande popularidade e sejam frequentemente publicadas em jornais e noticiários.

Como veremos mais adiante, o uso da charge dentro destes veículos adquire contornos essencialmente opinativos, subvertendo a realidade e criando ocasiões que, apesar de não serem fidedignas à realidade – e muitas vezes utilizando elementos do surreal e do grotesco –, tendem a expressar o que o autor ou veículo pensam sobre o fato real no qual a charge está baseada. Uma ilustração que mostre um encontro entre chefes políticos que de fato ocorreu, por exemplo, pode expandir os diálogos, as roupas, os trejeitos e até o local e a circunstância em que os personagens se encontraram, unicamente para revelar verdadeiras intenções ou conseqüências do que se tratou o encontro.

Devido a essas características, a charge é classificada jornalisticamente como um gênero opinativo. Sua função, além de divertir o leitor e quebrar a monotonia da seriedade das reportagens, é essencialmente emitir uma opinião ou insinuar algo, geralmente usando de ironia e interpretações metafóricas da realidade. A capacidade de síntese da charge precisa ser grande para que ela seja clara e objetiva e o humor se faça com rapidez, apenas com o bater de olhos do leitor. Para isto, os recursos e possibilidades ampliadas são extremamente necessários. Mas dentre todas as características da charge jornalística, a que mais se destaca é a que decisivamente a traz para o campo satírico: a crítica.

Este elemento é importante porque é da essência da charge e serve para separá-la de outros gêneros ilustrativos semelhantes e comumente confundidos. De origem francesa, a palavra *charge* vem do termo *charger*, que significa carga, exagero ou, até mesmo ataque violento (carga de cavalaria). Este exagero se faz geralmente nos traços do caráter de alguém ou de algo para torná-lo *burlesco*. Por isso, podemos perceber que esta origem etimológica

facilita a confusão da charge com a caricatura. Ambas são muito utilizadas em críticas políticas no Brasil e podem expressar diversas idéias e são as que mais frequentemente se misturam no ideário popular, apesar de também existir a confusão com *cartoon*.

O *cartoon* (ou cartum) é uma palavra de origem inglesa, que denomina um desenho humorístico e com imenso poder de síntese. Os *cartoons* costumam retratar situações que envolvem o dia-a-dia de uma sociedade e elementos do cotidiano. É comum encontrarmos no *cartoon* elementos extremamente críticos, mas ao contrário da charge, que sempre é uma crítica contundente, o *cartoon* retrata situações mais corriqueiras do dia-a-dia da sociedade e não necessariamente aparece sempre atacando alguém.

Com a caricatura a história é outra. Apesar de *cartoon* e charges poderem usar traços caricaturescos para compor seus personagens, ele gênero em si tem características próprias e específicas, diferentes das anteriores. A caricatura é pessoal e se utiliza do exagero em determinadas características físicas da pessoa. É mais comum vermos o emprego do exagero nos traços da fisionomia da pessoa caricaturada, mas pode-se eleger qualquer parte do corpo, bem como traços para serem destacados no desenho. Embora o exagero seja a característica mais marcante, existem sempre traços importantes que identificam a pessoa caricaturada, do contrário, seria impossível reconhecê-la.

A charge e o *cartoon* também podem ser consideradas formas de manifestação caricatural, mas o foco principal nesses casos, é uma situação ou um determinado fato ocorrido e não a pessoa. A diferença entre charge e cartum é que a primeira relata um fato ocorrido em uma época definida, dentro de um determinado contexto cultural, econômico e social específico e que depende do conhecimento desses fatores para ser entendida. Fora desse contexto ela provavelmente perderá sua força comunicativa, portanto é perecível. Justamente por conta desta característica, a charge tem um papel importantíssimo como registro histórico.

Mais do que um simples desenho, a charge é uma crítica político-social, onde o artista expressa graficamente sua visão sobre determinadas situações cotidianas através do humor e da sátira. A charge, geralmente traz o fato político de uma forma debochada, irônica — mas essa piada se restringe ao tempo em que acontece apenas. Os poderosos do momento são as vítimas mais fáceis: a gafe ou escândalo de hoje se tornarão a charge de amanhã. O gênero não é exclusivo da política e pode encontrar outros assuntos para debochar: futebol, TV ou

qualquer fato que esteja “na boca do povo” no dia. Para entender uma charge, não é preciso ser necessariamente uma pessoa culta, basta estar por dentro do que acontece ao seu redor.

#### 4. JORNAL DE MENTIRA, SÁTIRA DE VERDADE

Vistas as características da sátira e seus modelos mais conhecidos na imprensa, para podermos associá-las aos blogs estudados no presente estudo, precisamos entender o que é, de fato, um blog satírico. Até aqui explicamos que esse tipo de site tem fins exclusivamente humorísticos e, para atingir tal objetivo, publica reportagens inventadas com muitos personagens reais baseadas em fatos reais. Grande parte da comicidade do veículo é a similitude do formato com a aparência de um site noticioso. O portal possui uma primeira página com as manchetes de maior destaque e mais recentes. Além disso, as matérias publicadas seguem padrões idênticos aos indicados nos manuais de redação, aspecto que veremos mais detalhadamente adiante.

No âmbito da disseminação do conteúdo jornalístico na internet, onde já existe uma democratização grande de conteúdo e veículos, nasce uma espécie de alternativa à expressão da opinião, além das já conhecidas charges e caricaturas, é quando a sátira eschachada das notícias absurdas, irônicas e mentirosas dos veículos que protestavam por meio do humor durante a ditadura militar ganha a web para criticar e ridicularizar ações de políticos e pessoas públicas.

O que é preciso ficar claro neste ponto do trabalho é a grande similaridade dos blogs satíricos com portais de notícias verdadeiras, desde a sua forma estética e de distribuição da informação, até a estruturação dos textos das matérias publicadas. A única diferença entre o blog satírico e um jornal verdadeiro, que elimina o primeiro de possivelmente figurar como um noticiário de verdade são as mentiras narradas como se fossem reais. Para entender como eles funcionam, examinaremos com mais atenção dois dos mais bem sucedidos destes blogs, selecionados para o presente trabalho.

#### 4.1 *Sensacionalista: um jornal isento de verdade*

Para quem se interessa em procurar, a parte designada com o “quem somos” no topo da logomarca do *Sensacionalista* explica, logo na primeira linha que se trata de um “um site de humor com notícias fictícias, baseadas ou não na realidade.” O objetivo é um só: fazer rir. A sinceridade é suficiente para a maioria dos fãs, mas alguns leitores ocasionais não entendem a intenção humorística do veículo, ao que também é dado um aviso dos redatores: “Produzido por três jornalistas e um redator de humor, o *Sensacionalista* não se dedica a espalhar boatos e nem notícias falsas na internet. Infelizmente, alguns veículos inadvertidamente acabam reproduzindo nossas notícias como se elas fossem reais.”

Os responsáveis pelas gracinhas são Desiree Aparecida (pseudônimo de Martha Mendonça), jornalista, redatora de humor, escritora e autora teatral; Leonardo Lanna, redator de humor e autor do perfil do twitter @microcontoscós; Marcelo Z. (pseudônimo de Marcelo Zorzanelli), jornalista, redator de humor; Otileno Junior (pseudônimo de Nelito Fernandes), jornalista, redator de humor, escritor e autor teatral. Juntos, formam a equipe do *Sensacionalista* há quase dois anos.

A idéia surgiu do jornalista Nelito Fernandes que em 2010 trabalhava como redator do programa de televisão *Casseta & Planeta*, da rede Globo. Após ser demitido, Fernandes continuou no caminho do humor. A idéia do *Sensacionalista* veio do site americano *The Onion* (<http://www.theonion.com>), jornal satírico que parodia eventos jornalísticos reais, satirizando tanto os eventos noticiados como os estilos de apresentação dos meios de comunicação. Fã do portal americano, Fernandes começou a fazer sua versão brasileira, parecida com a idéia do *The Onion* e juntou-se com seu amigo Marcelo Zorzanelli para dar continuidade ao projeto. Depois, a jornalista Martha Mendonça e o redator de humor Leonardo Lanna completaram o time.

É válido dizer que nenhum dos integrantes da equipe do *Sensacionalista* trabalha exclusivamente com ele. O próprio Nelito Fernandes, repórter da revista *Época*, afirmou em entrevista ao blog *O Jornal do Humor* (<http://ojornaldohumor.wordpress.com>) que o site era mais uma diversão, uma brincadeira. “O *Sensacionalista* é só um hobby para nós. Não é nossa intenção que ele se torne uma atividade principal.”

A brincadeira, porém, ganhou destaque e contornos sérios e importantes. Apenas seis meses após ter entrado no ar, o blog anunciou sua extensão para a televisão, em um programa

na Multishow, canal de televisão a cabo que pertence à Globosat. O programa tem o formato de um noticiário, um verdadeiro telejornal de notícias falsas. No elenco de apresentadores e repórteres, nomes como Anderson Freitas, Cristiane Pinto, Léo Luzes, Taís Lopes, Márcio Machado e Betina Kopp, sendo os dois últimos os atores que vivem o casal da bancada. O programa entrou no ar no primeiro semestre de 2011 semanalmente, às segundas-feiras, às 22h30 e já está em sua segunda temporada, que estreou em outubro de 2011. Os redatores do programa de televisão são os mesmos do site.

O enorme sucesso do *Sensacionalista* fez com que vários outros site do tipo surgissem em seguida, tornando difícil para este trabalho contabilizar ao certo a quantidade existente. Por isso, vamos nos ater aos números que mostram a força da audiência deste blog em especial. O *Sensacionalista* é o quinto perfil mais retuitado do Brasil no Twitter, segundo o dados do site migre.me (<http://dl.dropbox.com/u/29974560/midiakit2.pdf>) de maio de 2011, figurando entre os perfis de veículos como as revistas *Veja* e *Superinteressante* e o jornal *O Estado de S. Paulo*. Ainda de acordo com levantamento do migre.me, o alcance de usuários de um tweet do *Sensacionalista* fica em torno de 300 mil.

