

**UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA | UFPB**  
**CENTRO DE COMUNICAÇÃO TURISMO E ARTES | CCTA**  
**DEPARTAMENTO DE JORNALISMO**  
**Curso Bacharelado em Jornalismo**

**FIM DO SENSACIONAL E COMEÇO DO SURREAL:  
RELAÇÕES ENTRE HUMOR E JORNALISMO**

**LUÍS HENRIQUE MARQUES RIBEIRO**

**JOÃO PESSOA, PB**

**2016**

LUÍS HENRIQUE MARQUES RIBEIRO

FIM DO SENSACIONAL E COMEÇO DO SURREAL:  
RELAÇÕES ENTRE HUMOR E JORNALISMO

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à  
Coordenação do Curso Bacharelado em Jornalismo,  
da Universidade Federal da Paraíba, em atendimento  
às exigências para obtenção do Grau de Bacharel em  
Jornalismo.

Orientadora: Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Zulmira Nóbrega

JOÃO PESSOA, PB

2016

LUÍS HENRIQUE MARQUES RIBEIRO

## FIM DO SENSACIONAL E COMEÇO DO SURREAL: RELAÇÕES ENTRE HUMOR E JORNALISMO

O presente trabalho foi submetido à avaliação da banca examinadora, em cumprimento às exigências da disciplina Trabalho de Conclusão de Curso, como requisito parcial para a obtenção do Grau de Bacharel em Jornalismo, na Universidade Federal da Paraíba.

Aprovado em \_\_/\_\_/\_\_

Banca examinadora

---

Professora Doutora Zulmira Nóbrega  
Orientadora – UFPB

---

Professor Me. Fernando Trevas Falcone  
Examinadora – UFPB

---

Professora Dra. Joana Belarmino de Sousa  
Examinadora – UFPB

## AGRADECIMENTOS

Ainda não inventaram uma norma nem uma tecnologia eficiente que desse caminho para a inserção de multimídia na folha de agradecimento. Se assim fosse, começaria inserindo a música agradecer e abraçar, cantada por Maria Bethânia. Representa bem o momento. Aliás, eu faria uma playlist com todas as músicas que me guiaram, me deram força. A música é um centro de agradecimento para mim, ela me forma, me formou e ajudou na feitura dessa pesquisa. Agradeço às vozes que cantam para mim. Caetano Veloso, Gal Costa, Gilberto Gil, Maria Bethânia, João Gilberto e todas as que ainda vou descobrir e já gosto.

Agradeço aos meus amigos Rodrigo, Carol e Taisa que partilham do jornalismo com todos os seus descaminhos. Agradecer pela amizade sincera.

Agradeço aos meus amigos Demetrio, Damara, Bianca e Nevinha, por toda a força e amizade.

Agradecer à minha família, em especial à minha mãe Verônica e ao meu Pai Ernando, aos meus irmãos Vinícius e Gabriel. Carinho, pensamento e força.

Agradecer à água e a terra.

Agradecer à respiração, que me energiza sempre.

Agradecer aos professores que tive e que me deram os meios de saber fazer as perguntas e não responde-las.

Agradecer a minha orientadora Zulmira, que nunca deixa o bom humor de lado.

Agradecer a todos os amigos que debateram comigo sobre os caminhos do humor e do jornalismo e sugeriram mudanças, e fortaleceram meu trabalho.

“s.m. Fisiologia. Substância fluida de um animal, como o sangue, a linfa, a bile etc. Na medicina medieval, tinham grande importância os quatro humores: sangue, fleuma, bile amarela e bile negra. Supunha-se que a saúde de uma pessoa dependia de uma mistura correta desses quatro humores em seu corpo.”

## RESUMO

RIBEIRO, Luís. Fim do sensacional e começo do surreal: relações entre humor e jornalismo, 2015, 60 p.

Esta pesquisa analisa a relação entre humor e jornalismo a partir da análise de três notícias que compõe o caso do falso término do site Sensacionalista. Também pesquisa o site Surrealista, de natureza semelhante àquela e mesmo idealizador. Apresenta conceitos sobre o humor, observando o seu uso como instrumento de crítica, catarse e aporte para o entendimento da prática contemporânea jornalística. Trata-se de uma pesquisa exploratória, bibliográfica e com abordagem qualitativa. Observamos que o humor funciona como plataforma na qual podemos discutir, no jornalismo, a sua crise política, econômica e social, que o advento da internet e suas capilaridades promovem no cenário.

**Palavras-chaves:** Humor; Jornalismo; Notícia; Internet.

## **ABSTRACT**

RIBEIRO, Luís. End of the sensational and the beginning of the surreal : relations between humor and journalism, 2015, 60p.

This research analyzes the relationship between humor and journalism from the three news analysis that makes up the case of the false termination of sensationalist site. Also search the Surrealist site, similar in nature to that and even mastermind. It presents concepts of humor, noting its use as a critical instrument of catharsis and contribution to the understanding of contemporary journalistic practice. This is an exploratory, bibliographical and qualitative research approach. We note that humor works as a platform on which we can discuss, journalism, its political, economic and social crisis, that the advent of the internet and its capillaries promote the scene .

**Key-words:** Humor; Journalism; News; Internet.

## LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 – PRINT DO SITE: COMO EU ME SINTO QUANDO.....	19
FIGURA 2 – PRINT DO BUZZFEED: MATÉRIA PANORAMA.....	20
FIGURA 3 – PRINT DO BUZZFEED - O QUE FAZ UM MINISTRO CHEFE? .....	21
FIGURA 4 - EDITORIAS DO BUZZFEED.....	21
FIGURA 5 – CABEÇALHO DO SITE <i>SENSACIONALISTA</i> .....	37
FIGURA 6 – CORPO DO <i>SENSACIONALISTA</i> .....	37
FIGURA 7 – PRINTS DAS MATÉRIAS TÉRMINO DO SITE.....	38
FIGURA 8 – COMENTÁRIOS DO POST TÉRMINO DO SITE .....	39
FIGURA 9 – POST NOVA ESTRATÉGIA DE TELEJORNALISMO .....	44
FIGURA 10 – COMENTÁRIO SOBRE TÉRMINO DO SITE .....	47
FIGURA 11 – FRAME DO VÍDEO DO TOMBAMENTO .....	47
FIGURA 12 – PREFEITO DO RIO DE JANEIRO .....	48
FIGURA 13 – FRAME EXPLICANDO A FALA DO PREFEITO TOMBANDO O SITE .....	48
FIGURA 14 – FINALIZAÇÃO E ASSINATURA DO VÍDEO SOBRE TOMBAMENTO DO SITE .....	49
FIGURA 15 – PRINT DO DIÁRIO PERNAMBUCANO.....	50



## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO .....</b>	<b>9</b>
<b>2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA .....</b>	<b>13</b>
2.1 HUMOR: CAMINHO PARA A CRÍTICA E O DESABAFO .....	13
2.1.1 Os humores das épocas: entre a crítica e a exaltação .....	15
2.1.2 Humor e mídia no Brasil .....	22
2.2 JORNALISMO .....	23
2.2.1 Critérios do Jornalismo .....	25
2.2.2 Crise de legitimidade .....	28
2.3.1 ANÁLISE DO DISCURSO .....	29
2.3.2 Perspectivas da AD na mídia .....	30
2.3.3 Conceitos utilizados na pesquisa .....	31
<b>3 PROCEDIMENTOS METODOLOGICOS .....</b>	<b>33</b>
3.2 COLETA DE DADOS .....	33
3.3 PROBLEMAS NA PESQUISA .....	34
<b>4 APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS .....</b>	<b>35</b>
4.1 O SITE SENSACIONALISTA .....	35
4.2 CASO: TÉRMINO DO SITE SENSACIONALISTA .....	38
4.2.1 Notícia 1: .....	39
4.2.2 Notícia 2: a repercussão .....	45
4.2.3 Notícia 3: a volta .....	46
4.3 QUANDO A REALIDADE PARODIA A FICÇÃO E O INÍCIO DO SURREALISTA .....	51
<b>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>54</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>56</b>

## 1 INTRODUÇÃO

É o último período do curso de jornalismo. Para ter acesso ao diploma, há que se elaborar um trabalho de conclusão de curso. Esboços de pensamento transcorrem numa rede com vários percursos, nós e espessuras. É o campo da ciência acadêmica, das preferências temáticas e das micro lutas diárias que perpassam os meus sentimentos. Necessário organizar tudo isso para que se fique palatável ao sistema da universidade e se possa tomar mais um papel social, o qual integrou minhas vontades – ou não – durante um pouco mais de quatro anos, por conta das duas greves, de 2012 e 2015. O jornalista me espera.

Não sei como será esse encontro, mas suspeito uma situação bem humorada. Só o humor salva. Provável que o meu eu jornalista protagonize, junto com o meu eu estudante universitário, um esquete com jogos de palavras, em que as trocas e deslocamentos de sentido girariam em torno da instabilidade do campo jornalístico, do necessário uso do humor para enfrentar esse momento e não deixar a vontade de exercer o ofício se esvaír. Foi a percepção das possibilidades de usos e da relações entre o humor e o jornalismo no campo contemporâneo que me norteou a essa pesquisa.

As práticas jornalísticas sofrem a mutação das novas técnicas, plataformas e usos que a internet proporciona à informação. A mudança já era discursivizada na década de 90, com a noção de uma cultura própria localizada na rede mundial de computadores que nascia naquele momento, a Cibercultura, conceito introduzido por Pierre Levy (1999), cujos contornos ganharam novas camadas em crescimento exponencial no pequeno respiro de pouco mais de 20 anos.

Um conteúdo incalculável de (des)informação está disponível ao alcance de um toque, numa tela que parecia ser de televisão, mas é de computador. É a lógica do hipertexto, regida pelo conglomerado de textos acessados ao longo da navegação numa página na web.

Para esta pesquisa, procuramos destacar a questão dos movimentos de empoderamento informacional que o Ciberespaço deu voz. Com a internet, o jornalismo mudou a forma de noticiar, as bases instabilizaram-se, ou explicitaram essa característica, quando a web trouxe o feedback que já ecoava nas rádios comunitárias, nos fanzines e em outras formas de resposta às informações regidas pela grande mídia. A nova lógica serve como plataforma de troca de conhecimentos e opiniões que desestabilizou o papel da grande mídia. No humor, pudemos perceber esse cenário da crise de credibilidade jornalística.

Entendemos o humor como um campo que revela ideologias de uma sociedade. É através do discurso humorístico que se tem uma absorção de certas noções sobre questões como desigualdade econômica, gênero, raça, sexualidade e corpo, campos discursivos que têm grande impacto no fazer jornalístico. Assim, as notícias compõe e, de alguma forma, nos ajudam a entender a realidade brasileira.

Desde os começos da internet, o derrisório já esboçava presença. O humor é um fenômeno humano. Carrega consigo a chave para a manutenção da vida, quando pensamos que só mesmo pelo prazer causado pelo riso é que conseguimos enfrentar a realidade irremediável e perecível da vida.

Sobre essa questão, ao longo da história humana observamos momentos de divisão entre o prazer e o sofrimento, em que o humor, ou um certo tipo mais visceral, grotesco, era tachado negativamente. Mas para além da dicotomia, as experiências seculares humanas nos revelaram uma porta privilegiada de crítica e de construção ideológica por meio do humor. E, certamente, o jornalismo, grafado no imaginário coletivo, como signo de guardião da verdade e quarto poder, narrador silencioso das histórias humanas, esteve e está intimamente ligado ao riso, ao humor.

Dessa forma, analisamos o site de notícias fictícias *Sensacionalista* para tentar compreender as relações entre humor e jornalismo em um tempo de instabilidade econômica, política e ideológica deste último campo. Percebemos algumas chaves para esse compreensão: o caso do falso término do site, constituído por três matérias do *Sensacionalista*, e, posteriormente postadas no *Facebook*; o surgimento do *Surrealista*, site que se propõe a postar matérias factuais, mas que emulam a estética do *Sensacionalista*, ou seja, notícias que sugerem o cômico e irreverente através de absurdos que não poderiam ser imaginados no campo do real.

Esse caráter absurdo de algumas notícias factuais nos remete aos *fait divers*, expressão francesa que significa “fatos diversos”, termo introduzido por Roland Barthes, no livro *Essais Critiques* (1964). Um dos primeiros recursos editoriais para chamar atenção da audiência e divertir o público. Notícias que apesar de verdadeiras, tem um caráter inusitado.

É na compreensão dos *fait divers*, como uma caminho quase certo para a audiência, por conta de sua natureza apelativa, que observamos o seu uso transposto à lógica dos contextos ciberculturais em sites de humor com signos jornalísticos.

Segundo a descrição do próprio endereço, o *Sensacionalista*<sup>1</sup> é um site de humor com notícias fictícias. Usa o estilo de texto jornalístico para fazer manchetes engraçadas sobre fatos cotidianos. O *mídiakit* do veículo destaca um crescimento da audiência, com um número expressivo de acessos mobile e repercussão nas redes sociais.

Surgido em 2009, a proposta do site reflete semelhante estética de uso do humor e jornalismo de outros sítios. A exemplo do *The i-piauí Herald*, surgido também em 2009, o *Diário Pernambucano*, criado em 2010, o *G17*, lançado em 2011, paródia do portal de notícias da Globo. A ideia do *Sensacionalista* veio do site americano *The Onion* (<http://www.theonion.com>), jornal humorístico que parodia eventos jornalísticos reais, que satiriza tanto os eventos noticiados como os estilos de apresentação dos meios de comunicação.

Diante do que já foi exposto, gostaríamos de pontuar uma noção que nos é cara durante o decorrer desse trabalho: a linguagem. É por ela que conseguimos elaborar e liquefazer muitas de nossas práticas sociais. A sua importância nesse trabalho se consubstancia nos pressupostos da Análise do Discurso de linha francesa, que consiste no entrelaçamento da língua, história e sujeito. A língua é um campo de lutas ideológicas, e o discurso funciona como mecanismo de materialização dessa situação.

Para o nosso trabalho, utilizamos os princípios da especificidade, da exterioridade e da não evidência de sentido, presentes no pensamento do filósofo francês Michel Foucault e também do linguista francês Michel Pêcheux.

Desenvolvemos o estudo da seguinte maneira. No referencial teórico, falamos sobre o humor como um meio de crítica e desabafo, traçando alguns conceitos desenvolvidos por Bahktin (2010), Propp (1992), Bergson (1983), Minois (2003), entre outros; apresentaremos um recorte de épocas em âmbito da história mundial, além de uma visita aos caminhos do humor no Brasil da Belle Époque. Em seguida, abordamos conceitos sobre o jornalismo, critérios e a crise de legitimidade da prática. Depois, nos situamos nas perspectivas de pesquisa da Análise do Discurso na mídia, em que falamos dos caminhos utilizados para este estudo. Nesse contínuo, apresentamos a metodologia usada, para depois abrir o capítulo da análise do caso do término do *Sensacionalista* e do início do *Surrealista*.

---

<sup>1</sup> O *Sensacionalista* tem aparência similar a um site de notícias. Dividido em editorias, utiliza da linguagem jornalística para elaborar piadas sobre assuntos cotidianos e que permeiam as notícias do mundo real.

## 1.2 OBJETIVOS

### 1.2.1 Objetivo geral

Analisar as relações entre humor e jornalismo do site de notícias fictícias *Sensacionalista*.

### 1.2.2 Objetivos específico

Problematizar a questão da crise das práticas jornalísticas a partir da análise das matérias do *Sensacionalista*, tendo como norteamento o caso do término desse site.

Analisar o humor como ferramenta para um entendimento do jornalismo a partir do risível que elabora uma crítica.

## 2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

### 2.1 HUMOR: CAMINHO PARA A CRÍTICA E O DESABAFO

Pensado e repensado desde a antiguidade, o humor compreende uma área vasta de conceitos que percorre as relações humanas. O campo trabalha com diversos territórios, mas não tem uma exata definição. “Um dos traços do humor é justamente ser indefinível, pode-se praticá-lo, reconhecê-lo, mas jamais descrevê-lo” (MINOIS, 2003, p.304).

Percebe-se essa característica do humor quando, em seus diversos modos e significados de expressão, o vocábulo tem associação com outras palavras: riso, ironia, alogismo, comparação etc. Alguns teóricos que dissertaram sobre o humor estabeleceram classificações.

O estruturalista russo Vladimir Propp (1992), influenciado por sua análise literária, inseriu-se neste movimento. Em seu livro *Comicidade e Riso*, divide-se os tipos de riso em duas linhas principais: o riso de zombaria (o cômico da natureza, natureza física do homem e sua associação com animais, comicidade da semelhança e das diferenças, o ridículo das profissões, a paródia, o exagero, alogismos, mentira, instrumentos linguísticos da comicidade) e outros tipos de riso (bom, maldoso, cínico, alegre, ritual, imoderado).

Embora o humor não seja diretamente citado na classificação de Propp, o uso do termo comicidade se insere no campo quando trazemos à discussão, além do conceito de Minois, o de Bremmer e Roodenburg “qualquer mensagem - expressa por atos, palavras, escritos, imagens, ou músicas - cuja intenção é a de provocar o riso ou um sorriso” (BREMNER; ROODENBURG, 2000, p.13).

Apesar de não pudermos definir, sabemos que em determinada situação reside humor. O humorista escritor Mark Twain (apud MINOIS, 2003) dizia que o humor é uma via privilegiada de compreensão do mundo. Acordado à esse fluxo de pensamento, Freud, em seu estudo sobre os chistes, entendeu o humor como uma defesa psíquica contra a dor (apud MINOIS, 2003). O humor é a arma mais sublime porque, ao contrário das outras, mantém a saúde psíquica e o equilíbrio e é fonte de prazer. (MINOIS, 2003, p.527).

No território do ciberespaço, o humor é uma tônica frequente. Acessível de forma rápida nas redes sociais, o humor serve como elemento de relaxamento e enfrentamento das rotinas

cotidianas. Quem nunca deu aquela pausa no trabalho para rir de um vídeo engraçado no Facebook,<sup>2</sup> ou compartilhar uma imagem que suscitou o riso?

É preciso pontuar que o riso situa-se dentro do vasto território do humor. Porém, nem tudo que é humor suscita o riso. “O humor e o riso não devem ser considerados inseparáveis” (DRIESSEN, 2000, p.253). Neste sentido, um bom exemplo é quando lemos um texto satírico. A crítica contida neste gênero, apesar de não proporcionar um reflexo mecânico do corpo, de alguma forma, preenche-nos a mente, num sentimento de saciedade. Foi por isso que, em diversas épocas, o humor foi usado como instrumento de coesão social, no sentido de manter a harmonia relativa dos grupos, sem prejuízos para o Estado.

Num interessante ensaio sobre as relações entre o humor e a antropologia (DRIESSEN, 2000), o humor e o riso servem como facilitadores da comunicação, mas também delimitam as fronteiras do grupo e revelam questões importantes das sociedades. O cinema nos serve de muitos exemplos. No filme *Legally Blonde*,<sup>3</sup> temos a história de uma personagem que desloca-se de seu ambiente para ir estudar numa universidade renomada. Ao chegar no campus, o seu estereótipo de loira, associado à baixa compreensão intelectual, a fazem ser alvo de piadas durante toda a narrativa. Ela não poderia estar naquele lugar porque é uma “patricinha”. As piadas eram sempre feitas em grupo, funcionava quase como contágio, se um comesse a rir, todos também teriam que rir. Quem não risse correria o risco de ser expulso do grupo. Numa sociedade marcada pelo consumismo e culto à aparência física, já existe um lugar esperado socialmente, quando há um rompimento, o sujeito acaba ocupando uma posição de resistência, e é quando se torna alvo de piadas. O humor e o riso tem essa função de delimitar os lugares sociais, quem transgride, se torna alvo derrisório. Facilita a comunicação pois serve como um indicativo de que há algo fora do lugar, o que acaba por revelar certas estruturas ideológicas da sociedade, pois, neste caso, o porquê de se pensar que uma loira inteligente seria algo desconectado? Porque vivemos numa cultura machista, de sexualização do corpo da mulher, e de que, na mulher, não caberia ser bonita e inteligente ao mesmo tempo.

Os estudos sobre humor percorrem várias áreas do conhecimento: sociologia, antropologia, psicologia, medicina, teatro, história, filosofia, literatura. Não é por acaso, portanto, que vários estudiosos procuraram pensá-lo como ferramenta para o entendimento

---

<sup>2</sup> Facebook é um site e serviço de rede social que foi lançado em 4 de fevereiro de 2004, operado e de propriedade privada da Facebook Inc. Wikipédia, 2016. Disponível em: <<http://migre.me/tfkys>>. Acessado em: 16 mar. 2016, às 14h.

<sup>3</sup> Dirigido por Robert Luketic, 2001.

histórico e existencial. O humor é uma “chave para compreender os códigos culturais e as percepções do passado”, (BURKE, 2000, p.11). E, também, da contemporaneidade.

Atualmente, várias publicações especializadas no tema estão em atividade. Nos Estados Unidos, a International Society of Humor Studies, periodicamente, publica o Humor: International Journal of Humor Research. Na França, temos a revista semestral Humoresques.

Em âmbito nacional, o linguista e professor da Universidade Estadual de Campinas (Unicamp), Sírío Possenti, desenvolve pesquisas em Análise do Discurso, com ênfase nos campos de humor e mídia. As pesquisas, no Brasil, giram em torno da linguística, análise de piadas, quadrinhos. A professora Ana Cristina Carmelino, da Universidade Federal de São Paulo (Unifesp) e o professor Luiz Carlos Travaglia, da Universidade Federal de Uberlândia também contam com uma produção expressiva no campo do humor. A academia encontra material fecundo quando nos deparamos com a quantidade de sites, programas e canais de televisão de piadas e humor.

### **2.1.1 Os humores das épocas: entre a crítica e a exaltação**

Os tipos de humor variam conforme a cultura que estamos inseridos? Acreditamos que a derrisão é algo universal que, apesar de se colocar em cenários diferentes, a essência permanece a mesma. Esse motivo talvez se ancore na questão psicológica do humor: é preciso encontrar forma fisiológica e mental para extravasarmos as dores próprias da existência humana (o fator inevitável da morte, as questões sobre nossa existência). “Não há humor americano, inglês, alemão, francês, belga ou judeu. Há tipos de humor correspondendo a diferentes psicologias, sentidos por experiências diferentes e encontrados em todos os países”. (MINOIS, 2003, p. 499).

Para esta pesquisa, abordaremos a história do humor a partir de algumas clivagens que, acreditamos, dialoga com nosso objeto de pesquisa. Em específico, procuraremos pensar os períodos históricos em que o humor aproximou-se de uma estratégia de comunicação, ao servir como fator de coesão social e de meio de protesto e crítica.

Por conseguinte, iniciamos o percurso na Grécia Antiga. Com importante contribuição para os estudos sobre o riso, Platão, Aristóteles, Cícero e Quintiliano, filósofos gregos,



procuraram pensar o que levava o homem a rir. Desde o Período Arcaico da Grécia Antiga, as razões da derrisão passavam pelas divisões do riso simples e o riso agressivo e zombeteiro. A desconfiança com esse último tipo de riso, residia na falta de racionalidade e desenvolvimento intelectual. Não era interessante rir descontroladamente, mas apenas esboçar um sorriso.

O pensamento de Bremmer (2000) dialoga com Alberti (1999) na questão de que o riso foi pensado entre dois polos: a diferenciação do homem perante o animal ao mesmo tempo que o exagero do riso o remetia a uma constituição primitiva. Rir seria um fator singular à nossa natureza, embora que, fisiologicamente, nos aproximaria de uma animalidade, uma vez que as gargalhadas remetem-nos à uma perda de controle motor. O que era contrário aos pitagóricos, espartanos e cristãos ascéticos.

Na segunda metade do século IV, em Atenas, existia o Clube dos Bufões, intitulado “os sessenta”. Eles se encontravam regularmente. “Era típico da civilização grega que as ocasiões de riso e zombaria não fossem as do cotidiano, mas as do convívio social e das festividades.” (BREMNER, 2000, p.29).

A mitologia grega aborda a questão do riso. No papiro alquímico, de autor anônimo, denominado papiro de Leyde, foi a partir do riso de Deus que nasceram os sete deuses. A partir de suas gargalhadas o mundo se criou. Por compreender um vasto e rico período, as civilizações antigas (grega e romana) apresentaram momentos interessantes de observação do riso. Associado à manifestação divina, “o riso contribuiu muito para a longevidade do mundo romano [...] A comédia funciona como válvula de segurança da sociedade civil.” (MINOIS, 2003, p.105). É a questão que até hoje é usada como argumentação frente o desvio de atenção de problemas públicos: a política do pão e circo. Entreter a população e usar este momento também como possibilidade de manifestação das insatisfações sociais, de forma controlada e lúdica. É um espaço em que se poderia destilar os abusos do governo, e descarregar essa indignação através do riso, evitando assim revoltas mais graves.

Em sua análise da cultura popular na Idade Média, a partir da obra literária de François Rabelais, Bahktin (2010) nos mostra a força dos festejos e a sua função de manter um status de dominação do povo. O raciocínio funcionava dessa forma: o povo oprimido por uma cultura cristã que suscitava o medo, a praticamente nula ascensão social, e os regimes de exploração feudal, encontravam nos festejos uma válvula de escape, uma mudança e inversão dos papéis sociais, ainda que de forma lúdica, para a população. E isso era fundamental para evitar o rompimento da harmonia social.

Durante a Idade Média, essas lógicas se reorganizaram por vários momentos. O estudo de Bahktin, apesar de criticado, permaneceu creditado positivamente no que tange à possibilidade de estudar o riso na cultura de sociedades, que se tornou mais nítida, já que não havia até então uma pesquisa com esse direcionamento. Até então, os estudos se voltavam a uma questão de tentar entender os funcionamentos internos e tecnicistas do riso, encontrados explicitamente nas classificações de Propp (1992) e também em Bergson (1983), no começo do século XX.

O papel da igreja é fundamental nesses caminhos do riso na sociedade. Na Contra-reforma, as piadas eram liberadas sob o pretexto de reprovar as imperfeições dos outros, de quem não seguisse os ensinamentos cristãos.

Também é notável o uso do humor como chave para exprimir críticas, na *Idade Média*, na figura do bobo da corte. Como observa Minois,

o soberano só conhece a verdade por meio de seu bobo - sobretudo a verdade penosa, aquela que fere, aquela que um homem sensato e atento à situação não ousaria revelar. O bobo é também aquele que lembra ao rei...que ele é apenas um mortal, partilha da condição humana, para evitar que mergulhe na embriaguez do poder solitário. O bobo é a contrapartida à exaltação do poder, ele é o único que pode dizer tudo ao rei. Sob a proteção da loucura... “o direito à palavra livre [...] a verdade só se faz tolerar quando empresta a máscara da loucura... e se a verdade passa pela loucura, passa, necessariamente, pelo riso. (MINOIS, 2003, p.231).

A partir do século XVI, a função do bobo do rei tem um novo encaminhamento. Agora, ela não é mais um contra poder de derrisão, mas sim funciona como uma fonte de informação que intermedeia o diálogo entre o soberano e os súditos. Ele é encarregado de explicar os verdadeiros motivos da política real, atrás de uma fachada engraçada. Um meio de manter a ficção da respeitabilidade do poder (MINOIS, 2003).

O século XVIII é marcado por formas mais agressivas de humor. O escárnio e a ironia, que são associados à formas intelectualizadas de riso. “A ironia é a atitude daquele que compreende - ou julga compreender - e se contenta em troçar dos erros porque sabe que eles podem desaparecer.” (MINOIS, 2003, p.421). Ambos passeiam pela impotência, são alternativas para absorver de forma menos dolorosa as desgraças do mundo.

Na França pós Revolução Francesa,<sup>4</sup> o Visconde de Mirabeau criou um jornal totalmente dedicado à narração humorística dos debates na Assembléia Nacional, intitulado *Les Diners*, que teve suas primeiras edições em janeiro de 1790. De acordo com Bremmer (2000), o jornal trazia anedotas, paródias de decretos e piadas, com base no comportamento dos parlamentares.