Em outras redes sociais, como o *Facebook*, o crescimento da repercussão dos links publicados na página cresceu 47% apenas entre os meses de maio e junho. Os números se devem ao volumoso número de seguidores – 78 mil no *Twitter* e 28 mil no *Facebook* – e ao grande poder de viralização das matérias. A primeira reportagem produzida para o telejornal *Sensacionalista*, com declarações da socialite Ângela Bismarchi de que iria implantar um terceiro seio foi disponibilizada na internet e vista cerca de 500 mil vezes, além de ter sido reproduzida por outros veículos, como veremos adiante.

A audiência do site fica em torno de 589 mil visitas e mais de um milhão de visualização de página mensalmente. Segundo informações do site, o site tem um público cativo cujo grau de instrução varia, embora a maioria dos leitores sejam pessoas que cursaram o Ensino Médio e pessoas que cursaram o Ensino Superior. Ainda de acordo com estatísticas do próprio *Sensacionalista*, 66% do público é masculino e 64% tem entre 18 e 34 anos.

#### 4.2 *The i-Piauí Herald: o blog do diário mais elegante do Brasil*

Hospedado no site da revista *piauí*, este é um blog fictício menos divulgado – ou ainda – menos “pop” que *Sensacionalista*. No entanto, a acidez do seu humor em nada deixa dever ao primeiro. Descrito como a versão online do “diário mais elegante do Brasil”, é um modelo para a internet de uma idéia que surgiu nas páginas da revista.

Sem colunas, nem colaboradores fixos, a revista *Piauí* foi criada em 2006 pelo documentarista João Moreira Salles com a proposta de fazer jornalismo literário. Aberta para diversos estilos e maneiras de “contar bem uma história”, a revista começou, em dezembro de 2009, o blog *The i-Piauí Herald*, trazendo notícias inventadas e com boa dose de humor e ironia. Na época em que o blog entrou no ar, diversos escândalos políticos eram descobertos em Brasília culminando em uma época de instabilidade que viria a calhar com a ideia do blog de permitir uma descontração sem perder o foco nas notícias atualizadas. Tudo isso visto por redator e leitor de maneira extremamente crítica.

Diferente do *Sensacionalista*, a página inicial do *The i-Piauí Herald* não se assemelha tanto a um portal comum de notícias. A logomarca no topo da página talvez seja o elemento que mais lembre o de um jornal, por causa da tipografia rebuscada utilizada no título do blog (esse mesmo recurso é também utilizado pelo colega *Sensacionalista*). Dispostas em colunas com manchete e foto, as matérias aparecem na página inicial por ordem de atualização, mais como um blog comum que como um portal de notícias. O uso de pseudônimos é um recurso livre, assim como as fotos, que chamam atenção também pela sua inteira falsidade. Todas as reportagens publicadas são acompanhadas de foto com legenda, não sendo as imagens necessariamente reais já que o site se vale muitas vezes da montagem para fazer humor e ilustrar a matéria apresentada. Assim como as imagens que as acompanham, a legenda das fotos segue o caminho dos textos: cheio de referências e insinuações.

O texto é um elemento à parte no *Herald* por se tratar de construções de maior liberdade para fazer referências inteligentes e de longa data. Uma matéria inventada sobre um assunto pode, ao mesmo tempo criticar aquilo sobre o que se refere, e alfinetar outros personagens e acontecimentos que não estão necessariamente ligados ao caso ou em destaque na mídia. Por causa disso, as referências e ironias feitas pelo *The i-Piauí Herald* são complexas, condizendo ao tipo de leitor do blog. O público é semelhante ao da revista: bem

informado, culto e intelectualizado já que a *Piauí* apresenta linguagem mais avançada e intelectualizada.

A liberdade oferecida pela revista possibilitou o blog de expandir não só as referências utilizadas em suas matérias como também o formato em que aparece impresso em algumas edições da revista em que foi publicado. A edição de número 25, por exemplo, apareceu com uma revista à parte nas páginas internas, intitulada *Piauí Herald*, cujo formato estético era idêntico ao da revista de celebridades e personalidades *Caras*<sup>3</sup>. Desde a logomarca de fundo vermelho e letras garrafais até as fotos de artistas posados, o folhetim imitou a *Caras*, com seus títulos e subtítulos característicos de frases clichês e aspas de artistas com frases impactantes. As fotografias desta edição eram também montadas para ironizar os personagens das matérias, como imagens que juntavam o empresário João Dória Jr., o terrorista Osama bin Laden – descrito como “agitador cultural” – e o personagem de televisão o papagaio Louro José. Já na edição 37, a estética da revista impressa volta a copiar o site, mas desta vez alterando o nome da publicação para *The Maranhão Herald*. A mudança, segundo matéria da própria revista seria em função da compra – também inventada – do jornal fictício pelo grupo Mirante de comunicação, pertencente ao senador José Sarney.

---

<sup>3</sup> A Revista *Caras* é uma publicação editada e comercializada pela Editora Abril. A revista retrata personalidades brasileiras e estrangeiras, em geral, celebridades e pessoas com alto poder aquisitivo.

## 5. A NOTICIABILIDADE DO ABSURDO

Para que um acontecimento se transforme em notícia existe uma série de fatores envolvidos. Os chamados critérios de noticiabilidade definem e fornecem a aptidão de um acontecimento merecer tratamento jornalístico. Nesse caso, diz-se que este fato possui valor-notícia, conceito que se configura nesses critérios. Segundo Nelson Traquina (TRAQUINA, 2008), os critérios de noticiabilidade são o “conjunto de valores-notícia que determinam se um acontecimento ou assunto é susceptível de se tornar notícia, isto é, de ser julgado como merecedor de ser transformado em matéria noticiável e, por isso, possuindo ‘valor-notícia’ (newsworthiness).

Para Mauro Wolf (WOLF, 1987), os valores-notícia de seleção fazem referência justamente aos critérios utilizados pelos jornalistas no momento de decidir escolher um acontecimento para noticiar e deixar outro de lado. Segundo Nelson Traquina, os valores-notícia de seleção estão divididos em dois sub-grupos: “os critérios substantivos, que dizem respeito à avaliação direta do acontecimento em termos da sua importância ou interesse como notícia, e os critérios contextuais, que dizem respeito ao contexto de produção da notícia”. (TRAQUINA, 2008)

Praticamente todos os valores descritos acima são passíveis de ser aplicados aos blogs satíricos mas vamos nos ater apenas em alguns deles, classificados como substantivos. Assuntos que ganham destaque na mídia envolvem critérios como: a morte, a notoriedade dos personagens envolvidos, a proximidade em termos geográfico e culturais do acontecimento, a relevância para o público, a novidade, o tempo, a notabilidade, o inesperado, o conflito ou a controvérsia, a infração e o escândalo.

Dentre estes, a notoriedade do personagens – principalmente políticos – são recorrentes nos blogs satíricos, assim como a novidade (desde que seja algo passível de crítica), o inesperado, o conflito e principalmente o escândalo (político). Entretanto, também podem figurar como valores notícia nos blogs de humor mesmo temas considerados sérios, como a morte. Um exemplo disso é a matéria publicada no *Sensacionalista* na época do falecimento do empresário Steve Jobs, com a manchete: “Apple lança dispositivo para fãs se comunicarem com Steve Jobs: o Chip Xavier.”

Obedecendo a estes critérios, os blogs satíricos que configuram o objeto deste estudo se assemelham muito a portais verdadeiros de notícias. A familiaridade despertada no leitor

pela intensa semelhança é um dos principais fatores de comicidade, diferencial do site. As matérias publicadas nos tais blogs possuem todas as características de um autêntico texto jornalístico, embora não o sejam.

O motivo da exclusão desses portais fictícios e seus conteúdos da categoria de sites noticiosos e informativos é a carência do principal elemento para que um acontecimento seja considerado uma notícia: a veracidade dos fatos. Apesar de copiar toda a forma e normas de texto de um jornal, os blogs possuem conteúdo inteiramente falso e inventado, com fins de sátira, puramente humorísticos. E é nesta cópia fidedigna que reside o cerne da paródia. Excetuando-se a falsidade dos acontecimentos narrados, as matérias em nada devem ao formato dos textos publicados nos portais de notícias reais.

Os veículos humorísticos analisados no presente trabalho se assemelham em absolutamente todos os aspectos aos jornais parodiados, desafiando unicamente a lei máxima e mais importante do jornalismo de credibilidade: a verdade. “A matéria-prima do jornalismo é a realidade. Os jornalistas trabalham exclusivamente com relatos verossímeis, sendo inadmissível a transgressão da fronteira entre realidade e ficção.” (MARQUES DE MELO, 2006)

De acordo com os critérios aqui destacados, acontecimentos insólitos são atraentes ao público devido ao apelo do surpreendente ou inovador. Para Luiz Gonzaga Motta, os acontecimentos desconcertantes são oferecidos aos leitores porque funcionam como válvula de escape dos conflitos cotidianos. Relatos que provoquem um efeito surpresa ou espanto, a exemplo de ocorrências que se choquem contra os conhecimentos institucionalizados, são atrativos, para Luiz Gonzaga Motta. “Quanto mais a ocorrência anunciada se contraponha à ordem das coisas, mais chocará e maior o efeito surpresa.” (MOTTA, 2004) E dessa atenção despertada que os blogs satíricos se valem para fazer seu humor.