Minois, 2003, p.482, advertia sobre esse caráter político do humor:

certamente é na sátira política que o riso encontra, no século XIX, seu terreno predileto [...] a ironia é chamada a desempenhar um papel essencial. Na França aparece uma imprensa satírica, cujos títulos evocadores *Le Grelot*, *Triboulet*, *Polichinelle*, *Le Charivari*, *Le Rire* sugerem que ela tem origem no bobo do rei.

Quando o humor e a política se aproximam, por meio de charges de jornais sobre escândalos políticos - desvio de verba pública - por exemplo, acontece, de certa forma, uma amenização do impacto do fato por conta do rebaixamento da figura do corrupto. Há uma espécie de vingança promovida pela derrisão. Isso pode se tornar perigoso quando o leitor se situa apenas no consumo humorístico da política governamental e não procura fontes de informação que apresentam pontos diversos para a formação de sua opinião e reflexão na hora de escolher novos governantes através do voto.

Na Alemanha do século XIX o humor estimulava os cidadãos a dissipar a raiva e a frustração que, de outro modo, poderiam ser dirigidas contra a ordem estabelecida. Em função do ambiente de tensão política pós Revolução Francesa, o humor residia como figura de permissão para “ocultar significados sob a aparência de entretenimento inocente” (TOWNSEND, 2000, p.226). A imprensa alemã se beneficiou disso comercializando vários formatos de literatura cômica.

No livro *História do Riso e do Escárnio*, o francês Georges Minois (2003) identifica como sociedade humorística a época em que vivemos, que seria a garantia de audiência para os meios de comunicação, o riso obrigatório em que rir de tudo é conformar-se com tudo, abolir o bem e o mal em benefício do *cool*.<sup>5</sup>

O riso teria perdido a sua graça e estaríamos nos encaminhando para uma morte do riso, já que tudo, na contemporaneidade, suscitaria o ridículo e não haveria mais quebras e

---

<sup>4</sup> Período, que vai de 1789 à 1799, de intensa agitação política e social na França, que teve um impacto duradouro na história do país e, mais amplamente, em todo o continente europeu. Wikipédia, 2016. Disponível em: <<http://migre.me/tg3JV>>. Acessado em: 17 mar 2016, às 15h43.

<sup>5</sup> No sentido de algo que seja calmo e descontraído.

deslocamentos. O riso agora obtém um status de mercadoria e “como a carne de vaca, é um produto para consumo”. (MINOIS, 2003, p.593)

O cinema entra como importante campo de observância dos usos do humor, pois, foi o cinema que mostrou que se pode rir de tudo e que tudo tem um aspecto risível: a miséria, a guerra, a idiotia, a ditadura, a glória, a morte, a deportação, o trabalho, o desemprego, o sagrado. “Quanto mais ele [o homem] critica as injustiças sociais, mais ele enriquece o star system, produtores, atores, diretores e outros agentes da ilusão” (MINOIS, 2003, p.588).

No cenário contemporâneo, marcado pela internet, e seus usos de hipermídia e velocidade de circulação dos mais diversos assuntos reunidos na rede, observamos uma reatualização do humor nestas plataformas. Existem alguns pontos que passeiam por esse mosaico: a lógica da rápida propagação e disseminação de conteúdo na internet e a questão do agendamento de assuntos, a partir de uma análise de conteúdo das redes.

O *Kibe Loco* é um dos primeiros sites de humor brasileiro, criado pelo publicitário carioca Antônio Tabet. Lançado em 2002, mas com incipiência ainda em 1996 a partir de uma coluna de jornal estudantil da escola de comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, o site publicava piadas e fotomontagens sobre temas do cotidiano, figuras públicas etc. O site ganha uma maior visibilidade, com um pico de 4 milhões de visitas, ao publicar o vídeo do jornalista da TV Globo William Bonner, imitando o estilista Clodovil. O escândalo de desvio de verba pública, o Mensalão, também serviu de visibilidade, quando, a partir de montagens, o site ganhou repercussão. Um tema político e público, satirizado.

O *tumblr*<sup>6</sup> humorístico *Como Eu Me Sinto Quando*, do publicitário catarinense Marcelo Cidral, retrata situações do cotidiano através de GIFs engraçados. Criada em 7 de abril de 2012, a página chegou a ser o 4º *tumblr* mais acessado do mundo, e o primeiro no Brasil. O página tinha um alto índice de compartilhamento de posts.

FIGURA 1 – PRINT DO SITE: COMO EU ME SINTO QUANDO



Fonte: [www.comoeumesintoquando.com.br](http://www.comoeumesintoquando.com.br)

<sup>6</sup> Fundado em fevereiro de 2007, com sede em Nova York, por David Karp, o Tumblr, Inc é uma plataforma de blogging que permite aos usuários publicarem textos, imagens, vídeo, links, citações, áudio e "diálogos". Wikipédia, 2016. Disponível em: <<http://migre.me/tg9A4>>. Acessado em: 17 mar 2016, às 16h32.

Ainda nesta linha, temos o BuzzFeed e a lógica do viral,<sup>7</sup> que utiliza listas, testes bem-humorados e fotos de animais fofos. O BuzzFeed é, de certa forma, o retrato híbrido da comunicação na internet. O uso da linguagem *cool* tem sido utilizado para abordar fatos de relevância social.

Como exemplo, temos a cobertura feita pelo BuzzFeed da crise política brasileira. Sobre a temática, o site fez matérias que visavam informar e organizar a situação da política brasileira naquela semana, já que havia um intenso fluxo noticioso, nas palavras do próprio site: “Tudo que aconteceu na política brasileira nesta semana.”<sup>8</sup> Na figura 2 podemos verificar um exemplo dessas matérias.

FIGURA 2 – PRINT DE POST DO FACEBOOK: MATÉRIA DO BUZZFEED



Fonte: [www.buzzfeed.com](http://www.buzzfeed.com)

<sup>7</sup> Viral é um termo que surgiu junto com o crescimento do número de usuários de blogs e redes sociais na internet. A palavra é utilizada para designar os conteúdos que acabam sendo divulgados por muitas pessoas e ganham repercussão (muitas vezes inesperada) na web. Fonte: EBC, 2012. Disponível em: <<http://migre.me/tg9W3>>. Acesso em: 17 mar 2016, às 13h22.

<sup>8</sup> A matéria, veiculada em 17 de março de 2016, traz em seu subtítulo: uma ajuda para quem está perdido com tanto acontecimento. Logo, revela uma atitude de alternativa de informação frente aos veículos de jornalismo tradicional. Disponível em: <<http://migre.me/tgaKN>>. Acessado em: 17 mar 2016, às 17h09.

Já na figura 3 temos *print* de *post* de matéria do *BuzzFeed* que informa a função de um ministro-chefe da Casa Civil. Observamos a descrição do post - *Uma ajuda para quem está perdido com tanto acontecimento* - como estratégia de aproximação do conteúdo do site para com o público. O agendamento foi motivado pela intensa notificação da nomeação do ex-presidente Luiz Inácio da Silva para o cargo. Conforme vemos nos *posts*, via Facebook, do site:

FIGURA 3 – PRINT DO BUZZFEED - O QUE FAZ UM MINISTRO CHEFE?



Fonte: [www.buzzfeed.com](http://www.buzzfeed.com)

Percebemos que o humor é usado como elemento para um determinado conteúdo viralizar. O site é dividido por sete editorias (HaHaHa, O Melhor, Meu deus!, Fofo, Fail, WTF e mais vistos - simbolizado pela logo do site), localizadas na extremidade superior direita da página, conforme imagem:

FIGURA 4 - EDITORIAS DO BUZZFEED



Fonte: [www.buzzfeed.com](http://www.buzzfeed.com)

A tônica de uma linguagem humorística também é vista no *YouTube*. Canais com esquetes sobre situações cotidianas, à exemplo do brasileiro *Porta dos Fundos* e *Parafernália*, além de vlogs que também seguem narrativas do cotidiano (*LubaTV*, *Kéfera*, *Felipe Neto*, *NoMeGusta*, *5incominutos*). Todos esses canais contam com mais de um milhão de visualizações e inscritos, além de receberem dividendos provenientes da política de publicidade do *YouTube*.

### 2.1.2 Humor e mídia no Brasil

A história do humor no Brasil, no que tange aos veículos de mídia, tem um de seus começos a partir do aparecimento dos jornais e folhetins. Depois, à medida que novas plataformas adentraram no Brasil, como o rádio e a televisão, os modos de fazer humor também cresceram e se reatualizaram até chegar à plataforma da internet.

Com a instabilidade política, econômica e social que o Brasil passava no final do século XIX, com a proclamação da república, o humor foi usado como uma alternativa para o enfrentamento da realidade, através da crítica aos governantes que ressaltavam as benesses que o novo modelo político, já amplamente adotado pelas potências econômicas da época, traria ao povo brasileiro. Essa visão era confrontada diariamente nos jornais e folhetins, que ressaltavam o caráter ilusório desse novo regime frente à realidade. Uma vez que apesar do fim da escravidão, o governo não fez um plano de inserção econômico e social para a população ex-escrava, diminuindo quase à nulidade as chances de emprego e ascensão social, tendo em vista a onda migratória europeia incentivada pelo governo. Assim, a sátira política apareceu nas primeiras publicações do Brasil pós império.

Quando chegamos na era do rádio, primeira metade do século XX, observamos que muitos programas parodiavam tipos nacionais. Posteriormente os modos de se fazer humor encontraram mais território com o advento e popularização da televisão. O humor, por sua própria natureza de abstração e bem estar, é associado ao entretenimento.

Em análise de Saliba (2002), o período histórico da Belle Époque brasileira guarda a singularidade de, a partir do humor, buscar uma representação cultural do povo pois neste

período os olhares estão voltados para a cultura brasileira com as questões de identidade nacional.

Segundo o autor, em São Paulo e no Rio de Janeiro a maioria das pessoas que escreviam textos humorísticos, trabalhavam com jornalismo. O mercado publicitário começava a dar seus primeiros passos, e, os esquetes e frases apelavam para o humor. A associação do jornalismo, humor e publicidade, se deu também por questões de viabilidade produtiva, pois eram nas redações que se imprimia material gráfico.

É interessante notar que, nessa época, quem fazia humor, não tinha o prestígio social da considerada alta literatura. Feita pelos homens da academia brasileira de letras e que viam com maus olhos a literatura derrisória. Apesar de atrativo de leitura, o humor se restringia às margens, de acordo com Saliba (2002), os humoristas habitavam o teatro ligeiro e o jornalismo com o intuito de agradar ao público das revistas ilustradas.

## 2.2 JORNALISMO

Pesquisar sobre o jornalismo é encontrar textos sobre definições e pressupostos que, em certa medida, se movimentam para situar cognitivamente essa palavra de muitos usos e significados. Nosso caminho aqui não é o de buscar definir, nem enumerar essas definições. Mas nos situamos em busca de observar áreas de pensamento que constituem o campo jornalístico, seus limites, suas regularidades. Neste sentido, nada mais profícuo do que se aventurar pelas teorizações do jornalismo, cujas formulações implicam um saber social e histórico, e portanto, ideológico.

O acontecimento é uma palavra cara ao jornalismo. Talvez, se a perspectiva fosse de definição, pudéssemos figurá-la neste âmbito. Porém, é preciso problematizar. À medida que as sociedades aumentaram geograficamente e demograficamente, foi necessário, ainda que de forma não intencional, pensar numa maneira de levar ao conhecimento de toda a população questões que afetavam diretamente a vida em comunidade. A língua falada, panfletos, jornais, rádio, televisão, internet. As plataformas de levar essas questões importantes à população se complexificaram, as possibilidades, ao longo da história, aumentaram. Essas questões que as sociedades tomaram como dotadas de uma importância específica, situada num campo econômico, político e social, é justamente o acontecimento.



A partir de (PENA, 2005), algumas perguntas emergem de sua explanação: é possível passar uma informação limpa de juízo de valor? Por que determinadas informações são mais discursivizadas que outras? Quais as implicações que isso acarretaria? Qual o papel do jornalista e do jornalismo na sociedade? À quem o jornalismo direciona a notícia? As questões provavelmente preencheriam o resto do capítulo, mas procuremos focar naquilo que as teorias falaram do jornalismo.

Na teoria do espelho, o papel do jornalista seria o de refletir a realidade tal qual ela se apresenta. Isso foi problematizado na teoria do newsmaking, na qual a imprensa ajudaria a construir uma determinada realidade. Neste mesmo percurso, o jornalista teria um papel de “porteiro” que selecionaria as notícias que entrariam nos jornais (teoria do gatekeeper). Isso sugere uma escolha em prol de um determinado interesse, esse ganho estaria situado no mesmo plano da percepção de que o jornal é um produto de venda, feito por uma empresa que objetiva o lucro, e que obedece a certas lógicas de mercado na perspectiva do dono do negócio (teoria organizacional).

Como toda profissão, existe um *ethos*, uma comunidade jornalística (teoria gnóstica). As informações contidas nas notícias dos jornais pautam aquilo que se é conversado, a agenda pública e também a agenda institucional, e esse fenômeno é intercambiável (teoria do agendamento). Muitos desses assuntos servem à interesses políticos (teoria instrumentalista). O que, por sua vez, contribui na formação do que entendemos como realidade (teoria etnográfica). Os porta vozes da informação, as fontes, tem uma influência direta na formação da opinião pública (teoria dos definidores primários). Existiriam pessoas que não concordam com as informações das notícias, mas essas se calariam por medo de ocupar um lugar de solidão social (espiral do silêncio). O jornalismo é apenas um recorte, uma interpretação da realidade (teoria da nova história).

Essas teorias são como chaves para observar o imaginário do pensamento da atividade. Provavelmente existem outras teorias com enfoques diferenciados, mas o que gostaríamos de chamar a atenção é, novamente, a questão de como o acontecimento é central no jornalismo. Traquina (2004) aborda o jornalismo como um conjunto de histórias. “O jornalismo está orientado para os acontecimentos e não para as problemáticas”.

Todas essas implicações nos remete a outra questão bastante discursivizada numa história das ideias sobre o jornalismo que seria o papel de quarto poder, ao agir como um

“guardião da democracia”, já que sua atividade requereria uma vigilância das instituições sociais.

O jornalismo tem uma preocupação primária de relatar um acontecimento. Os processos jornalísticos impedem uma continuidade nas consequências do evento e, principalmente, nas consequências que o impacto que o enquadramento do fato terá no tecido social. Pois, o acompanhamento de um processo judicial que tem um apelo público é justificado com base nos critérios de noticiabilidade.

Podemos perceber essa questão da orientação para o acontecimento e não para as problemáticas no filme *Spotlight* (Thomas McCarthy, 2015), ganhador do Oscar 2016. O filme aborda a investigação de jornalistas sobre casos de pedofilia na igreja católica. Em 2001, o editor do jornal *The Boston Globe*, Marty Baron, decidiu aprofundar o tema abordado numa coluna de jornal e para isso conta com a equipe de repórteres especiais, a *Spotlight*.

Em determinado diálogo, os jornalistas, com receio do furo jornalístico de outros veículos, interpelam o editor para publicar a matéria, já que estão com os nomes de vários padres pedófilos na cidade. Mas o editor pede mais tempo até que se consiga ter informações de que chefes do alto clero da igreja também estavam envolvidos. Ou seja, se a reportagem fosse logo noticiada, a igreja poderia dizer que o caso de pedofilia aconteceu como algo isolado. É o embate entre apenas noticiar um acontecimento, em busca de uma vendagem e protagonismo, ao invés de esperar mais tempo para que a reportagem tenha um impacto maior, e, como consequência, chame a atenção da mídia em escala global e agende o assunto; o que aconteceu no desfecho do filme, que tomou como base um fato real.

### **2.2.1 Critérios do Jornalismo**

Até agora, procuramos traçar um desenho pelos campos de possibilidades de pensamento sobre o jornalismo. Posto isso, podemos introduzir critérios que, em geral, apresentam os processos jornalísticos ou textos sobre a temática: informar, educar, fiscalizar e entreter.

O exercício da cidadania relaciona-se com o consumo de informação. Cidadãos munidos de informações, por exemplo, sobre as mudanças no trânsito de algumas ruas e itinerário do transporte público, ajuda a evitar um estresse desnecessário, o que provocaria atrasos na rotina. Mas, afinal, os órgãos responsáveis por essa mudança também não divulgam essas informações

para o público? Apesar da resposta ser afirmativa, o papel do jornalista entra como um facilitador da informação. O jornalismo funciona como uma plataforma de interpretação, que nos auxilia na compreensão dos dados. É no jornal que há o aglutinamento de informações provenientes da política, economia, cidades, cultura, internacional - editorias que são núcleos de conhecimento.

Isto posto, quem nunca adquiriu mais conhecimento sobre determinado tema depois de ler uma matéria sobre um assunto ou enquadramento que despertou curiosidade pelo singularismo apresentado? O jornalismo é uma ponte mediadora no sentido de que promove a comunicação entre um campo do conhecimento específico que, por sua especificidade, a absorção como informação pública seria dificultosa. Expliquemos.

Em fevereiro de 2016, pesquisadores do projeto Ligo (Observatório de Ondas Gravitacionais por Interferômetro de Laser), anunciaram a detecção de ondas gravitacionais. O assunto não é algo fácil de ser entendido, uma vez que requer um conhecimento anterior sobre leis da física. O papel do jornalismo é o de traduzir essa informação e a sua relevância social para o maior número possível de pessoas, ou seja, apresentar a notícia numa linguagem acessível. A partir da leitura da matéria é que muitas pessoas vão ter o primeiro contato com esse tema, e, algumas, com o interesse desperto, irão pesquisar sobre o assunto.

O interesse público diz respeito à gestão do dinheiro que pagamos de impostos, e também, na esfera privada, à conduta de empresas para a manutenção de princípios democráticos. O jornalismo informa sobre essas questões. Embora, sabemos, como já falado anteriormente, há, no próprio jornal, interesses econômicos, tendo em vista o seu caráter empresarial, o que deixa esse exercício democrático em solo fluido, por diversas vezes. Mas, apesar dessa questão, o jornalista atua como fiscal.

O quadro Calendário JPB, do jornal local da emissora Globo de João Pessoa, apresenta papel de fiscalizador. A repórter, através de contato com as comunidades, vai às localidades para mostrar problemas de infraestrutura - esgotos à céu aberto, falta de saneamento básico, obras paradas - e cobra da prefeitura e dos órgãos competentes uma resposta e um prazo para a resolução do problema.

De um lado, a função de informar, do outro, a posição de divertir; o jornalismo e o entretenimento, respectivamente. Mas, até que ponto existe essa delimitação em um cenário marcado pela cultura da celebridade?

Em artigo publicado no Observatório da Imprensa, a questão de que o jornalismo e o entretenimento tem uma estreita ligação, nos mostra um atrativo que as matérias apresentam ao público. Dessa forma,

Os limites entre o jornalismo e o entretenimento são colocados de modo curioso: assim como as notícias de temas aparentemente fúteis podem se tornar alvo da narrativa jornalística, o jornalismo “sério” acaba se tornando mais “divertido” a depender da construção textual. Quanto um fato é dramatizado, quando escolhe-se um “personagem” capaz de comover o público, bem como nos momentos em que a sensibilização e a diversão se sobrepõem aos fatos, as matérias factuais também mostram-se com o objetivo de entreter. (BRIGLIA, 2015)

Em vista disso, são esses quatro elementos - informar, educar, fiscalizar e entreter - que figuram dentre as escolhas de noticiar determinado acontecimento ou assunto. Alguns assuntos a mídia não noticia pois iria contra os interesses econômicos e políticos da empresa. As consequências disso estão postas em vários momentos da história mundial e brasileira. Dessa forma, alternativas foram criadas como um contraponto. Ao qual situamos no campo do jornalismo alternativo que “tem se empenhado nas formas de resistência aos regimes autoritários” (PAIVA, 2014, p.15). Exemplos de produtos dessa tônica são os jornais murais, rádios comunitárias, fanzines, panfletos.

Como estaria configurado hoje esse jornalismo alternativo? Para respondermos essa pergunta, chegamos ao território da Internet, rede mundial de computadores que teve sua popularização a partir dos anos 90.

A Internet abriu um novo canal de informação, isso tirou o monopólio da mídia. Assim, o jornalismo mergulhou num processo de reconfiguração e crise econômica, política e de linguagem.

Esta crise teria sido intensificada com o advento da internet e suas possibilidades informativas, a velocidade e efemeridade das informações e notícias, a autoinformação e outros fatores, como a concorrência dos grandes veículos com os milhões de sujeitos ‘comuns’ que, em blogs, sites independentes, perfis em sites de redes sociais, também são hoje produtores de informação. (ALMEIDA; PAIVA, 2014, p. 46).

Em vista disso, o jornalismo alternativo imerso no ciberespaço se traduz nas mídias alternativas. A mídia Ninja ganhou repercussão ao servir de contraponto às notícias da grande mídia sobre movimentos e protestos sociais. Com estratégico apoio da internet, transmissões de protestos em tempo real eram transmitidas via plataformas de *streaming*.

Lemos (2010) fala de uma mídia pós-massiva, em que não existe um controle delineado do fluxo centralizado da informação, sendo facultado a qualquer pessoa com acesso à internet, a produção de informação.

As mídias alternativas são um “contraponto à mídia corporativa, atuando como instrumento contra hegemônico de informação, abordando os fatos e os movimentos sociais de maneiras subversivas e destoantes do conjunto de práticas que conduzem os veículos tradicionais de comunicação.” (ALMEIDA; PAIVA, 2014, p. 46).

Dessa forma, os processos jornalísticos tem procurado se adaptar, algumas implicações específicas tem colocado o jornalismo no fórum de discussões do ciberespaço. Seja através de artigos, matérias, caricaturas, paródias etc.

### 2.2.2 Crise de legitimidade

Frente à esse empoderamento que descentraliza o papel da grande mídia como único fornecedor de informação, uma crise política de legitimidade do jornalismo tem tomado maiores proporções nos últimos anos. A manipulação exercida pelo *mass media* é uma discussão acadêmica localizada desde a década de 20, com a Teoria Crítica, e posteriormente, nos anos 60, com os estudos culturais, e a divisão estruturalista e positivista dos Apocalípticos e Integrados.<sup>9</sup>

Atualmente, podemos observar programas, sites, vídeos que parodiam de alguma forma o jornalismo; assim como a proliferação de páginas no Facebook. Como exemplo, temos o *Jornalismo da Depressão*, *Blog Desilusões Perdidas - Jornalismo com Bom Humor*, *piauí Herald*, *Diário Pernambucano*, *Sensacionalista*, *Surrealista* etc.

Essas páginas convergem para um mesmo ponto. São produtos do momento de reconfiguração do jornalismo, com a participação mais direta do público que recebe a informação.

O ativismo midiático se insere nessa lógica da participação. Um conceito interessante é o Midialivrismo (MALINI; ANTOUN, 2013). Dividido em dois: midialivrismo de massa e midialivrismo ciberativista. O primeiro situa-se “dentro do paradigma da radiodifusão reúne

---

<sup>9</sup> Apocalípticos e Integrados, definido pelo semiótico italiano Umberto Eco, em livro homônimo, são correntes teóricas relacionadas à cultura de massa. Apocalípticos tinham uma visão negativa da cultura de massa, atribuindo um pessimismo ao desenvolvimento da sociedade. Enquanto os Integrados apresentavam um olhar positivo e de possibilidade de bom uso da cultura de massa na sociedade.

experiências de movimentos sociais que produzem mídias comunitárias e populares, antagônicas aos conglomerados ou ‘oligarquias midiáticas’”. Já o segundo diz respeito às “experiências no campo dos dispositivos digitais, tecnologias e processos colaborativos de comunicação em rede”.

O debate sobre a democratização dos meios de comunicação<sup>10</sup> está inserido, inevitavelmente, nessa teia. Pois as mídias alternativas, ao fazerem um contraponto aos oligopólios midiáticos, contribuindo de forma prática para informar ao público questões não enquadradas pelos barões da comunicação, em certos casos, reagenda a pauta política, e avança no desenvolvimento democrático.

Nesse movimento, a percepção da necessidade de elaboração e concretização de políticas que democratizem os diversos canais de comunicação, que atualmente tomam uma capilaridade acentuada, demonstra uma relação posta entre a crise de legitimidade do jornalismo e o advento das mídias alternativas no ciberespaço. Ambos lutam por uma pluralidade de informações.

### 2.3.1 ANÁLISE DO DISCURSO

Ao perceber que é através da língua que empreendemos praticamente todas as nossas atividades diárias, o seu lugar de importância delinea a necessidade de estudo do campo, que tem várias vertentes de análise, com estudos datados desde a época Antiga.

Uma breve digressão: é por conta das estratégias de comunicação e dos discursos, que trazem as propostas de governo, que as populações votam em seus gestores, que por sua vez, tomam atitudes concretas de mudança na vida das pessoas, seja através de obras de infraestrutura, ou de leis. Apesar de não conhecermos o mundo, temos registros de memória, absorvidos por imagens e palavras, sobre os diferentes lugares, com suas especificidades

---

<sup>10</sup>A democratização dos meios de comunicação é um movimento global, de cunho social, que intenta quebrar a concentração das bases controladoras dos veículos de comunicação, com a pluralização dos canais de informação. O debate germinou globalmente a partir da Cúpula Mundial sobre a Sociedade de Informação, dois eventos que aconteceram em Genebra (2003) e Tunísia (2005), norteados pela discussão sobre a exclusão digital dos países pobres. No Brasil, poucos grupos político-econômicos controlam a maior parcela dos veículos de comunicação, o que causa uma restrição da liberdade de informação. Desde 1990, o Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação atua, ao lado de entidades da área, para enfrentar essas questões no país. O desenvolvimento de plataformas de comunicação na internet tem potencializado a continuidade desse debate. Fonte: Wikipédia, 2016. Disponível em: <<http://migre.me/tjFuq>>. Acessado em: 21 mar. 2016, às 19h30

políticas, econômicas e religiosas. Assim, a língua tem um papel principal na existência humana.

A análise do discurso de linha francesa consiste no entrelaçamento da língua, história e sujeito. A língua é um campo de lutas ideológicas, e o discurso funciona como mecanismo de materialização dessa situação. A nossa fala está carregada de historicidade, em que as lutas de classe se situam nos sentidos cristalizados de enunciados, ao mesmo tempo que este enunciado apresenta uma característica de exterior e interior.

### **2.3.2 Perspectivas da AD na mídia**

Como já observamos, a mídia trabalha com o discurso. É um recorte social da realidade, esse recorte responde por ideologias e lógicas de mercado, que dão maior visibilidade a determinadas questões de enquadramento, do que outras. É um campo fecundo para perceber de que forma atuam os discursos, cuja mídia ocupa um lugar institucional na sociedade, e como tal, há uma absorção e norteamento para aquilo que se é veiculado. Assim, o discurso jornalístico é uma “prática discursiva legitimada na sociedade como produtora e difusora de cultura... tal imagem contribuiu para transformar o jornalismo em um discurso autorizado.” (NAVARRO, 2006, p.84).

Existem pautas sobre datas comemorativas que todos os anos são noticiadas na mídia. Como exemplo, temos o dia das mães. Acontece que, a determinada imagem sobre a figura da mãe constrói certos sentidos que se cristalizam e acabam por se tornarem uma imagem única sobre maternidade, mulher, cuidado inerente e santificado da função ao corpo feminino. É nesse sentido que “a mídia produz sentido por meio de um insistente retorno de figuras, de sínteses-narrativas, de representações que constituem o imaginário social”, (GREGOLIN, 2003, p.96).

Dentre as possibilidades de pesquisa na mídia que Navarro (2006) apresenta, para este estudo, nos interessa o enfoque na “produção social da identidade na prática discursiva midiática”. Neste empreendimento, existem algumas posturas necessárias ao pesquisador da mídia.