Contendo elementos jornalísticos embora não sejam produtos noticiosos, os blogs podem ser incluídos em gêneros jornalísticos. Como veremos a seguir, não é necessário que uma publicação seja notícia para ser considerada jornalística.

## 5.1 Entre dois gêneros

“Nem tudo que está no jornal é notícia” afirma José Marques de Melo ao elaborar definições mais delineadas para os chamados *fait divers*. Segundo Francisco de Assis, a charge, o cartoon e a caricatura enquadram-se nessa categoria, em que “o insólito, a informação monstruosa, os fatos aparentemente insignificantes são algumas das características”. Para Barthes, “são elementos sem duração e sem contexto, constitui um ser imediato, total, que não remete, pelo menos formalmente, nada de implícito.”

### 5.1.1 Os *fait divers*

Embora não preencham os requisitos para serem classificados exatamente como pertencentes ao chamado jornalismo diversional e serem chamado de *fait divers*, por não obedecerem alguns critérios que serão mencionados mais tarde, os blogs satíricos em muito se assemelham a este tipo de publicação. De acordo com Luiz Gonzaga Motta, “as notícias do tipo ‘*feature*’ ou ‘*fait divers*’ são utilizadas pelos jornais como um recurso para suavizar a leitura de dramas e tragédias nos sisudos veículos de imprensa.”

Fazem parte desse recurso, segundo Francisco de Assis, o insólito, a informação monstruosa, os fatos aparentemente insignificantes, que defende ele, são algumas das características do *fait divers*. Citando definições de Barthes (1970), Assis afirma que “esse tipo de informação não precisa de um contexto exterior para ser explicado: basta despertar algum interesse (mesmo que em pequena escala) nas pessoas.” É neste ponto que os *fait divers* divergem dos blogs satíricos, aos quais o contexto e conhecimentos externos é de extrema importância e é o que determina a comicidade do texto.

Mais uma vez, os moldes em que os blogs satíricos são construídos não se aplicam à definição de Barthes (1970): “sem duração e sem contexto, constitui um ser imediato, total, que não remete, pelo menos formalmente, nada de implícito.”

### 5.1.2 A opinião séria em tom de brincadeira

Segundo Ana Regina Rêgo e Maria Isabel Amphilo, o gênero opinativo do jornalismo, ainda que identificável claramente na maioria dos veículos sérios, modificou-se muito ao

adaptar-se aos novos formatos midiáticos surgidos ao longo dos anos. “A opinião destaca-se no texto jornalístico como um gênero consolidado, já que é invariavelmente, claro e, portanto, facilmente identificável, todavia, sofre atualmente um processo evolutivo considerando, sobretudo, o novo jornalismo praticado nos suportes online.” (RÊGO e AMPHILO apud MARQUES DE MELO) Essa análise considera a facilidade e a democratização crescente do fornecimento de informações, assim como o de opiniões espalhadas em blogs, sites e portais que não apenas repassam a informação, como também a recebem e abrem espaço para discussões, opiniões e debates sobre os assuntos noticiados.

Neste âmbito, é natural que também as formas tradicionais da sátira na imprensa sejam moldadas às novas possibilidades dos suportes e exigências do público. As autoras explicam que ao passar dos anos, “o espaço da opinião foi sendo moldado dentro do jornalismo brasileiro e esta passa a interagir com os conteúdos informativos de forma concatenada. Deste modo, os textos opinativos, em geral, se originam de algum acontecimento noticiado pelos textos informativos.”

Aqui pode-se ver a semelhança entre estas formas de conteúdo descritas por Rêgo e Amphilo com os blogs estudados neste trabalho. A necessidade do diálogo entre conhecimentos, informações prévias que se pressupõe que o leitor tenha para a compreensão da sátira.

A charge, que é no presente trabalho comparada aos blogs de falsas notícias, é enquadrada, pela maioria dos autores, no gênero opinativo. Apesar da classificação, a charge e a caricatura são encaradas como uma parte mais leve e menos séria da seção opinativa. Isto se deve ao conteúdo humorístico e o objetivo de descontração destes formatos, que ironicamente, costumam fazer críticas mais mordazes e ácidas, ao desnudar, através da liberdade de criação oferecida pelo exagero e a sublimação do real, aos acontecimentos noticiados na crueza dos fatos, ressaltando o que neles há de pior. Alzamora afirma que “crônicas e charges são textos que ampliam as possibilidades de linguagem jornalística, sugerindo interpretações metafóricas da realidade.” (ALZAMORA apud MARQUES DE MELO)

Sobre isso, Ana Regina Rêgo e Maria Isabel Amphilo destacam que as charges têm maior liberdade para tratar os acontecimentos por características específicas de sua definição. As autoras defendem que dentro destes formatos “a relação com a realidade não é literal,

portanto, não havendo um compromisso com a fidedignidade dos fatos.” Para elas, charges e fotos aparecem na imprensa brasileira como a “opinião ilustrada”, ao lado da caricatura, que é “uma forma de ilustração que a imprensa absorve com o sentido nitidamente opinativo.”

Ainda segundo Rêgo e Amphilo, a caricatura revela, na sua origem semântica, o objetivo cômico: *caricature* corresponde a ridicularizar, satirizar, criticar. “Enquanto gênero jornalístico, a caricatura cumpre uma função social mais profunda: motiva o leitor e produz uma percepção rápida da opinião que se torna instrumento eficaz de persuasão.” Citando Marques de Melo (2003), as autoras enumeram as espécies por ele identificadas: “caricatura: retrato humano; charge: crítica humorística do fato; cartoon: anedota gráfica, crítica mordaz; comic: histórias em quadrinhos.”

Dessa forma, pode-se concluir que os blogs satíricos podem ser classificados como um formato humorístico relacionado ao jornalismo que se situa entre o opinativo e o diversional com devido às suas grandes doses do satírico, do absurdo e do fantástico. Apesar da ausência de conteúdo verídico, as análises permitem deduzir que os blogs estudados se aproximam mais do opinativo que do próprio diversional, apesar de chamarem atenção justamente pelo grotesco e o inusitado, verossimilhante à realidade em forma e conteúdo.

A aproximação com o opinativo se deve em função das fortes características apresentadas pelos blogs analisados. A acidez da sátira jornalística presente nas charges é encontrada em grande parte dos textos de notícias inventadas. Da mesma forma, elementos como o exagero de alguns aspectos da realidade, a deformação e a distorção do real, a criação de situações inusitadas e falsas que poderiam ser verdadeiras e a ironia da pseudo-seriedade com que o texto é escrito permite inferir que tais blogs não só revelam conteúdo intensamente opinativo como também de críticas mordazes à política e à sociedade.

## 5.2 Elementos do formato de publicação e do texto jornalístico

Vamos primeiro entender por que a enorme semelhança entre os blogs satíricos e portais de notícias verdadeiras tanto sucesso. Inicialmente podemos considerar que o cuidado demonstrado em contextualizar os temas e as pautas com os assuntos do dia como o carro-chefe do jornal satírico. E de fato, como vimos, a inserção das pautas como suítes de outras reportagens (reais) produzidas e publicadas por outros veículos é responsável por grande parte do destaque que estas mídias recebem. Porém, não se trata apenas do conteúdo. Se os textos, por mais bem produzidos e recheados de ironias e referências fossem publicadas em uma formatação qualquer, sem preocupação estética, estrutural ou de suporte, divulgados em uma rede social, por exemplo, ou publicadas em um blog comum, talvez estes textos tivessem a atenção do público, mas apenas daquele que procurasse ou manifestasse interesse no assunto. Certamente, por mais bem produzidas que fossem, as tais falsas matérias não teriam metade da repercussão e – vamos dizer até – da comicidade que têm no suporte em que existem hoje.

O motivo está fundamentado no mesmo princípio de leitura das reportagens publicadas nos jornais impressos, online, ou qualquer outra mídia que utilize o texto escrito. Assim como estas, as matérias publicadas no *Sensacionalista* e no *The i-Piauí Herald* são divulgadas dentro de determinadas normas e padrões de escrita e de estética que provocam no leitor o reconhecimento de um tipo de publicação. Em outras palavras, os blogs satíricos aqui estudados possuem um conjunto elementos que vão da estrutura do texto ao formato da página em que se apresentam que permitem ao público dizer que está lendo um produto jornalístico. A sátira, neste caso, se faz por meio de uma imitação, uma paródia. Tem cara de jornal, texto de jornal, assuntos de jornal, mas as matérias são totalmente falsas.

Esse tipo de recurso permite que a ironia se faça de maneira completa. Graça Ramos nos ajuda a compreender de que maneira isso acontece:

“Recurso muito utilizado pela sátira e pela paródia, gêneros que carregam em si a função de criticar costumes e textos, a ironia é um tropo – figura fundada no sentido das palavras que consiste em desviar a significação própria e direta para lhes dar uma imprópria e indireta – com forte potencial de crítica, carregado de ambigüidade e também de negatividade.” (RAMOS, 1997)

Aqui, a paródia de um jornal – que lhe arremeda a estética e estrutura – consegue se parecer o suficiente com ele para esvaziar-lhe o sentido e objetivo principal: o de informar a

verdade. A significação de um suposto veículo de imprensa é desviada de informar, para o de criticar aquilo que deveria noticiar. E essa crítica acontece justamente pela falsidade dos fatos apresentados sob a forma de um jornal – que supostamente deveria relatar somente a verdade.

Concluimos então que a semelhança estética e estrutural é fundamental para a sátira dos blogs aqui estudados. Mas antes de seguir adiante, vamos entender quais elementos jornalísticos são estes.

A pirâmide invertida é um dogma do jornalismo, principalmente dos veículos online, onde se situam os blogs aqui citados. O termo já é de conhecimento público como jargão do ofício de repórter e consiste, resumidamente, em uma hierarquia especial de organização das informações do texto. A mais importante delas, ocupando o destaque das primeiras linhas do texto, é chamada de lide.