- a) ter desconfiança em relação à linguagem, tendo em vista que ela não é transparente.
- b) ter em vista que o sentido é opaco e não pode ser cercado, pois não cessa de fugir ao nosso controle.
- c) considerar que o sentido não se aloja exclusivamente no texto, não está preso às intenções do autor, nem dependendo do gesto individual do leitor, ele se

encontra no espaço onde a língua e a história se entrecruzam, espaço esse que o é o discurso.

d) trabalhar com uma concepção não subjetiva do sujeito, pois ele não é a fonte de sentido.

e) considerar que o discurso não é somente lugar de alianças, mas também de confrontos, de sobreposição de vozes, que é por seu intermédio que o poder se exerce - portanto, que o saber se constitui e é legitimado. (NAVARRO, 2006, p.77)

Ter em vista a questão de que o texto não é claro, e que existem sentidos por detrás do que se lê, e perceber que aquele texto se insere numa trama ideológica, política, econômica e social, é reconhecer, também o jornalismo, que é constituído de texto, como integrante das implicações do discurso.

### 2.3.3 Conceitos utilizados na pesquisa

A pergunta que nos move nesta pesquisa (por que o humor e o jornalismo se entrelaçam neste momento de profunda mudança dos processos jornalísticos e o que fez isso ser possível?) encontra na Análise do Discurso um aparato de conceitos possíveis para uma interpretação embasada. Dessa forma, Navarro, lista três guias para a análise discursiva: descontinuidade, acontecimento discursivo e sujeito como uma “função do discurso.”.

Neste diálogo, Gregolin (2004, p. 187) em sua indicação dos princípios foucaultianos para a análise do discurso, aborda três em específico que usaremos:

c) o princípio de especificidade: o discurso não pode ser tomado como um jogo de significações prévias; ao contrário, ele deve ser entendido como uma prática, e é nesta prática que os acontecimentos discursivos encontram o princípio de sua regularidade.

d) o princípio da exterioridade, o discurso não pode ser tomado a partir de seu ‘núcleo interior e escondido’, mas, a partir do próprio discurso, de sua aparição, de sua regularidade, deve-se passar à análise de suas condições externas de possibilidade, àquilo que dá lugar à série aleatória desses acontecimentos e fixa suas fronteiras.

e) o princípio da não evidência de sentido, da não transparência do dizer: nem tudo é sempre dito pois o dizer tem de submeter-se à ‘ordem do discurso’, aos dispositivos que regulam, em certa época e em certas sociedade, os saberes e os poderes.

Outra questão importante é a constituição do corpus,

não se trata de quantidade de textos analisada, mas do recorte que o analista faz do conjunto de enunciados efetivamente ditos, e de, a partir dessa série enunciativa, fazer referência às formações ideológicas estruturantes do



discurso, às formações discursivas determinantes dos efeitos de sentido produzidos e à inscrição da memória do dizer (interdiscurso) na sequência analisada. (NAVARRO, 2004, p.72).

Ao contrário da perspectiva da análise de conteúdo que trabalha com um certo volume de texto, nosso intuito na pesquisa foi de mapear textos chaves que norteariam nossa análise pois estariam inseridos em formações ideológicas do jornalismo – a questão da credibilidade, das lógicas de produção de notícia – e que, por isso, ao colocarmos lado a lado com a situação contemporânea da prática jornalística, tendo como parâmetro as mudanças que a internet causou, possibilitaria um confronto que nos revelaria algumas problemáticas que acreditamos serem importantes de analisar.

### 3 PROCEDIMENTOS METODOLOGICOS

Desenvolvemos uma pesquisa bibliográfica sobre o humor, jornalismo e linguística. Num primeiro momento, procuramos entender o campo humorístico e as correspondências que este poderia ter com a linguística, em especial a Análise do Discurso de linha francesa. Ao mesmo tempo que nutríamos do conteúdo dos livros sobre a temática, coletávamos notícias que poderiam constituir o nosso corpus, cujos norteamentos se daria na discursivização do jornalismo. Partimos da hipótese de que aquelas notícias fictícias, para além de seu conteúdo derrisório, imprimia uma crítica ao momento vivenciado pelas práticas jornalísticas atuais. O que pudemos visualizar no caso do término do Sensacionalista, constituído por três matérias. Ainda na pesquisa bibliográfica usamos livros, artigos, dissertações e monografias, notícias e quaisquer outros textos que dialogassem com a tríade humor-jornalismo-língua.

Dessa forma, a avaliação do trabalho se desenvolveu nas seguintes etapas:

- ” Pesquisa bibliográfica
- ☐ Pesquisa no portal e em outros sites
- ☐ Entrevistas
- ☐ Levantamento de documentos
- ☐ Análise do material levantado

#### 3.2 COLETA DE DADOS

O uso do Facebook como ferramenta para visualizarmos as notícias fictícias do Sensacionalista, bem como os comentários gerados, nos possibilitou a aquisição da análise de memes e da informação sobre a estratégia de marketing do site em relação ao caso de seu término. Além de ser um caldo de opiniões que nos ajudariam no capítulo de análise, já que nos davam pistas sobre as incursões opinativas sobre temas que convergiam para a prática jornalística.

### 3.3 PROBLEMAS NA PESQUISA

O estudo das relações entre humor e jornalismo, com análise específica de um site de humor, é importante pois o jornalismo passa por uma fase de transição para as plataformas digitais, analisar a discursivização feita sobre o jornalismo em um site de humor pode nos dar algumas reflexões sobre os caminhos do jornalismo contemporâneo. O aparecimento de sites humorísticos e do uso do humor na internet tem crescido ao longo dos anos. Historicamente a imprensa brasileira usou humor para fazer notícias.

Em vista desta situação que borbulha em um caldeirão de problematizações novas, o processo de pesquisa carrega consigo uma postura de explorador de caminhos ainda pouco pesquisados. O campo do humor apresenta uma tradição já antiga, mas quando associamos ao campo da internet e as passagens delicadas do jornalismo também no ciberespaço, as questões se revelam novas à investigação. Assim, pesquisas consolidadas, em formato de livro ou teses, anteriores sobre a tríade temática revelaram-se poucas.

Apesar disso, o levantamento do material ocorreu sem maiores problemas. Deixando-nos à desejar apenas a resposta para a entrevista com os autores do site, que não ocorreu. E que, se o movimento fosse o inverso, poderia ter rendido mais subcamadas de análise. Embora tivéssemos partido, no começo da pesquisa, da não dependência geral da entrevista.

## 4 APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

### 4.1 O SITE SENSACIONALISTA

Segundo a descrição do próprio endereço, o *Sensacionalista*<sup>11</sup> é um site de humor com notícias fictícias. Usa o estilo de texto jornalístico para fazer manchetes engraçadas sobre fatos cotidianos. O site conta com 300 mil visitas diárias, sendo 10 milhões de visitantes únicos por mês, maior parte vindo pelo *Facebook*, cuja *fanpage* soma mais de 2,5 milhões de seguidores. Segundo os criadores, ao comparar com versões digitais de uma parcela dos veículos de comunicação do Brasil, o site figura em quarto lugar em número de leitores.

Ao contrário do que se poderia pensar, o site não tem uma redação nos moldes convencionais. Sobre as lógicas de produção, os criadores do site contam

Não temos uma redação – tudo acontece, acredite, por WhatsApp. É uma reunião de pauta que começa às vezes antes de seis da manhã, quando um de nós cai da cama, e muitas vezes vai até a madrugada, quando alguém chega da balada, misturando levantamento de assuntos que rendem piada, discussões de ideias de manchetes, papos filosóficos, trocas de vídeos e zoeira generalizada sem classificação. Como resultado, desde notícias fictícias que viram clássicos e são compartilhadas por milhares em apenas alguns minutos até piadas que são rapidamente esquecidas, a começar por nós mesmos. (LANNA, L. et al, 2016).

Apesar dessa aparente desordem, há objetivos claros, e que se inserem na lógica do humor como ferramenta de reflexão intelectual. Uma vez que,

“Quando o primeiro de nós dá bom-dia e nossas rotativas virtuais começam a rodar, nosso objetivo é sempre atingir o máximo de pessoas, mas não só em quantidade. Queremos atingir cada uma delas em profundidade. Esperamos que elas riam, que se surpreendam e que pensem no mundo como ele é – e nelas mesmas, como são, o que fazem, por que fazem. Uma vez algum de nós disse que, se um extraterrestre descesse na terra e levasse com ele apenas as notícias do Sensacionalista, certamente entenderia muito do que se passa por aqui, em todos os sentidos. Isso seria muito legal. E se o ET morresse de rir, aí seria nossa glória completa!”. (LANNA, L. et al, 2016).

É interessante percebemos que o slogan - isento de verdade - do site Sensacionalista já faz referência ao seu caráter cômico e ficcional. Apesar disso, casos em que pessoas e até sites de notícias estrangeiros tomam como verdade o conteúdo veiculado, não param de pipocar e de, conseqüentemente também se tornar notícia.

<sup>11</sup> Disponível em: <http://www.sensacionalista.com.br/>. Acessado em: 4 abr. 2016, às 22h.

Em reportagem de Adriana Abujamra, veiculada na *revista piauí*, na edição de novembro de 2015, foi noticiado a repercussão de uma notícia do Sensacionalista tomada como verdade, e que teve consequências jurídicas. O caso envolveu o deputado Jean Wyllys e um usuário do *Facebook*.

Em setembro de 2015, Márcio Gleyson Damasceno foi condenado a prestar serviços comunitários em uma instituição no interior do Rio Grande do Norte que assiste homossexuais em situação de vulnerabilidade social. O motivo se deu por que há dois anos ele compartilhou e comentou, em sua página do *Facebook*, uma notícia fictícia do site Sensacionalista como se fosse real. “Bancada gay lança projeto de lei para proibir casamento de evangélicos”<sup>12</sup>

A difamação se deu através do comentário: “Eu falei do deputado federal endemoniado Jean. Se Deus não matar esse infeliz, eu mesmo vou matá-lo pessoalmente. Querem respeito desrespeitando as leis de Deus e os princípios da Bíblia Sagrada”. O caso ganhou repercussão na mídia.<sup>13</sup>

Outro exemplo foi a matéria Mulher engravidou vendo filme pornô em 3D,<sup>14</sup> que, segundo consta no *mídiakit*, foi republicada como verídica em mais de 60 países.

Publicar notícias absurdas, que tem um caráter cômico, apesar de falsas, demonstra o censo de oportunidade dos criadores, uma vez que por ser notícia, há um apelo de legitimidade, por conta do status que a linguagem e a instituição do jornalismo ocupa.

Surgido em 2009, a proposta do site reflete semelhante estética de uso do humor e jornalismo de outros sítios. A exemplo do *The i-piauí Herald*, surgido também em 2009, o Diário Pernambucano, criado em 2010, o G17, lançado em 2011, paródia do portal de notícias da Globo. A ideia do Sensacionalista tem inspiração 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.

O site foi fundado em 2009 pelos jornalistas Nelito Fernandes e Marcelo Zorzaneli. A equipe é também composta pela jornalista Martha Mendonça e o roteirista Leonardo Lanna. Nelito Fernandes já trabalhou como redator em programas humorísticos (Casseta e Planeta), além de ter trabalhado em veículos jornalísticos por mais de 20 anos, e hoje atua como roteirista na Tv Globo.

<sup>12</sup> Disponível em: <<http://migre.me/tk0Ue>>. Acessado em: 4 abr. 2016, às 21h.

<sup>13</sup> Disponível em: POP: <<http://migre.me/tk1WE>> ; TecMundo: <<http://migre.me/tk1XH>> ; Jornal da Bahia: <<http://migre.me/tk1Zh>> ; Portal Imprensa: <<http://migre.me/tk22u>> ; Conexão Jornalismo: <<http://migre.me/tk23W>> . Acessado em: 4 abr. 2016, às 21h.

<sup>14</sup> Disponível em: <<http://migre.me/tk2tc>>. Acessado em: 4 abr. 2016, às 21h.

O cabeçalho do site se divide em três partes horizontais. A primeira, com fundo preto, traz seis links; os quatro primeiros são: Fale Conosco, Sugira uma Matéria, Mídia Kit e Anuncie, seguido por dois ícones que representam as redes sociais *Facebook* e *Twitter*, respectivamente. A segunda parte é feita pelo logo do site, do lado direito, e um anúncio. A terceira parte é composta por sete editorias (país, esporte, entretenimento, mundo, digital, listas e comportamento), além da caixa home e Camisetas - opção para acesso à loja virtual do site; ao lado há uma caixa de pesquisa.

FIGURA 5 – CABEÇALHO DO SITE SENSACIONALISTA



Fonte: [www.sensacionalista.com.br](http://www.sensacionalista.com.br)

A proposta visual do site - formato em três colunas principais, com seções das notícias mais lidas, últimas notícias, indicações de conteúdo personalizado com base no histórico de navegação e caixas de anúncio - assemelha-se com outros portais de notícia, mas com diagramação mais arejada (uso de fundo branco, poucas imagens, matérias e anúncios).

FIGURA 6 – CORPO DO SENSACIONALISTA



Fonte: [www.sensacionalista.com.br](http://www.sensacionalista.com.br).

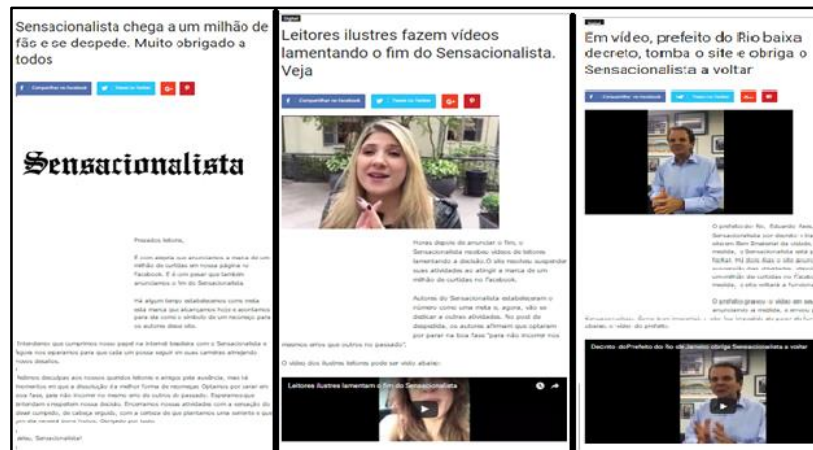
Na parte inferior direita do site, há uma caixa com seis matérias (três destas, na verdade, são anúncios, que ao clicar, o usuário é direcionado para um novo link. O box é organizado pelo cabeçalho “recomendado para você”. No *mídiakit*, o site oferece um pacote comercial de matérias patrocinadas que inclui: destaque fixo por dois dias na home; 3 divulgações no *Facebook*; 3 divulgações no *Twitter* e *Mídia display*.