De acordo com Guillermo Franco, “esse lide se desenvolveria num corpo de quatro parágrafos em ordem decrescente de importância e se condensava num título de até três palavras.” (FRANCO, 2009) Esta última regra, segundo o próprio Franco, entrou em desuso com o advento da internet, onde passou a mencionar-se o fato apenas uma vez, em vez de três, como antes (na manchete, no subtítulo e no lide da matéria). Este novo formato trouxe inovações baseadas no comportamento do usuário a partir do que foram feitas modificações observando o meio específico da web: texto mais curtos e objetivos com parágrafos menores. Todas essas normas de webjornalismo são também obedecidas pelos blogs satíricos.

Além da pirâmide e do lide, verifica-se no texto a presença de elementos característicos das matérias jornalísticas, como as aspas de fontes entrevistadas e de vocabulário e verbos comuns na redação das reportagens. Portanto, por mais absurdas que possam parecer as notícias veiculadas, a forma em que elas são apresentadas são idênticas aos portais de notícias verdadeiras. A semelhança não se restringe ao conteúdo dos textos, como também à diagramação dos sites e a disposição das matérias e links, divididos em editoriais. Ao analisar cada uma das matérias selecionadas, dedicaremos um espaço a identificar em cada uma delas estes elementos citados.

## 6. O PAPEL DO PÚBLICO

Segundo Propp, o riso ocorre em presença de dois elementos: o objeto ridículo (de quem se ri) e o próprio sujeito que ri – o homem. De acordo com o autor, “a comicidade não se define nem com um nem com outro isoladamente, mas com a ação de dados objetivos no homem” (PROPP, 1976)

M. Kagan afirma em seus estudos que “é impossível compreender a essência do cômico sem examinar a psicologia do sentido cômico, do sentido do humor.” (KAGAN apud Giraldi) Para Renata Giraldi, “o humor está em toda parte, mas adquire formas típicas, particulares a um povo, a uma nação, a um grupo religioso, profissional ou outro. Também há os diferentes estilos, como o humor inglês diverge do alemão, do americano, do judaico e do brasileiro.” De acordo com Gonzaga Motta, a cultura também exerce papel importante e tem relação direta com o humor. Para ele, compreender certas ironias, chacotas e zombarias é dado àqueles inseridos ou que compreendem o universo retratado no texto para se envolver por inteiro com o humor.

Alguns pensadores já explicaram a importância do contexto e da circunstância na determinação do que é cômico. Aristóteles impõe limitações de modo e tempo, tanto às virtudes quanto aos prazeres e as dores. Já Pierre Desproges afirma que podemos rir de tudo, mas não em qualquer lugar, nem a qualquer hora, nem com qualquer pessoa. Vladimir Propp afirma que “a causa do riso pode residir em condições de ordem histórica, social, nacional e pessoal. Cada época e cada povo possui seu próprio e específico sentido de humor e de cômico, que às vezes é incompreensível e inacessível em outras épocas.” (PROPP, 1976)

Esta essência temporal e perecível do humor está presente tanto nas charges, como nos blogs aqui estudados. Fora do contexto, é difícil que algum dos textos tenha graça ou sequer faça algum sentido. Além de ser vital para a compreensão do humor, a contextualização pode, paradoxalmente ser motivo de confusão. Neste caso, as fortes evidências de que aquela publicação se trata de material jornalístico superam a capacidade de alguns públicos de compreender que os eventos noticiados em tal material não são verdadeiros. Quando isso acontece, o engano pode ter uma série de conseqüências, das mais leves confusões às mais sérias gafes. Vamos exemplificar com dois episódios em que isso aconteceu.

## Gafe: Servidor é demitido por postar sátira sobre Dilma no Twitter

### Silvana Chaves

Um servidor da assessoria de imprensa do Ministério do Planejamento foi demitido por ter publicado, na quinta-feira (18/8), no Twitter oficial da pasta, um link de humor do site [Sensacionalista](#), com piada a respeito da 'faxina' que a presidente Dilma Rousseff estaria realizando no governo. A exoneração do funcionário foi publicada no Diário Oficial da União na última sexta-feira (19/8).

**Min do Planejamento**  
 @miniplan1 Brasília, DF, Brasil  
 Perfil oficial do Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão no Twitter.  
<http://www.planejamento.gov.br>

Following

Tweets Favorites Following Followers Lists

**miniplan1** Min do Planejamento:  
 Dilma será garota-propaganda de Veja Limpeza Pesada: [sensacionalista.com.br/2011/08/18/dil...](#) via @AddThis  
 6 minutos ago

**miniplan1** Min do Planejamento:  
 @miniplan1: Governo premiará ações que contribuam com as metas do milênio: [migre.me/5w3va](#)  
 20 minutos ago

**miniplan1** Min do Planejamento:  
 @miniplan1: Aprovados para especialista em gestão são convocados para curso de formação: [migre.me/5w3B3](#)  
 35 minutos ago

**miniplan1** Min do Planejamento:  
 @miniplan1: Governo autoriza o ingresso de mais 82 gestores: [migre.me/5viws](#)  
 15 Aug

### "Isento de verdade"

A matéria fictícia que o site humorístico [Sensacionalista](#) publicou, na última segunda-feira (16/8), dizia que "a faxina feita pela presidenta Dilma Rousseff no submundo de corrupção do governo rendeu um contrato milionário na área da propaganda. Ela fará o comercial do produto Veja Limpeza Pesada. A presidente chegou ser cotada para anunciar o Bombril, mas não aceitou. Dilma disse a amigos que seu trabalho é muito mais do que ariar painéis. Trata-se de uma limpeza difícil, acumulada por muitos anos".

Ao se dar conta da confusão no microblog, o jornal O Estado de S. Paulo publicou a gafe e o [Sensacionalista](#) postou uma segunda notícia referente ao tema, com o título "Real: twitter do governo publica notícia do [Sensacionalista](#)", ironizando o erro. "Diante da credibilidade do [Sensacionalista](#) junto ao governo federal, a redatora Desiree Aparecida, que desenvolveu a matéria, está cotada para o Ministério do Planejamento. E já declarou que, caso seja escolhida, não vai doar seu salário para instituições de caridade".

Na sequência, a assessoria de imprensa do Ministério do Planejamento se pronunciou, afirmando à reportagem da Folha de S. Paulo que a brincadeira ficou apenas alguns minutos no ar antes de ser retirada.

Procurado pelo Portal Comuniquê-se nesta segunda-feira (22/8), a assessoria de imprensa do Ministério do Planejamento disse que houve um engano, mas que foi corrigido.

### Outras dispensas

Comentários constrangedores a respeito de superiores não são novidade, principalmente no Brasil. Um dos mais lembrados aconteceu em fevereiro, quando o Supremo Tribunal Federal mandou que uma funcionária terceirizada fosse dispensada, pelo fato de ela ter questionado na conta do STF no Twitter quando o presidente do Senado, José Sarney (PMDB-AP), iria se aposentar.



Ouvi por aí: "agora que o Ronaldo se aposentou, quando será que o Sarney vai resolver pendurar as chuteiras?"

11 minutos ago via web [Favorite](#) [Retweet](#) [Reply](#)

Depois do incidente, o presidente do Supremo, Cezar Peluso, telefonou para Sarney pedindo desculpas. Na conversa, o senador pediu que a funcionária não fosse punida. O STF também publicou uma nota oficial em sua página, desculpando-se pelo ocorrido.

Sarney reagiu com bom humor ao 'tuíte' e, em um vídeo divulgado na página do Senado, afirmou que ficou "feliz" ao ser comparado com alguém apelidado de "fenômeno".

Outra situação de mensagens indesejadas na rede social, envolveu um funcionário terceirizado da TV Brasil, que pediu demissão em abril, após ter feito um ataque ao senador Aécio Neves (PSDB-MG) no Twitter oficial da emissora, chamando o político de "mentiroso". O ex-colaborador se referiu ao episódio em que o tucano se recusou a fazer o teste do bafômetro e estava com a carteira de habilitação vencida. O funcionário disse ter publicado a mensagem pensando que estava em sua conta pessoal.



A presidente da Empresa Brasil de Comunicação Tereza Cruvinel, que administra a TV Brasil, explicou o incidente, dizendo que o perfil fora "violado".



## TV Fama dá como séria informação inventada por site de humor

O *TV Fama*, da RedeTV!, deu, nesta terça-feira, 6 de abril, uma prova de que não se pode confiar em nada que o programa veicula. A atração "noticiou" como verdade uma informação que é falsa. Na verdade, partiu de uma brincadeira feita pelo portal [Sensacionalista](#), que publica notícias inventadas, em tom de humor. No dia 1º de abril, o site colocou no ar um vídeo em que a modelo Angela Bismarchi anuncia que irá implantar o terceiro seio. Bismarchi é conhecida por ter feito incontáveis plásticas e, por isso, foi escolhida pelo Sensacionalista para entrar na brincadeira.

O problema é que a equipe do *TV Fama* entendeu o fato como sendo sério. Em seu site, o programa diz que Bismarchi revelou o desejo "durante bate papo com o *TV Fama*", mas na matéria, a informação é de que a notícia partiu de um vídeo colocado pela modelo na internet. Como aconteceu nesse caso, é bem provável que a grande parte das "notícias" veiculadas no programa da RedeTV! sequer passem por uma mínima apuração. Abaixo, o vídeo do site Sensacionalista e a matéria do *TV Fama*.