As imagens que ilustram as matérias são montagens - podem usar texto, prints de matérias de sites de veículos jornalísticos, *prints* de redes sociais - *Instagram*, *Facebook*, *Twitter*, *YouTube* -, imagens de pessoas reais com enquadramento fotojornalístico etc.

#### 4.2 CASO: TÉRMINO DO SITE SENSACIONALISTA

Nos dias 14 e 15 de maio de 2015, o Sensacionalista publica três matérias em seu site. O fato era sobre o término de suas atividades, cuja justificativa residia na marca de 1 milhão de curtidas, da *fanpage* do site no *Facebook*. A narrativa do caso se situa no anúncio do fim do site (notícia 1), repercussão do fato (notícia 2) e anúncio de que o site não vai acabar (notícia 3). Vários portais postaram notícias sobre o caso<sup>15</sup>, numa perspectiva de ser “pegadinha”, ou seja, o site inventou o caso.

FIGURA 7 – PRINTS DAS MATÉRIAS TÉRMINO DO SITE



Fonte: [www.sensacionalista.com.br](http://www.sensacionalista.com.br)

É na tônica desse “erro”, que também se inscreve no discurso da manipulação que a grande mídia exerce, muito presente nos espaços de Ciberativismo, como o *Facebook*, que

<sup>15</sup>Portal Imprensa: <<http://migre.me/tjYXy>> ; Vox News: <<http://migre.me/tjZ2F>> ; Meio e Mensagem: <<http://migre.me/tjZ7Q>> ; Portal MakingOf: <<http://migre.me/tjZaf>> ; Administradores: <<http://migre.me/tjZcP>>

analisaremos o falso término do site, a partir dessas três notícias fictícias do acontecimento. Além de traçar planos de raciocínio que dialogam com os caminhos que o jornalismo como campo profissional e de conhecimento tem tomado com a “maturação tecnológica do avanço científico.” (SODRÉ, 2008, p. 13).

Antes, é preciso pontuarmos o nosso raciocínio para o desenvolvimento dessa análise. Se “o riso baseia-se num deslocamento” (MINOIS, 2001, p. 620), e tomamos o riso como fenômeno que está inserido no corpo constituinte do site *Sensacionalista*, procuraremos pensar na re colocação desse deslocamento, que provocara humor, agora como elemento de uma realidade concreta, para que as fissuras possam aparecer, e, a partir delas, possamos compor um retrato do jornalismo. Ou seja, se até agora o site de notícias fictícias *Sensacionalista* era considerado como não real, agora, admitiremos, num exercício metafórico, que ele faz parte de uma realidade concreta, no sentido de existir e influenciar o tecido social através de suas práticas.

#### **4.2.1 Notícia 1: Sensacionalista chega a 1 milhão de fãs e se despede. Muito obrigado a todos**

A primeira notícia foi a geradora do discurso sobre o término do site. A matéria, em formato de editorial, informa aos leitores o término das atividades do site. Postada no Facebook em 14 de maio, quinta feira, às 00:33h. 26 mil pessoas curtiram, 2,9 mil comentaram e 1770 compartilharam a postagem. Alguns dos comentários, que figuram entre os mais curtidos, são Memes de internet.<sup>16</sup> Selecionamos, na figura 8, quatro memes humorísticos mais curtidos

**FIGURA 8 – COMENTÁRIOS DO POST TÉRMINO DO SITE**

---

<sup>16</sup> Meme é um termo grego que significa imitação. No ciberespaço, o termo é associado ao fenômeno de "viralização" de uma informação, ou seja, qualquer vídeo, imagem, frase, ideia, música e etc, que se espalhe entre vários usuários rapidamente, alcançando muita popularidade.. Fonte: Significados, 2016. Disponível em: < <http://www.significados.com.br/meme/>>. Acessado em: 6 abr. 2016, às 13h43.





Fonte: [www.facebook.com](http://www.facebook.com)

Prezados leitores,

É com alegria que anunciamos a marca de um milhão de curtidas em nossa página no Facebook. E é com pesar que também anunciamos o fim do Sensacionalista.

Há algum tempo estabelecemos como meta esta marca que alcançamos hoje e apontamos para ela como o símbolo de um recomeço para os autores desse site.

Entendemos que cumprimos nosso papel na internet brasileira com o Sensacionalista e agora nos separamos para que cada um possa seguir em suas carreiras almejando novos desafios.

Pedimos desculpas aos nossos queridos leitores e amigos pela ausência, mas há momentos em que a dissolução é a melhor forma de recomeçar. Optamos por parar em boa fase, para não incorrer no mesmo erro de outros do passado. Esperamos que entendam e respeitem nossa decisão. Encerramos nossas atividades com a sensação do dever cumprido, de cabeça erguida, com a certeza de que plantamos uma semente e que um dia renderá bons frutos. Obrigado por tudo.

Valeu, Sensacionalista!

A manchete tem o foco na rede social Facebook, que naquele momento se inseria como uma indicadora de audiência do site, dada a marca atingida de 1 milhão de curtidas. O feito justificaria o encerramento das atividades, apresentado como “meta”.

O princípio da especificidade nos mostra que o discurso não é algo fechado de significado em si mesmo. Por exemplo: a expressão colocar o arquivo na nuvem - que se refere ao compartilhamento e armazenamento de dados por meio da internet - no início dos anos 2000

não teria o mesmo sentido atualmente. Os significados e sentidos de um texto são estabelecidos através da sua discursivização. É a partir da repetição do discurso que os acontecimentos se estabelecem em determinados sentidos. Por que o jornalismo tem um status de credibilidade? Porque foi a partir de um conjunto de textos que convergiam para o reconhecimento de verdade da informação que isso se estabeleceu como prática.

É por esse viés que procuramos localizar em quais pontos a notícia do término do site Sensacionalista poderia dialogar com outros textos e acontecimentos discursivos.

Dessa forma, ao ter um site em que faz uma paródia e sátira de um veículo de notícias, ao dizer que vai acabar por conta de uma meta estabelecida e se situa numa rede social, procuramos pensar nas associações possíveis dos veículos jornalísticos nas redes sociais.

A primeira associação é guiada pela pergunta: quais outros jornais teriam fechado as portas? Essa situação tem acontecido com uma maior frequência nos últimos anos? Qual seria o motivo ou os motivos? Basta uma rápida pesquisa para descobrir que na última década, o Brasil perdeu pelo menos oito jornais de grande circulação: Gazeta Mercantil, 2009; Jornal do Brasil, 2010; O Estado do Paraná, 2011; Jornal da Tarde, 2012; Diário do Povo, 2012; Diário do Comércio, 2014; O Sul, 2014; Diário Econômico, 2015.<sup>17</sup> No Estado da Paraíba, as demissões em massa deram a tônica da nota de repúdio publicada pelo Sindicato dos Jornalistas da Paraíba (SindJor) em fevereiro deste ano. Só em 2015, 25 jornalistas foram demitidos. E no mês de abril de 2016, o Jornal da Paraíba, depois de 45 anos, finda a sua versão impressa, com previsão de demissão para mais de 120 profissionais, incluindo técnicos.

Outro fator é o papel da legitimidade e reconhecimento do jornalismo como reprodutor de verdades. Historicamente, os jornais precisam construir a sua credibilidade a partir de certos dispositivos que lhes dão autenticação. Hoje, essa certificação está inserida também nas redes sociais. No Facebook, a audiência é medida pela quantidade de visualizações, curtidas, compartilhamentos e comentários.

A manchete da notícia 1 - Sensacionalista chega a 1 milhão de fãs e se despede... - tem como critério de noticiabilidade a marca de 1 milhão de fãs, que representa uma espécie de audiência do site, em sua *fanpage* no Facebook. O *Sensacionalista* parodia uma realidade que já é concreta no cenário do jornalismo: a audiência nas redes sociais. Muitos meios de

---

<sup>17</sup> PACETE, Luiz Gustavo. *Brasil perdeu oito jornais em 6 anos*. Disponível em: <<http://migre.me/to8enl>>. Acesso em: 30.03.2016.

comunicação conseguem contratos de publicidade e tem a legitimação do que veiculam a partir da quantidade de audiência e de crescimento nas redes sociais.

Ao dizer que “optou por parar em boa fase, para não incorrer no mesmo erro que outros do passado”, o site também dialoga com a possibilidade de ocorrerem equívocos na prática jornalística e que ao contrário de outras atividades, é melhor sair num período em que essas falhas não tenham um impacto negativo, pois elas podem ser fatais. Seria fatal em que? Na questão da credibilidade jornalística, assunto que é bastante comentado e tem ganhado bons exemplos nas movimentações do ciberespaço.

A emissora de televisão Rede Globo sofreu uma queda acentuada de audiência do Jornal Nacional, um dos principais jornais do conglomerado. Dentre outros fatores, as hipóteses para essa diminuição também se situam na queda de credibilidade, visualizada em movimentações das redes sociais - artigos, imagens, resgates de memória - que fazem um contraponto com as versões noticiadas pelo Jornal Nacional e pela grande mídia.

Em artigo<sup>18</sup> do jornalista Luiz Carlos Azenha, ex funcionário da Rede Globo, ele analisa esse momento de instabilidade da emissora,

O que antes era coisa de acadêmico, agora se tornou voz corrente para milhões e milhões de brasileiros: a Globo faz política e é o partido mais poderoso da oposição [...] O advento das redes sociais, por outro lado, criou massa crítica de telespectadores capazes de identificar as omissões, distorções ou mentiras da Globo. (AZENHA, 2015)

Nesta mesma linha, temos o Ocupe Estelita, movimento de reivindicação de uma área estratégica, o Cais Estelita, para o desenvolvimento social e coletivo da cidade do Recife que estava para ser colocada na esfera privada a partir de um consórcio de condomínios de luxo chamado Novo Recife. A movimentação ocorrida nas redes sociais agiu e discursivizou a necessidade do movimento que era acentuadamente silenciado na esfera da mídia tradicional pernambucana, porque muitos jornais mantinha relações financeiras com o governo.

Além de casos de coletividade, as redes sociais também oportunizam uma contra argumentação individual e novo meio de informação. É o que aconteceu no caso da estudante de medicina Amanda Oliveira, após ter participado de uma matéria do *Bom Dia Brasil* sobre o

---

<sup>18</sup> AZENHA, Carlos Luiz. *Audiência do Jornal Nacional desaba e confirma que a Globo chega aos 50 em crise*. Disponível em: <<http://migre.me/tl4Po>>. Acesso em: 24.03.2016.

programa governamental de intercâmbio ao qual integrou, o Ciências Sem Fronteiras. Na matéria, Amanda teria voltado, depois de nove meses, por falta de recebimento da bolsa. O que, a partir de um texto postado por Amanda no Facebook, não se confirmou como informação verdadeira, o que gerou uma onda de compartilhamentos, e, por fim, um pedido de desculpas na bancada do jornal Bom Dia Brasil pelo jornalista Chico Pinheiro:

Nós apuramos que Amanda não voltou antes da hora. Ela terminou o curso e desistiu de fazer o estágio após o fim das aulas. Foi um erro da reportagem e nós pedimos desculpas a você, nosso telespectador, e para Amanda, que reclamou com toda a razão. (PINHEIRO, 2015)

Assim, a matéria de término do fim do site Sensacionalista dialoga com realidades, e, apesar de não ser intenção direta do autor, acaba por se figurar na trama de textos que se aglutinam no imaginário coletivo e na rede.

É dessa forma que continuamos a análise ao pensar na figura linguística do “símbolo de um recomeço”, contida no trecho da matéria-mãe: “Há algum tempo estabelecemos como meta esta marca que alcançamos hoje e apontamos para ela como o símbolo de um recomeço para os autores desse site.” Assim, a pergunta que fazemos é: para quais caminhos se deve apontar a atividade dos jornalistas frente a um cenário de mudança e de demissões em massa?

A Agência Pública<sup>19</sup> trabalha com um modelo de financiamento, via crowdfunding e fundações e empresas filantrópicas, de causa social (Fundação Ford, Omidyar Network e Open Society Foundations). O nome remete à ProPublica<sup>20</sup>, organização norte-americana independente que produz jornalismo investigativo, modelo de jornalismo que tem ganhado força mundial nos últimos anos.

Desde a sua fundação, em março de 2011, pelas jornalistas Marina Amaral e Natália Viana, a Agência Pública tem construído uma trajetória nas premiações jornalísticas. As reportagens tem uma base na defesa dos direitos humanos. Já em 2012, ganhou dois prêmios de jornalismo ambiental (Prêmio HSBC Jornalistas & Co. de Jornalismo Ambiental pela série sobre Nilcilene, uma líder da Amazônia ameaçada de morte; Prêmio Allianz Seguros de Jornalismo Ambiental pela reportagem A Terra é dos índio. E o carbono, é de quem?).

Em artigo para o Observatório da Imprensa, Natália Viana, uma das fundadoras, reforça a necessidade desse novo modelo de jornalismo pós industrial,

---

<sup>19</sup> Disponível em: <<http://apublica.org/>>. Acessado em: 2 abr. 2016, às 14h20.

<sup>20</sup> Disponível em: <<https://www.propublica.org/>>. Acessado em: 2 abr. 2016, às 15h02.

Em vez de apostar em uma produção centralizada, queremos fortalecer uma rede de jornalistas que já fazem um excelente trabalho nos mais diversos cantos do país. Há tantos repórteres com experiência, coragem e a paixão infindável pelo jornalismo que podem até se sentir abatidos em meio à atual crise dos meios impressos e às repetidas demissões em massa – os passaralhos –, mas que não querem e não vão parar de fazer jornalismo. Porque eles sabem que o que fazem é importante demais. E nunca vai deixar de ser. (VIANA, 2015)

Além disso, a saudação final “Valeu, Sensacionalista”, nos remete a uma marca de linguagem mais popular, menos “quadrada”, tendência cujo aparecimento nos telejornais é uma forma de estratégia de aproximação com o público, por meio de usos e posturas mais populares.