No primeiro, podemos observar o engano cometido pelo funcionário que administrava o perfil do Ministério do Planejamento na rede social. Mostrando agilidade e sagacidade para fazer suas piadas, o Sensacionalista aproveitou-se da situação para aumentar a amplitude do caso, criando um evento mais cômico ainda. Os efeitos foram minimizados pelo Ministério, mas, acreditando ou não na informação, a gafe custou o emprego do seu autor. Já no segundo caso, as consequências foram além de uma demissão, já que quem cometeu a gafe o fez em nome de uma emissora de televisão, responsável por passar informação – neste caso, falsa – a milhares de telespectadores. O caso pôs em evidência a falta de compromisso do programa e a negligência da emissora com o material que veicula. Além disso, destruiu a credibilidade do programa que noticiou como se fosse exclusivamente sua uma matéria que – além de mentirosa – não foi produzida pelo programa.

## 7. ESTUDO DE CASO

Os exemplos citados na presente pesquisa serão aqui examinados mais detalhadamente para compreender a presença de elementos satíricos nas publicações estudadas. Foram selecionados nove textos publicados nos blogs *Sensacionalista* e *The i-Piauí Herald* entre os dias 3 de outubro de 2011 e 16 de outubro de 2011. Para verificar a presença de elementos da sátira, da paródia e da ironia nos textos analisados, este trabalho permite a comparação com fragmentos literários citados por autores que se dedicam aos gêneros da comédia, como Vladimir Propp, Henri Bergson, Graça Ramos e Malcolm Silvermam.

A proposta de verificar a essência satírica dos objetos deste estudo é executada por meio do levantamento dos elementos do gênero presentes nos textos abaixo apresentados. Para isto, este trabalho busca estes elementos nos autores e teóricos do humor que aplicam os conceitos criados em obras literárias famosas. É importante ressaltar que o objeto deste estudo não está categorizado dentro do campo da literatura e, portanto, os exemplos literários citados pelos autores pesquisados serão aqui vistos em nível comparativo com os blogs que compõem o corpus deste trabalho. O objetivo das análises a seguir se constitui então em levantar elementos humorísticos semelhantes entre os exemplos literários citados pelos autores que são passíveis de verificar nos blogs analisados sob os mesmos conceitos de sátira, paródia e ironia.

Sob a forma de matérias, os textos cômicos utilizam de um humor refinado que se faz apenas sob a ótica do contexto ao qual pertencem os fatos noticiados pelas falsas reportagens. Portanto, faz-se necessária nesta análise a discussão das notícias reais com as quais as reportagens inventadas se relacionam. Este contexto de informação atualizada é vital neste estudo, dadas as inúmeras referências feitas pelas falsas matérias a eventos recentes e anteriores, mesmo que estes não estejam diretamente relacionados ao assunto abordado.

Além dos elementos de comicidade, humor e riso, este estudo propõe-se a verificar também o uso constante de construções próprias da linguagem jornalística que compõem todos os textos. A gramática, os jargões, as construções frasais e verbais se revelam cuidadosamente escritas sob os moldes dos manuais de redação utilizados pelos repórteres de jornais verdadeiros. Em função desta semelhança se faz grande parte da comicidade envolvida nos sites estudados e por este motivo, a análise da presença de elementos da norma jornalística nos textos das falsas matérias merece atenção especial deste trabalho.

Para identificar quais elementos são estes e onde aparecem nos textos, serão utilizados conceitos de autores consagrados no estudo das notícias e de como estas são reconhecidas, confeccionadas e redigidas. Entre os elementos jornalísticos analisados figuram, além da convenção formal do texto, conceitos aplicados de noticiabilidade e valor-notícia, descritos por Mauro Wolf e Nelson Traquina.

## I - O caso da USP

## ANÁLISE 1

Postagem do Sensacionalista, publicada em 8 de novembro de 2011

Publicado Em: ter, nov 8th, 2011

País / primeira página | Por @sensacionalista

## Estudantes da USP sem carteirinha não conseguem desconto de 50% na fiança

Like 6k Tweet 471 Share 310



Dos 73 alunos presos hoje pela Polícia Militar no campus da USP, pelo menos 10 não conseguiram o desconto de 50% na fiança. Eles estavam sem carteirinha e não conseguiram meia-saída da prisão. Um deles, o videomaker Júnior Franco, disse que nunca teve uma carteira na vida. “Onde eu ia colocar a carteirinha de estudante?”, perguntou. A PM disse que vai aceitar o pagamento da fiança em camisas do Che Guevara, charutos cubanos, livros

do Karl Marx e cigarros de artista.

@tiodino e Marcelo Z.

O primeiro texto examinado foi publicado no blog Sensacionalista no dia 8 de novembro de 2011 e traz como pauta a prisão de diversos estudantes da Universidade de São Paulo (USP) que invadiram o prédio da reitoria da instituição. As prisões foram efetuadas após o pedido de reintegração de posse feito pela universidade junto ao Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo. Os estudantes invadiram a reitoria dias antes para protestar pela saída da Polícia Militar do campus da universidade. A manchete não informa estes fatos anteriores e como veremos adiante, o próprio texto também não o faz. Isto deixa claro que se trata do que é conhecido no vocabulário jornalístico como “suíte”.

O termo *suíte* é comumente utilizado para designar reportagens realizadas sobre os desdobramentos de um assunto que está em pauta na mídia há algum tempo e sobre o qual já foram feitas outras matérias. A *suíte* serve como um texto atualizado ou que traz outras informações complementares ou sucessoras do que já foi noticiado anteriormente. Portanto, está pressuposto que público que lê uma *suíte* já possui algum conhecimento prévio sobre o assunto para que possa compreender manchete e reportagem. Dessa maneira, algumas informações contextualizantes são incluídas, porém, outros detalhes menores já ditos são ignorados para encurtar o texto quando não são necessários para as novas informações.

A manchete aqui analisada menciona apenas estudantes da USP de forma genérica, mas por se tratar de uma *suíte*, pressupõe-se que o leitor tenha conhecimento de que se trata dos estudantes que foram presos pela invasão da reitoria após o cumprimento da ordem judicial de reintegração de posse. A ideia de que os estudantes mencionados foram presos está inculcada na palavra “*fiança*” no final da chamada da matéria. Também está suposto que o leitor sabe que a reitoria da universidade foi invadida, embora isto seja afirmado dentro do texto.

A matéria apresentada está na categoria “*primeira página*” entre as editorias do blog. A fotografia que complementa a matéria é real e não montada. O texto também possui data de publicação e autores que assinam abaixo do ponto final, o que lhe confere um aspecto ainda mais similar ao de um site noticioso comum. O espaço abaixo reservado para comentários oriundos de redes sociais e do próprio site também mostra ser aquele um espaço de discussão sobre os eventos ridicularizados no texto e de eventuais novas piadas. É comum, porém, encontrar-se entre os comentários, a opinião revoltada de algum leitor indignado que tenha acreditado nos fatos narrados no site de humor.

O principal apelo humorístico do texto consiste na ridicularização da prisão dos estudantes que invadiram a reitoria da Universidade. Para fazer humor, o retador utiliza o direito à meia-entrada estudantil que alunos de Ensino Médio, Fundamental e Superior possuem em cinemas, teatros, shows, eventos culturais em geral e passagens de transporte público, às custas de subsídios do governo. Ao relacionar um direito dos estudantes concedido pelo governo à infração da lei por eles cometida, o cômico aparece. O elemento aqui presente é o estereótipo do estudante que invade a reitoria como um indivíduo com pouco poder, que tem a intenção de se valer de recursos públicos para diminuir a punição por infringir a lei.

A ironia também é identificada no texto na inclusão da fala do entrevistado imaginário Júnior Franco. O estudante é descrito como “videomaker”, uma ocupação não reconhecida. A inclusão do personagem inventado que não possui uma profissão também pode ser interpretada como uma crítica subjetiva à ocupação de todos os envolvidos, insinuando que os mesmos não tenham emprego ou trabalho a fazer. A frase incluída como depoimento do entrevistado também indica esta conotação, quando o personagem afirma nunca ter possuído nem ao menos uma carteira para guardar qualquer tipo de documento ou dinheiro.

Há ainda o elemento da “fiança” não monetária que, segundo a matéria, a polícia estaria aceitando. Ao afirmar que os estudantes poderiam pagar a saída da prisão com camisas do Che Guevara, charutos cubanos, livros do Karl Marx e cigarros de artista, o tal repórter insinua que, sem emprego, ocupação ou fonte de renda, estes seriam os únicos objetos que os estudantes presos possuíam. A imagem montada do estudante que invade a reitoria é, portanto de crítica por parte do enfoque do texto. Apesar disso, é válido ressaltar que em momento algum o redator expressa abertamente uma opinião sobre o caso ou os personagens nele envolvidos. A principal arma do texto é a dissimulação e a utilização constante do deadpan ou humor seco.

## ANÁLISE 2

Postagem do *The i-Piauí Herald*, publicada em 8 de novembro de 2011

## Alunos da USP exigem meia-fiança

08/11/2011 16:25 | Categoria: [Brasil](#)

Imprimir:  Compartilhar:   



*O conflito se agravou e alguns estudantes chegaram a declamar versos de Carlinhos Brown em direção aos policiais*

REITORIA - Atordoados com a notícia de que os conflitos na USP seriam narrados por Galvão Bueno, estudantes perderam o controle e prometeram enviar energias tântricas em direção ao espaço para forçar o asteroide 2005 YU55 a cair sobre um batalhão da PM. "Vocês sabem, nos últimos anos o movimento estudantil se tornou governista. Não bastasse estarmos tensos diante do desafio de reaprender a protestar, ainda anunciam que o Galvão passará a narrar o UFC. Mesmo assim não dissemos nada. Em seguida, vieram aquelas entrevistas dele com jogadores de futebol espalhados pelos lugares chiques da Europa, e também ficamos calados. Mas há um limite para tudo. A Globo já estragou o futebol, o Roberto Carlos e o PT. Que ao menos preservem as passeatas", explicou o líder estudantil José Palmeira, filiado ao PCdoB e ao ministério do Turismo.