Desde 2015, a fanpage do *Jornal Nacional* no Facebook inseriu pequenos vídeos, cujas chamadas para as notícias da edição do dia eram informadas através de um enquadramento não convencional - caseiro, imagem de baixa qualidade e um pouco tremida - com o apresentador nos bastidores do jornal - sala de reunião, redação etc. Além dos vídeos, fotos bem humoradas dos âncoras também tem regularidade nos posts da página.<sup>21</sup>

FIGURA 9 – POST NOVA ESTRATÉGIA DE TELEJORNALISMO



<https://www.facebook.com/JornalNacional/?fref=ts>

Na imagem, observamos a jornalista Renata Vasconcellos com o olhar direcionado para a tela do computador que Heraldo Pereira manipula. A legenda da foto é acompanhada por um *emoji* que simboliza um rosto sorrindo e lacrimejando, referência para uma risada exacerbada; e diz o seguinte: Devolve os óculos da Renata, Heraldo! Boa noite, o #JN tá no ar!

<sup>21</sup>JIMENEZ, Keila. “JN” procura renovação com vídeos caseiros e redes sociais. Disponível em: <<http://migre.me/tLLMD>>. Acesso em: 25.03.2016.

#### 4.2.2 Notícia 2: a repercussão

Após a nota do site Sensacionalista sobre o encerramento de suas atividades no dia 14, neste mesmo dia, à tarde, é postada a notícia, junto com um vídeo que contém uma série de pequenos depoimentos de humoristas e artistas lamentando o término do site, de título: “Leitores ilustres fazem vídeos lamentando o fim do Sensacionalista. Veja.”

Horas depois de anunciar o fim, o Sensacionalista recebeu vídeos de leitores lamentando a decisão. O site resolveu suspender suas atividades ao atingir a marca de um milhão de curtidas no Facebook.

Autores do Sensacionalista estabeleceram o número como uma meta e, agora, vão se dedicar a outras atividades. No post de despedida, os autores afirmam que optaram por parar na boa fase “para não incorrer nos mesmos erros que outros no passado.”<sup>22</sup>

O site faz, portanto, uma notícia sobre o próprio site. O critério de noticiabilidade foi a repercussão (comentários, em formato de vídeo) que os artistas tiveram sobre o término das atividades do Sensacionalista. O noticiar a notícia nos remete a algumas questões: a primeira, de que os veículos noticiosos são empresas, e, antes de tudo, tem como objetivo o lucro, portanto, falar sobre as suas próprias ações se torna uma estratégia de marketing. “Conheça a trajetória de tal repórter”; “Tv leva 5 prêmios de jornalismo”; estas são algumas manchetes que observamos com alguma regularidade nas redes. A auto promoção do jornalismo é algo que afeta o exercício democrático, porque mitifica a prática jornalística.

A segunda questão seria a demarcação dos critérios de noticiabilidade. A repercussão do término do site mereceu ser noticiada porque “leitores ilustres” se manifestaram. É a figura de quem estaria autorizado a falar para validar uma informação. É aquilo que Pêcheux (1995), em seu estudo do discurso político numa França estruturalista em ebulição, e Foucault, com o desenvolvimento de possibilidades de campo de pensamento a partir da língua como espaço de poder e luta, aborda sobre a questão dos lugares de fala. “As palavras, expressões, proposições, etc., mudam de sentido segundo as posições sustentadas por aqueles que as sustentam” (PÊCHEUX, 1995, p.160).

O vídeo, presente na notícia, conclui com uma fala do humorista Marcelo Adnet, à qual segue:

---

<sup>22</sup> Disponível em: <<http://migre.me/to77F>>. Acesso em: 30 mar. 2016, às 16h.

Eu não quero viver num país sem o Sensacionalista. Eu não quero viver num país onde a imprensa rasteira e vagabunda é levada à sério, e não como piada. Eu não quero viver num país onde um site livre e independente se vende para interesses econômicos maiores. Por isso eu digo: volta, Sensacionalista! (ADNET, 2015).<sup>23</sup>

Em um contexto de dúvida perante a verdade dos veículos jornalísticos, a existência de um site que satiriza e parodia o jornalismo sugere, no imaginário social coletivo, a saída necessária para o campo. Portanto, o Sensacionalista precisaria voltar e continuar desenvolvendo suas atividades. O humor é posto como forma de escape e desabafo, pois descarrega a indignação de quem não se vê reconhecido na grande mídia. Dessa forma, o depoimento de Marcelo Adnet vem integrar a voz do site enquanto revelador de verdades escondidas por detrás do humor.

As pessoas compartilham, curtem e comentam as notícias do site Sensacionalista; quem acompanha os posts, assinando o feed de notícias, partilha de valores que o site traz (apenas o prazer da piada, a crítica à política brasileira etc), nesse sentido há uma comunidade. Dentre outros fatores, creio que a corrente de crítica ao jornalismo, intrínseca no site, se torna uma mercadoria valorativa. O prestígio de compartilhar uma certa verdade desliza até ao usuário que agrega esse conteúdo ao seu perfil na rede social. Esse real é no sentido de que há ali uma crítica, apesar dos fatos não se configurarem como algo que realmente aconteceu. É o que chamaríamos de uma cultura do ciberespaço da crítica aos meios.

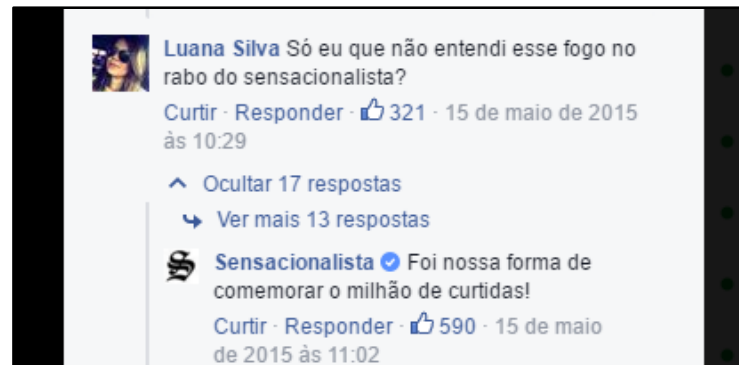
#### **4.2.3 Notícia 3: a volta**

No dia 15 de maio, o site posta notícia, junto com vídeo, com o anúncio de que o site não irá encerrar as suas atividades. No Facebook, o post alcançou 13 mil curtidas, 1000 compartilhamentos, 1,3 mil comentários e 256.354 visualizações - dados coletados até o período desta pesquisa. O próprio site revela, em resposta a um comentário no post desta notícia, que tudo não passou de uma brincadeira para comemorar o número de curtidas em sua fanpage:

---

<sup>23</sup> Disponível em: < [https://www.youtube.com/watch?v=N\\_gAH8g7sN4&nohtml5=False](https://www.youtube.com/watch?v=N_gAH8g7sN4&nohtml5=False)>. Acesso em: 06 abr. 2016, às 14h30.

FIGURA 10 – COMENTÁRIO SOBRE TÉRMINO DO SITE



<https://www.facebook.com/sensacionalista/?fref=ts>

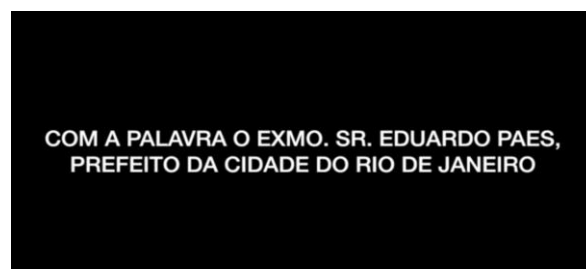
A manchete dá o tom de força impositiva para a volta do site, em função de uma suposta medida governamental. “Em vídeo, prefeito do Rio baixa decreto, tomba o site e obriga o Sensacionalista a voltar”.

O prefeito do Rio, Eduardo Paes, tombou o Sensacionalista por decreto e transformou o site em Bem Imaterial da cidade. Com a medida, o Sensacionalista está proibido de fechar. Há dois dias o site anunciara a suspensão das atividades, depois de alcançar um milhão de curtidas no Facebook. Com a medida, o site voltará a funcionar.

O prefeito gravou o vídeo em seu gabinete, anunciando a medida, e enviou para o Sensacionalista. Como bem imaterial, o site fica impedido de parar de funcionar.

Nas duas últimas notícias, o recurso do vídeo é usado como estratégia noticiosa. Nesta, o vídeo, enquadramento americano, da cintura para cima, duração de 53 segundos, mostra o prefeito do Rio de Janeiro, Eduardo Paes, em um ambiente decorado por quadros, o que supõe ser o ambiente de trabalho, o gabinete, do prefeito. O vídeo inicia com texto, background que aparenta ser o som de cornetas e remete a um tom mais sério, de duas linhas, em um fundo preto: Com a palavra o Exmo. Sr. Eduardo Paes, prefeito da cidade do Rio de Janeiro.

FIGURA 11 – FRAME DO VÍDEO DO TOMBAMENTO



Fonte: [www.youtube.com](http://www.youtube.com)



Em seguida, corta para o plano do prefeito, que inicia a sua fala em ritmo constante porém atento:

O meu recado para o pessoal do sensacionalista é o seguinte: é inadmissível, inaceitável, nós não vamos permitir, eu falo aqui como prefeito, representante de todos os cariocas, nós não vamos permitir que vocês fechem o site de maneira nenhuma. Nesse momento eu tô assinando um decreto, tombando o Sensacionalista, como bem imaterial permanente proibido de fechar no Rio de Janeiro”. (Prefeito Eduardo Paes).

**FIGURA 12 – PREFEITO DO RIO DE JANEIRO**



Fonte: [www.youtube.com](http://www.youtube.com)

Ao término da fala, é cortado para uma tela de fundo preto, com texto: De acordo com o decreto assinado pelo Pref. Eduardo Paes, o Sensacionalista agora é um bem imaterial permanente da cidade do Rio de Janeiro, e portanto, está proibido de encerrar suas atividades.

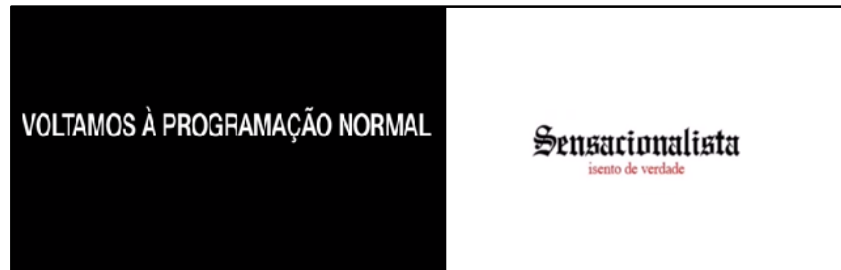
**FIGURA 13 – FRAME EXPLICANDO A FALA DO PREFEITO TOMBANDO O SITE**

**DE ACORDO COM O DECRETO  
ASSINADO PELO PREF. EDUARDO PAES,  
O SENSACIONALISTA AGORA É UM BEM  
IMATERIAL PERMANENTE DA CIDADE DO  
RIO DE JANEIRO E, PORTANTO, ESTÁ  
PROIBIDO DE ENCERRAR SUAS  
ATIVIDADES.**

Fonte: [www.youtube.com](http://www.youtube.com)

O vídeo finaliza com mais uma tela em preto, com os dizeres: voltamos à programação normal. Depois, aparece o logo do site, em fundo branco.

FIGURA 14 – FINALIZAÇÃO E ASSINATURA DO VÍDEO SOBRE TOMBAMENTO DO SITE



Fonte: [www.youtube.com](http://www.youtube.com)

Ao observar que é o decreto de um prefeito que faz o site de notícias continuar a funcionar, analisamos o que isto poderia significar na teia de enunciados sobre o jornalismo, e fazemos o seguinte movimento. A partir de uma suposta medida governamental, o um veículo de notícias continua a funcionar. O governo interferiu na autonomia de um veículo de notícias. É na perspectiva de relacionar discurso e história, com base no princípio da exterioridade, “naquilo que dá lugar à série aleatória” dos acontecimentos inscritos numa regularidade e aparição e fixa suas fronteiras (GREGOLIN, 2004, p.187). Dessa forma, na recente história da democracia brasileira, encontramos períodos de interferência direta do Governo nas decisões de veículos de comunicação. No cenário atual, existe também essa interferência? Ainda que de forma pulverizada?

Numa rápida observação pela problemática da democratização da mídia, poucos grupos no Brasil detém o poder político e econômico dos meios de comunicação. Com uma mídia mais plural, o impacto de chantagens políticas, no mínimo seria diminuído.

O silenciamento frente ao apontamento de fraude<sup>24</sup> do consórcio novo recife pelo três jornais de maior circulação de Pernambuco mostra a necessidade de uma equidade na distribuição de verba pública e de meios que possibilitem a circulação de jornais com pontos

<sup>24</sup> Portal G1. *PF aponta fraude no leilão do terreno do Cais José Estelita, no Recife*. Disponível em: <<http://migre.me/to7rQ>>. Acessado em: 30 mar. 2016, às 17h.

de vista plurais. De modo geral, o movimento Ocupe Estelita foi, em parte, ignorado pela imprensa.<sup>25</sup>

Nesse sentido, o humor serviu de plataforma para a elaboração de uma crítica. O Diário Pernambucano, site de notícias fictícias, publicou matéria<sup>26</sup> que explicava o silenciamento dos jornais frente ao movimento Ocupe Estelita. O motivo: descumprimento de prazo do fornecedor de tinta. A notícia é seguida por uma imagem que focaliza capas, verídicas, do Diário de Pernambuco, Jornal do Commercio e Folha de Pernambuco.