Em gesto considerado extremo, Palmeira convocou os colegas a queimarem camisas sociais da Diesel. Não foi atendido.

Como precaução, foram presos todos os jovens que olhavam fixamente para o céu. Em represália, um grupo ligado ao departamento de Letras da universidade jogou pelo menos sete poemas concretos sobre a brigada policial. Dois tenentes e um soldado foram levados para o Hospital das Clínicas. Constatou-se uma fratura cerebral causada pelo choque com uma redondilha de Haroldo de Campos, um fêmur fraturado por um soneto de Décio Pignatari e uma lesão no cóccix produzida pelo impacto de um verso cortante de Arnaldo Antunes.

Os suspeitos foram levados para a delegacia e responderão por atentado poético. Imediatamente, do gabinete de sua ONG de inclusão social, o presidente da UNE enviou ao Congresso um pedido para que os estudantes paguem meia fiança. "Será uma vitória da democracia", publicou no twitter.

No mesmo dia em que o *Sensacionalista*, o blog *The i-Piauí Herald* publicou uma matéria sobre a prisão dos estudantes na reitoria da USP, o que mostra não uma coincidência, mas a atenção demonstrada pelos blogs fictícios aos acontecimentos reais que parodiam. Com padrões um pouco diferentes do colega mais famoso, *The i-Piauí Herald* preza menos pela similaridade estética com os sites noticiosos de verdade que pelas inúmeras referências que recheiam seus textos.

No caso da USP, a piada da manchete dos dois blogs foi a mesma, mas o tratamento dado a elas foi diferente. As frases aqui são mais longas e complexas, o que acaba por comprometer a clareza do lide, em algumas ocasiões. A foto sempre acompanha o texto, mas ao contrário do *Sensacionalista* – que utiliza fotos reais – as imagens do *Herald* são comumente montagens. Neste exemplo, não foi possível descobrir se a foto é montada artificialmente, mas é possível notar que mesmo quando não é, a imagem que ilustra a matéria é sempre sugestiva ou faz alguma gracinha por si só ou com ajuda da legenda.

As referências e pequenas zombarias presentes no texto – que tem mais fôlego que o primeiro – são inúmeras, mas é possível listar algumas, como a proposta do suposto entrevistado de queimar camisetas sociais da Diesel. Queimar itens do vestuário como forma de protesto remonta à queima histórica de sutiãs das mulheres rebeldes. Os ideais dos manifestantes em questão foram esvaziados, porém, com a referência à grife de roupas, indicando uma classe social e condição financeira à qual pertencem os estudantes para fazer-lhe uma crítica.

Outra crítica velada é a participação do presidente da UNE na matéria. A referência “do gabinete de sua ONG de inclusão social” mostra que, além de insinuar a falta de atitudes práticas do comando estudantil, o texto faz uma piada relacionando a instituição às ONGs envolvidas em convênios fraudulentos do Ministério dos Esportes.

II – Dupla de um só

ANÁLISE 3

Postagem do *Sensacionalista*, publicada em 28 de outubro de 2011

Publicado Em: sex, out 28th, 2011

Entretenimento / primeira página | Por @sensacionalista

## Zezé já estava cantando sem Luciano há 10 anos, mas ninguém tinha notado

Like 12k Tweet 907 Share 719



O anúncio da separação de Zezé di Camargo e Luciano surpreendeu os fãs da dupla. Cantando juntos há 20 anos, os irmãos decidiram separar a dupla após uma briga. O que poucos sabem é que Luciano já não cantava com Zezé há mais de 10 anos. Há muito tempo, Luciano apenas segurava um microfone desligado e ficava ao lado de Zezé justificando o seu nome na dupla. A separação acontece em um momento em que a música sertaneja está abandonando a moda das duplas,

portanto a presença de Luciano não era mais necessária.

Os irmãos agora seguem por caminhos diferentes: Zezé está se preparando para o início das filmagens do longa “Um filho de Francisco” e Luciano teria feito a prova do ENEM neste último fim de semana, pois pretende agora se dedicar ao sertanejo universitário.

**Leonardo Lanna**

Esta é mais uma suíte. O caso repercutido desta vez é no meio musical: a suposta separação da dupla sertaneja Zezé di Camargo e Luciano. Em um show dos irmãos no Paraná, no dia 28, Zezé subiu sozinho no palco e anunciou que o parceiro tinha ido embora por causa de uma briga. Logo depois, Luciano apareceu e anunciou o fim da dupla no microfone. Entre as declarações do cantor ao público perplexo, a afirmação de que “ano que vem meu irmão vai continuar a carreira sozinho e vocês vão ser a segunda voz que ele sempre mereceu e merece pro resto da vida.” Dias depois, Luciano foi parar em um hospital de Curitiba por intoxicação com medicamentos. Assessoria da dupla desmentiu a separação, motivada por

uma briga e declarações no calor do momento, mas o caso foi motivo de muita repercussão na mídia.

Aproveitando o gancho, o *Sensacionalista* publicou a matéria falsa afirmando que o cantor da segunda voz já não participava de fato das músicas há muito tempo. A falsa notícia toca num ponto chave da briga e, por este motivo, é tão verossímil. A insinuação de que o cantor da primeira voz não precisa do outro para seguir carreira é percebida de forma direta no texto, levando o leitor desavisado a acreditar ser esse o motivo da separação, que até o momento estava sem explicação.

Como na maioria dos textos do *Sensacionalista*, o lead é forte, apelativo e impactante. Apesar de não contar a verdade em seu destaque principal, o texto dá antecedentes verdadeiros que compõem a suposta veracidade da matéria: “O anúncio da separação de Zezé di Camargo e Luciano surpreendeu os fãs da dupla. Cantando juntos há 20 anos, os irmãos decidiram separar a dupla após uma briga.” Até esta frase, não há sequer uma informação mentirosa. O lide em questão poderia, portanto, pertencer a qualquer uma das inúmeras matérias publicadas em repercussão às declarações dos dois cantores. A partir daí, porém, vem o ponto chave, a informação exclusiva, dada de forma que o leitor perceba que é um fato novo – porém falso – descoberto sobre o caso (“O que poucos sabem é que Luciano já não cantava com Zezé há mais de 10 anos”).

De forma inteligente, o autor da falsa matéria utiliza um caso notório em pauta em toda a imprensa (é válido notar que a data de publicação é a mesma do show em que foi feito o anúncio da separação, mostrando a agilidade do blog em acompanhar o assuntos do momento). A grande sacada da reportagem é a reprodução de diversos antecedentes verdadeiros – mais uma vez supostos de conhecimento do público – para dar uma informação nova e exclusiva que consistiria no principal destaque da matéria. Esta informação porém, é uma piada maldosa, revelando uma forte crítica ao circo armado em volta da separação da dupla e manifestando um certo desprezo pela continuação ou não de Luciano na carreira de cantor.

Outras referências são feitas no último parágrafo do texto: o repórter afirma que Zezé, agora em carreira solo, já está preparando as filmagens do longa “Um filho de Francisco”, piada em referência ao filme de 2005 “Dois filhos de Francisco”, sobre a trajetória da dupla. No mesmo parágrafo, o leitor é informado de que Luciano estaria se preparando para fazer a

prova do ENEM (Exame Nacional do Ensino Médio) – que é, como veremos adiante, alvo de críticas freqüentes por causa dos escândalos que o envolvem há bastante tempo, o que o tornou motivo de piada recorrente do blog – para se dedicar ao “sertanejo universitário”. A segunda piada exige um pouco mais de variedade do conhecimento prévio do leitor, que deve estar a par das notícias sobre o Exame.

#### ANÁLISE 4

Postagem do *The i-Piauí Herald*, publicada em 3 de novembro de 2011

## Luciano mistura sertanejo com axé e tem novo piripaque

03/11/2011 16:21 | Categoria: [Cultura](#)

Imprimir:  Compartilhar:   



*O cantor Zezé di Camargo & Luciano deve voltar aos palcos somente em 2012*

BARRETOS - O cantor Zezé di Camargo & Luciano foi novamente internado nesta madrugada. Correm boatos de que seu metabolismo não teria resistido à mistura de axé com sertanejo ocorrida durante o show de ontem. "No passado, ele chegou a tomar uísque com Rivotril, causando um quadro delicado de intoxicação que conseguimos reverter empregando procedimentos padrão. Agora ele passou completamente dos limites. A ciência médica ainda não sabe como combater a inteiração patogênica de axé com sertanejo", explicou o médico Salim Abdul Gonçalves.

Dezoito pessoas que estavam na plateia foram hospitalizadas quando Zezé Di Camargo & Luciano anunciou que cantaria "É o Amor" acompanhado da Timbalada, em arranjo de Carlinhos Brown. Bastou o cantor encaixar a sua voz com o atabaque em "Eu não vou negar que sou louco por você" para que vários presentes começassem a sentir tonturas, formigamento nas extremidades e comprometimento das funções renais. Em evidente estado de anoxia, o cantor ainda pediu para o público "jogar a mãozinha pra cima e bater na palma da mão".

Em poucos minutos, o pânico tomou conta da casa de shows. Houve quebra-quebra, prisões e frenesi. "Por um momento, enxerguei Alexandre Pires, de noiva, descendo do teto com asas de borboleta, cantando "Toda vez que chego em casa a barata da vizinha tá na minha cama". Comecei a me debater, até que dois enfermeiros esbofetearam meu rosto e consegui retomar posse do meu juízo ", explicou Jefferson Augusto da Silva, um dos presentes ao show. Jefferson está em observação no Instituto de Psiquiatria Musical e apresenta sinais de melhora.

Desta vez a referência é sobre o estado de saúde do cantor Luciano, que foi parar em um hospital após a briga com o irmão Zezé e o anúncio do fim da dupla durante um show. A primeira piada da publicação fica com a fotografia. Não por esta se tratar de uma montagem e sim porque a pessoa na imagem não é o cantor Luciano ou seu irmão Zezé. A fotografia com o também cantor de sertanejo Chitãozinho incita a confusão entre as duplas sertanejas, insinuando que são todas iguais.

Já dentro do texto, o cantor citado (Zezé di Camargo e Luciano, como se fossem uma mesma pessoa) é descrito como um ex-dependente químico, fazendo uma crítica e uma brincadeira com o hábito de Luciano de beber. O motivo da internação real de Luciano também é referenciado no texto por meio da citação à intoxicação por medicamentos (que também são chamados de drogas).

Com o duplo sentido das palavras, a piada se faz em relacionar a intoxicação de Luciano com medicamentos (drogas) à mistura de diferentes ritmos musicais (axé e sertanejo), chamando ambos de “drogas”.

## III – Escândalos ministeriais

## ANÁLISE 5

Postagem do *Sensacionalista*, publicada em 27 de outubro de 2011

Publicado Em: qui, out 27th, 2011

Esportes / primeira página | Por @sensacionalista

## Dilma chama Gui Pádua para Ministério dos Esportes: “se cair já tem paraquedas”

Like 905 Tweet 132 Share 102



A presidenta Dilma Rousseff acaba de anunciar que vai chamar o paraquedista Gui Pádua para ocupar a vaga de Orlando Silva no Ministério dos Esportes. Dilma declarou que devido aos últimos acontecimentos é mais seguro que o próximo ministro esteja preparado para uma eventual queda. A oposição criticou a decisão da presidenta alegando que Gui Pádua já teve uma passagem pela Fazenda e não foi bem.

Em paralelo a isso, a NASA declarou que assim como acontece com os satélites, queda do ministro Orlando

Silva será em área despovoada e, como das outras vezes, ninguém será atingido.

**Leonardo Lanna**

Este exemplo faz uso do duplo sentido em todas as piadas do texto e, por isso, o contexto aqui é ainda mais importante. Nos primeiros dez meses de governo da presidente Dilma Rousseff, uma série de denúncias de corrupção ocasionou a demissão de vários ministros. Antônio Palocci (Casa Civil), Alfredo Nascimento (Transportes), Nelson Jobim (Defesa), Wagner Rossi (Agricultura, Pecuária e Abastecimento), Pedro Novais (Turismo) e Orlando Silva (Esportes) entregaram seus cargos este ano e geraram uma série de piadas. Desde o fato de a presidente não fazer vista grossa ou tentar acobertar seus ministros, até as condições e situações esdrúxulas da ocasião de suas demissões.

As “quedas” dos ministros estão ironizadas na matéria com o duplo sentido de uma queda literal, um tombo, o ato de cair. A piada da manchete faz referência também ao paraquedista Gui Pádua, que, neste caso, mesmo sendo desconhecido do público, é apresentado em sua ocupação para dar sentido à brincadeira. O falso anúncio presidencial noticiado pela matéria de que Gui Pádua assumiria o Ministério dos Esportes após a saída de Orlando Silva é quase uma piada pronta. Ela utiliza portanto, o duplo sentido da palavra, apresentando a solução para queda em um sentido como medida para resolver o problema da queda em outro sentido completamente diferente.

O duplo sentido não para por aí. Mais uma vez confiando nos conhecimentos referenciais do leitor, a matéria faz mais uma inversão de significados, desta vez com a palavra Fazenda. A suposta passagem pela “Fazenda” sugerida pela matéria dá a entender que se trata do Ministério da Fazenda. Porém, o paraquedista Gui Pádua fez, de fato, uma rápida passagem pela Fazenda, só que não o Ministério e sim o reality show exibido pela rede Record de televisão.

É notável também a utilização de construções comuns nos textos noticiosos como “a presidente acaba de anunciar”, “Dilma declarou” e “ a oposição criticou”, que se assemelham ao modo noticioso de contar uma história. No último parágrafo, é feita mais uma referência externa com a falsa declaração da NASA sobre a queda de Orlando Silva. O leitor bem informado pode compreender que neste ponto o autor do texto se refere às recentes quedas de satélites na Terra, amplamente noticiadas pela mídia dos acontecimentos verdadeiros.

## IV – O ENEM

## ANÁLISE 6

Postagem do Sensacionalista, publicada em 28 de outubro de 2011

Publicado Em: sex, out 28th, 2011

País | Por @sensacionalista

## Sensacionalista passa o Enem no ranking de instituições com mais credibilidade do país

 Like 1k
  Tweet 212
  Share 220

O Sensacionalista anuncia com orgulho que ultrapassou o Enem no ranking das instituições brasileiras com mais credibilidade. O levantamento foi feito ontem pelo instituto Nupal (Núcleo de Pesquisas da América Latina). O Enem assumiu o primeiro lugar na lista das instituições, personalidades e hábitos nos quais não ninguém pode acreditar. Esse é o ranking:

- 1) Enem
- 2) Mulher que diz que está com dor de cabeça
- 3) Sensacionalista
- 4) Desculpa de ministro
- 5) Amigos falando sobre sua performance sexual
- 6) ONGs ligadas ao esporte
- 7) Taxímetro
- ☹️ Chefes prometendo aumento
- 9) Adolescente prometendo que vai arrumar o quarto
- 10) Cor de cabelo de loura

**Otileno Junior, inspirado em tweet de @naosalvo**

Neste exemplo ocorre algo que acontece eventualmente nos veículos de imprensa. O texto faz uma referência a ele mesmo, ao próprio veículo. No caso, mais um ataque direto ao Exame Nacional do Ensino Médio (ENEM) que uma matéria em si, o Sensacionalista afirma que passou o Exame em matéria de credibilidade. A provocação deixa claro para quem conhece o blog que é uma afirmação direta de que um jornal que inventa notícias é mais confiável que o ENEM.

Os antecedentes aqui referenciados nada mais são que as dificuldades encontradas pelo Ministério da Educação com o Exame. Criada em 1998, a prova é utilizada como ferramenta para avaliar a qualidade geral do ensino médio no país. Posteriormente, o exame começou a ser utilizado como exame de acesso ao ensino superior em universidades

públicas brasileiras através do SiSU (Sistema de Seleção Unificada) e sua importância veio crescendo por meio de novos acessos à educação tornados possíveis a partir da realização da prova.

Desde 2009 porém, o exame enfrenta fraudes, vazamentos e denúncias todos os anos, o que tem dificultado o estabelecimento do ENEM como uma ferramenta de credibilidade para o acesso ao Ensino Superior. No caso mais recente, do Enem 2011, a edição foi marcada pela constatação de que alunos de um colégio particular de Fortaleza, tiveram acesso antecipado a cerca de 14 questões que foram cobradas no exame durante um "pré-teste" do Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (INEP), instituição responsável pelo ENEM.

Além do exame, a postagem faz outras piadas utilizando em seu ranking da "falta de credibilidade" outros elementos em que "ninguém mais acredita" comuns em brincadeiras. Alguns exemplos são a "mulher que diz que está com dor de cabeça", "desculpa de ministro" (mais uma referência aos escândalos de corrupção ministeriais), "chefes prometendo aumento". É válido destacar um item na lista que faz uma referência mais atual que ligada ao imaginário popular: "ONGs ligadas ao esporte". Neste exemplo, a referência faz uma ironia à saída de Orlando Silva do ministério. A demissão se deu em meio às sucessivas denúncias de fraudes em convênios do ministério e à descoberta de irregularidades no Programa Segundo Tempo, que teria se transformado em instrumento financeiro do PC do B, partido do ex-ministro.

## ANÁLISE 7

Postagem do *The i-Piauí Herald*, publicada em 31 de outubro de 2011

## Enem é reprovado no Enem

31/10/2011 18:26 | Categoria: [Brasil](#)

Imprimir:  Compartilhar:   



*Ao informar mais uma fraude no Enem, Sandra Annenberg comentou: "que deselegante!"*

USP - Pelo segundo ano consecutivo, o Exame Nacional do Ensino Médio levou bomba na aplicação dos Exames Nacionais do Ensino Médio. "A gente estuda, se empenha, mas temos que dar o braço a torcer: o nível dos candidatos está muito acima do normal. A cada ano, mais e mais alunos e professores desenvolvem técnicas sofisticadas para burlar as provas", reconheceu o ministro da Educação, Fernando Haddad.

O ministro apresentou estudos do IBGE, da FIESP e da CUT que comprovam que a proficiência de práticas ilegais no país cresceu 324% nos últimos anos. "Em 1986, apenas 21% dos brasileiros médios sabiam falsificar um documento. Agora, somos 85%", orgulhou-se. Haddad acredita que o sucesso se deve à difusão, nos últimos anos, dos malfeitos de políticos e ministros. "A cada novo escândalo, há o que nós, em pedagogia, chamamos de efeito de emulação. O resultado é esse magnífico desenvolvimento da sem-vergonhice no país", explicou. Animado, Haddad aposta que, em breve, seremos o país com maior parque tecnológico para piratear CDs e DVDs.

Na tentativa de evitar novos vazamento, Haddad estuda aplicar a prova apenas para torcedores do Santos. "É mais fácil controlar e identificar culpados quando lidamos com grupos muito pequenos", explicou.

Brincando com a credibilidade do Exame, esta matéria também é um exemplo onde a ironia aparece com destaque. Logo na manchete, o blog anuncia que o ENEM é tão sem credibilidade que não seria aprovado nem no próprio Exame. O ENEM reprovado é aqui reconhecido como o conjunto de profissionais envolvidos na sua elaboração e aplicação (Ministério da Educação e INEP), que mesmo se esforçando para conseguir um ano sem escândalos, acabam sendo vencidos pelos candidatos e professores do Exame – que sempre dão um jeito de burlar a fiscalização de fraudes e vazamentos.

Nesta matéria em especial, há o elemento de manifestar, ironicamente, orgulho de algo desprezível. Fica evidente que, mesmo que o Ministro da Educação, Fernando Haddad, nunca tenha dado essas declarações ou apresentado os números e porcentagens (inexistentes) contabilizados na matéria, a maneira orgulhosa com que ele o faz é irônica. A alusão a um conceito pedagógico reforça a ideia de causalidade e consequência enquanto as aspas de Haddad explicam os números. A explicação e as relações detalhadas compõem a estrutura noticiosa do texto.

A imagem e a legenda zombam de leve dos apresentadores do Jornal Hoje, da rede Globo, em especial, Sandra Annenberg. Conhecidos pela tagarelice e pelos comentários desnecessários e até bobos sobre as reportagens que chamam da bancada do telejornal, o casal do Jornal Hoje é alvo de piadas em diferentes contextos e utilizados para referenciar à prudência burguesa descrita por Malcolm Silverman neste trabalho. O comentário “que deselegante!” mencionado na legenda foi feito por Sandra na ocasião em que dois indivíduos que estavam nos arredores do Hospital Sírio-Libanês em São Paulo invadiram a frente das câmeras aos berros, no exato momento em que a repórter Monalisa Perrone entrava ao vivo com informações sobre o início do tratamento do ex-presidente Lula contra o câncer.

V – Axé in Rio

ANÁLISE 8

Postagem do *Sensacionalista*, publicada em 3 de outubro de 2011

Publicado Em: seg, out 3rd, 2011

Entretenimento | Por @sensacionalista

## Rock in Rio 2013 terá Luís Caldas, É o Tchan e Roupas Nova

Like 7k Tweet 424 Share 698



Mal terminou o Rock in Rio e já começaram a surgir os nomes das primeiras atrações do festival. Já foram confirmadas as presenças de Luís Caldas, É o Tchan e Roupas Nova. A direção do festival resolveu chamar Roupas Nova já que Maná esteve neste ano. “Decidimos chamar o Maná original e nacional”, disse um dos organizadores. Também foi

confirmada a presença de Carlão, o baterador de carteira que levou dinheiro de 120 pessoas nos dias do festival.

O novo parque do Rock in Rio vai ser temático. E terá como tema... o Rock in Rio! O parque contará com brinquedos como “Fila do Sanduba”, onde você tentará comprar um sanduba em menos de duas horas e “Fuga do Arrastão”, no qual as pessoas vão correr fugindo de ladrões. O Palco Mundo será rebatizado de Palco Imundo, para homenagear os banheiros.

Uma atração inédita será o Palco S2, onde se apresentarão Justin Bieber e Luan Santana.

**Redação Sensacionalista**

Quem acompanhou as notícias sobre o retorno de um dos festivais de música mais populares do mundo, o *Rock in Rio*, e a repercussão do que aconteceu nos sete dias do evento, sabe que o festival de 2011 foi um prato cheio para a imprensa e para as piadas. O texto desta análise é um exemplo do tipo de matéria comum após o término de eventos deste porte. Essas notícias costumam fazer um balanço dos acontecimentos gerais dos shows, declarações de artistas, depoimentos do público e previsões para eventos futuros.

Nesta última categoria, encontramos nosso exemplo, que inicia o texto da seguinte forma: “Mal terminou o *Rock in Rio* e já começaram a surgir os nomes das primeiras atrações do festival.” O lide é direto, informando ao leitor que ele saberá, a seguir, o que está se prevendo para a próxima edição do evento. Cada uma das atrações citadas na matéria como previstas para 2013 representa uma alfinetada à edição de 2011. O contexto é o da polêmica levantada em torno da escolha de algumas atrações para o festival deste ano que não condizem com o público ou a proposta do *Rock in Rio*. Ao afirmar que a edição de 2013 terá Luis Caldas (cantor de axé) e o grupo É o Tchan (pagode), o texto subjetivamente critica o fato da cantora de axé Cláudia Leitte ter figurado entre as atrações de 2011. Indiretamente, é como se o autor do texto fizesse uma provocação à apresentação da cantora indagando: “por que não?” Por esta lógica, se a presença de Cláudia é válida em um festival de rock, é válida também a presença de Luis Caldas e É o Tchan. O mesmo com a relação entre Roupas Nova e Maná.

Outras críticas ao *Rock in Rio* se seguem veladas no texto, como a organização e segurança: “Também foi confirmada a presença de Carlão, o batedor de carteira que levou dinheiro de 120 pessoas nos dias do festival.” Nestes excertos, a presença da ironia e do sarcasmo é marcante, além do cinismo. Graça Ramos afirma que a ironia é “tradicionalmente definida como o modo de exprimir-se que consiste em dizer o contrário daquilo que se pensa ou pretende fazer entender.” (RAMOS, 1997) No texto sobre o *Rock in Rio*, isso se faz por meio de uma maneira orgulhosa de anunciar algo que na verdade, causa desprezo, como a presença de ladrões no evento, a quantidade de lixo, as condições precárias dos banheiros e as filas para comprar comida.

## 8. CONCLUSÃO

Um dos principais elementos da sátira, como visto no presente trabalho, é a crítica a alguém ou algum objeto. Oculta pelo próprio cinismo, a crítica se faz por meio do bom humor e referenciais externos, que contribuem para a construção de sentidos da comicidade satírica. Historicamente, este gênero do humor tem sido utilizado como forma de protesto, uma verdadeira arma contra repressões à liberdade de expressão. O Brasil é rico em arquivos de produções deste tipo, fomentadas pela luta artística e cultural contra a censura do regime militar que governou o país por mais de duas décadas. Dada a bagagem histórica de repressão, acabou por desenvolver sua própria linguagem e subjetividade satírica.

Neste estudo, vimos que atualmente, a imprensa está recheada de produções satíricas que têm por objetivo entreter o leitor, além de se constituir em um gênero opinativo jornalístico. A irreverência da sátira, em geral publicadas na imprensa na forma de charges, é um elemento atrativo para o público. Dessa forma, o autor pode emitir uma opinião, fazer uma crítica àquele conteúdo ao qual a charge faz parte, contextualizando-a e chamando a atenção do leitor. O prazer do público de divertir-se com uma sátira publicada em um jornal vem também da capacidade de compreender a pluralidade de sentidos que o desenho oferece, referenciando fatores externos.

Utilizando conceitos de autores que estudaram a charge e a sátira em geral, reproduzida em diversas plataformas, vimos que a ela também pode assumir diversas roupagens – embora hoje em dia a mais difundida seja a charge – e pode aparecer na forma dos sites analisados neste trabalho. Os blogs satíricos brasileiros *Sensacionalista* e *The i-Piauí Herald*, em suas características essenciais, nada mais são que outro tipo de modelo satírico da imprensa. Porém, em vez de utilizar o exagero caricaturesco do desenho para fazer humor, este tipo de publicação se vale dos elementos da paródia no texto, que imita uma matéria jornalística.

O sucesso do *Sensacionalista* e do *The i-Piauí Herald* trouxe em seu bojo outras centenas de sites similares, além de muita polêmica na imprensa e com o público, o que mostra o alcance que uma notícia falsa pode ter. A conclusão é de que ao se falar destes blogs estamos falando de um novo tipo de charge sem desenhos, um tipo de sátira jornalística, mesmo que ainda não oficialmente reconhecido. Traçado o paralelo entre o modelo satírico conhecido – a charge – e o novo, este trabalho permitiu esta aproximação ao identificar

elementos em comum nos dois formatos descrito pelos conceitos dos autores do jornalismo e do humor.

## 8. BIBLIOGRAFIA

BERGSON, Henri. **O Riso – Ensaio sobre o Significado do Cômico**. Ed. Lisboa Guimarães Editores. Portugal. 1993

BRAGA, José Luiz. **O Pasquim e os Anos 70**. Brasília: Ed. UnB, 1991

BRUMMACK Brummack, J. *Zu Begriff und Theorie der Satire*. Stuttgart, v. 45, 1971.

FRANCO, Guillermo. **Como escrever para a web**. Centro Knight para Jornalismo nas Américas: 2009.

GIRALDI, Renata. **Instintos primitivos: o humor nos tempos do mensalão: fatos inusitados e irônicos que ganharam destaque na editoria de política dos jornais “Folha de S. Paulo” e “O Globo”**. Dissertação de mestrado do Curso de comunicação – Unb, 2008.

HARTMANN, Nikolai. **Estética**. Moscou: 1958.

LUSTOSA, Isabel. **Insultos impressos: a guerra dos jornalistas na Independência (1821-1823)**. São Paulo: Cia. das Letras, 2000.

MARQUES DE MELO, José . **A Opinião no Jornalismo Brasileiro**. PETRÓPOLIS: VOZES, 1994.

MOTTA, Luiz Gonzaga. **Jogos semânticos, efeitos de sentido e ação cognitiva nas notícias**. São Paulo: Compós – Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, 2004

PETRO, P. *Modern Satire. Four Studies*. New York : Mouton Publishers, 1982.

PROPP, Vladimir Iakovlovich. **Comicidade e riso**. São Paulo: Ática, 1976.

RAMOS, Maria da Graça. **Ironia à brasileira**. São Paulo: Paulicéia, 1997.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo**. v.2 Florianópolis: Editora Insular, 2008.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. Lisboa: Editora Presença, 1987.