FIGURA 15 – PRINT DO DIÁRIO PERNAMBUCANO

The screenshot shows the homepage of the website 'diariopernambucano.com.br'. The main headline is 'Jornais de PE processam distribuidor de tinta. “Só por isso não imprimimos sobre o Estelita”'. Below the headline is a sub-headline: 'Podemos brás, se achar melhor.' The article text includes a quote: 'Outros, um dia após a Polícia Federal adentrar no território de uma das principais empresas do Consórcio Novo Recife, a Moura Dutra, não foi possível ver registrado nos capões dos principais jornais de Pernambuco nenhuma nota. A ação pode tomar consequências até então imprevisíveis, que já a ruína de todo o projeto do Recife Novo Recife. De fato, não é o assunto mais premente no imaginário local.' The article also mentions 'Somente um tiro à queda roupa, disparado ontem (1) por um jornalista em direção a um manifestante do Movimento Ocupe Estelita, foi capaz de marcar espaço em qualquer meio ostensivo legendário.' and 'Até então, nenhum jornal havia se manifestado sobre o completo silêncio acerca da tirada do bilão. No entanto, João Casão Paz Mendes-Orga, sócio da maior mídia de informação no Recife, posicionou-se a esclarecer o caso.' and 'Segundo Mendes-Orga, a culpa é da Stábil, dona da marca de tinta Scopyra II, que descumpriu o prazo normal. A empresa, que monopoliza a distribuição de tintas às redações em Pernambuco, será processada e'

The right side of the page features a 'IMAGENS' section with several small images and captions, including 'Bordado Banky, Balloon Girl', 'Basio Bibbes', 'Bate Coração', 'Bordado Chave Dourada', 'enjoel', 'Siga-nos no Twitter', and 'Curta-nos no Facebook'.

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

<sup>25</sup> Moreira, M; Martins, M. *O que a imprensa do Recife não conta sobre o Estelita*. Carta Capital. Disponível em: <<http://migre.me/to7yg>>. Acessado em: 30 mar. 2016, às 14h.

<sup>26</sup> Diário Pernambucano. *Jornais de PE processam distribuidor de tinta. “Só por isso não imprimimos sobre o Estelita”*. Disponível em: <<http://migre.me/to7Oi>>. Acessado em: 30. mar. 2016, às 15h.

#### 4.3 QUANDO A REALIDADE PARODIA A FICÇÃO E O INÍCIO DO SURREALISTA

A realidade estaria tão absurda que, agora o concreto e o verdadeiro residem no mundo do ficcional. Mas, esperem, é preciso fazer um recorte. Na verdade, são notícias reais que parecem coisa do *Sensacionalista*. Assim nasce o *Surrealista*. “É o site de notícias reais do Sensacionalista”.<sup>27</sup> Em 29 de fevereiro de 2016 é postada a primeira matéria em sua página do Facebook: Homem é condenado por tentar matar um morto<sup>28</sup>. A notícia é do jornal britânico The Guardian.

Em abril, o site Sensacionalista lança seu segundo livro *Sensacionalista - Pagar Por Um Livro Que Está na Internet É Sinal de Genialidade Dizem Especialistas* que traz como tema o próprio site. Ao contrário da publicação anterior *A História Sensacionalista no Brasil* (2012), que fazia um percurso com matérias fictícias sobre acontecimentos históricos do Brasil, agora, o site põe em diálogo o modus operandi, ao problematizar a liquidez da realidade das notícias. “Você fica on-line e não sabe mais o que é verdade e o que é mentira? De repente você se dá conta de que a realidade parece piada e as piadas poderiam ser reais?”, questiona o texto de divulgação do livro.<sup>29</sup>

Lançar um site que põe como tema central a questão da realidade da informação dialoga com duas questões: o próprio lançamento do livro e o uso de notícias reais que contém algo de absurdo e, portanto, poderiam ser do *Sensacionalista*. Mas antes, tomaremos algumas notícias do Sensacionalista para construir um desenho do jornalismo no site. À vista dos critérios de noticiabilidade, perguntamos, numa matéria sobre jornalismo, o que seria importante de noticiar?

Após pum de Belo, Sabesp confirma que nível de jornalismo está abaixo do volume morto.<sup>30</sup>

A Sabesp confirmou hoje que o nível do jornalismo de entretenimento brasileiro chegou ao volume morto. A confirmação veio logo depois da notícia sobre o fato de Belo soltar pum enquanto transa, veiculada ontem por muitos sites de “notícia” sobre celebridades.

De acordo com Gracyanne, mulher do cantor, ele costuma soltar gases enquanto os dois fazem sexo, mesmo com uma dieta equilibrada.

<sup>27</sup> Disponível em: <<http://surrealista.com.br/>>. Acessado em: 28 mar. 2016, às 15h.

<sup>28</sup> Disponível em: <<http://migre.me/tn6zA>>. Acessado em: 28 mar. 2016, às 15h02.

<sup>29</sup> Disponível em: <<http://migre.me/tn6Da>>. Acessado em: 28 mar. 2016, às 15h04.

<sup>30</sup> Disponível em: <<http://migre.me/tn6Fd>>. Acessado em: 28 mar. 2016, às 15h09.

Logo após a confirmação da notícia, o dólar disparou e as bolsas internacionais enlouqueceram. Em pronunciamento na ONU, o secretário geral informou que vai convocar uma reunião na semana que vem para avaliar os desdobramentos geopolíticos da notícia. (Sensacionalista)

Frente a crise de abastecimento dos reservatórios de São Paulo e as declarações de uma celebridade em programa de variedade que repercutiu em sites de entretenimento, encontramos esta notícia que correlaciona humoristicamente os dois acontecimentos. O nível, não aquático, mas intelectual, do jornalismo, teria sido colocado em cheque ao apresentar uma notícia sobre a vida íntima de celebridades brasileiras. Isso teria desencadeado uma reação geral: alta do dólar, loucura no mercado financeiro internacional e pronunciamento de uma instituição de política internacional, a Organização das Nações Unidas.

É imerso a tudo isso que o site faz uma crítica aos veículos que tematizam o mundo das celebridades. Quais seriam os desdobramentos políticos das notícias? Por que seria preciso ter um desdobramento político toda matéria? Por causa da carência de uma boa cobertura nessa área? É a questão da exclusão implícita. Se eu só noticio sobre celebridades, outros assuntos que dizem respeito à questões que influenciariam mais diretamente a vida das pessoas, estariam sendo colocadas em segundo plano. Em nossa sociedade, o grotesco ganhou um status privilegiado de noticiabilidade.

Nesse raciocínio, temos os *fait divers*, expressão francesa que significa “fatos diversos”, termo introduzido por Barthes, no livro *Essais Critiques* (1964) foi um dos primeiros recursos editoriais para chamar atenção da audiência e divertir o público. Notícias que apesar de verdadeiras, tem um caráter inusitado.

Outra situação vivenciada pelo jornalismo são os automatismos adquiridos em função das rotinas desgastantes. Por conta da alta demanda de trabalho do jornalista, que tem aumentado frente ao enxugamento das redações, fatores como checar informações ficam prejudicados, e alguns vícios de linguagem são colocados como um “quebra-galho” cognitivo. Nesse sentido, observa-se a notícia abaixo:

Repórter não usa frase “o cenário era de guerra” e vence Prêmio Esso  
 O repórter Alfredo Paes da TV Notícias venceu o Prêmio Esso de jornalismo com uma inovação arriscada na construção do texto. Descreveu o local de uma explosão de gás sem usar a frase “O cenário era de guerra”.  
 A novidade foi aclamada pelos avaliadores. Segundo a presidente da comissão avaliadora Lide dos Santos foi fácil escolher o vencedor: “Recebemos 450 inscrições de reportagens sobre acidentes de carro, desabamentos, explosões de caixa eletrônico e a matéria de Alfredo era a única que não citava a frase já

consagrada. Foi por eliminação mesmo. Pelo risco que ele assumiu, todos concordaram com a premiação”.

Mas uma nova informação pode reverter a decisão: um jornalista que perdeu o prêmio anunciou que vai recorrer porque foi informado que a frase não aparece na reportagem por um mero erro do editor, que a cortou sem querer.

Por conta de uma frase, já amplamente usada em reportagens, o repórter ganhou um prêmio de jornalismo. O prêmio Esso de Jornalismo avalia critérios de relevância social da reportagem. Mas nesse caso, houve uma ruptura, pois não foi o conteúdo a que se deu atenção na hora da avaliação mas uma questão mais estética do texto. Seria tão difícil no jornalismo atual romper com os chavões que quem conseguisse tal feito seria premiado? Por que haveria essa dificuldade de criar de maneira diferente uma frase na notícia? Nesse ponto que encontramos uma crítica ao jornalismo engessado.

O agendamento nas notícias do Sensacionalista está diretamente relacionado ao que é pautado na grande mídia e vira discussão nas redes sociais. Um exemplo disso foi a publicação, usada com a tag *notícias dos leitores*:

Sensacionalista se antecipa e terceiriza sua redação mesmo antes do texto ser aprovado pelo senado

O site estava enfrentando sérios problemas trabalhistas nos últimos meses, aparentemente os donos não estavam cientes que é bastante difícil registrar um chimpanzé e uma lhama como redatores de notícias.

Por sorte, o projeto de lei que regulamenta a terceirização que acaba de tramitar na câmara dos deputados, traz uma nova alternativa para manter o fluxo de postagens sem subir gasto com recursos humanos.

Outro projeto de lei, redigido pelo deputado Tony Morales, prevê a criação do programa de governo Mais Editores, que trará da Bolívia profissionais para suprir a demanda de editores de qualidade no Jornalismo Brasileiro.

Na mesma linha de outros veículos na internet, o site tem um espaço de sugestão de matérias dos leitores. A notícia fictícia é uma crítica direta à precarização das relações trabalhistas do jornalismo. Assim como para o polêmico projeto de lei que prevê a contratação de serviços terceirizados para qualquer atividade, desde que a contratada esteja focada em uma atividade específica.<sup>31</sup>

---

<sup>31</sup> Disponível em: <http://g1.globo.com/concursos-e-emprego/noticia/2015/04/entenda-o-projeto-de-lei-da-terceirizacao-que-sera-votado.html>). Acessado em: 14 mar 2016, às 21h32.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

As relações entre o humor e jornalismo são antigas e funcionam em conjunto com o cerne da atividade jornalística. O humor tem a característica de denunciar, ainda que, por vezes, de forma quase despercebida, tensões. É dessa forma que observamos o cenário de instabilidade das práticas jornalísticas. Não existe uma saída específica, nem um caminho exato a ser tomado. O jornalismo está em mudança porque a sua prática, as suas rotinas consubstanciam-se nas engrenagens da rede, do ciberespaço. Diante de uma questão tão delicada, quem melhor do que o humor para sacudir as estruturas e mostrar as entranhas da crise das notícias?

Não confiamos mais. Pelo menos uma boa parte da população, que está inserida nas redes sociais e no ciberespaço, parece endossar essa crítica à mídia, que também é instável e atende aos ventos que mais lhe convém socialmente, economicamente e politicamente.

Seria um site de notícias fictícias uma das janelas para compreendermos a situação do jornalismo na contemporaneidade, além do fenômeno humano do humor, entre suas curvas sinuosas e contemplações psicológicas? A nossa ideia foi estabelecer um dispositivo de interpretação que nos desse entrada para as problemáticas relacionadas ao jornalismo.

A falta de credibilidade, o empoderamento das populações pouco ouvidas historicamente pela mídia, o uso do humor como arma e bálsamo; toda essa situação clivamos na metalinguagem do término do site Sensacionalista e no início de um site de notícias verdadeiras, porém absurdas, o Surrealista.

O jornalismo ainda se embasa numa audiência que, de certa forma, legitima aquilo que é noticiado, apesar de, agora, a lógica permear outros raciocínios de adesão do público, como é o caso do número de curtidas e de acessos no ciberespaço. O término do Sensacionalista dialogou com o fechamento de tantos jornais impressos e consequente demissão de jornalistas no âmbito paraibano e nacional. O que nos fez pensar sobre a necessária reconfiguração do modelo de financiamento para o jornalismo, um via que tem rendido bons frutos é o *crowdfunding*. Será que um site de humor baseado na linguagem jornalística seria uma saída possível para solidificar esse terreno mutante do ofício? A grande mídia tem utilizado formas de abordagem mais descontraídas para reaproximar um público que tem observado as mudanças e surgimento de novos meios de fazer jornalismo no ciberespaço.

O suposto decreto de um prefeito impediria que o Sensacionalista encerrasse suas atividades. Mas não só isso, tombaria o site, garantindo longevidade às suas notícias fictícias. De que forma se estabelece a influência do Estado nas práticas jornalísticas contemporâneas? A pouca visibilidade que se deu nos principais jornais, em Recife, à um projeto de interesse social para a cidade, o #OcupeEstelita, é um exemplo dessa situação de interferência.

O mundo estaria mesmo absurdo para termos um jornal de notícias falsas? Nem tanto. Observamos que a paródia de jornais, recheados de crítica ao governo ou à certos extratos sociais, é algo antigo. Na Paris pós revolução francesa, na Alemanha pós Primeira Guerra, no Brasil pós Império.

Enquanto a um jornal que só noticia fatos tão absurdos que poderiam ser mentira? Os *fait divers*, recurso sensacionalista para vender notícias já no século XX, dá as bases hereditárias para a justificativa contemporânea. O Surrealista ainda tem pouco tempo de vida, se é uma ação planejada para um determinado fim, necessário que esperemos, observemos os seus percursos. Pesquisas necessárias para os próximos capítulos.

As relações entre humor e jornalismo tem antepassados, mas de gene mutante. A mutação vem ao gosto das novas realidades e recursos de uma época. O humor dá ao jornalismo duas questões: a crítica momentaneamente disfarçada e a resposta à mudança do mundo, ainda que de forma psicológica. Se o jornalista gostaria que aquela matéria sobre a demora nos serviços básicos de saúde rendesse resultado imediato, o humor das notícias fictícias nutre esse querer pois dá um contentamento, já que rebaixa, tira sarro, com a política pública, ao mostrar os seus absurdos. Assim vivemos, assim imergimos e convidamos ao estudo dessas relações. Claro, com muito bom humor, porque é o que salva a realidade.

O tema não se esgota, o Sensacionalista é um organismo vivo para entendermos o que é risível nas redes sociais. É preciso pesquisar sobre a política governamental e as suas relações entre o jornalismo e o humor a partir das notícias cuja temática é constante no veículo. Pesquisas vindouras para quem leva o humor à sério, mas sem deixar de ter ânimo.



## 6 REFERÊNCIAS

- ACSESLRAD, M. O humor como estratégia de comunicação. In Ghrebh- *Revista de Comunicação, Cultura e Mídia*.
- ALBERTI, V. *O Riso e o risível na história do pensamento*. Rio de Janeiro: Zahar, 2002
- ALMEIDA, T; PAIVA, C. Midiativismo, redes e espaço público autônomo: as novas mídias na redefinição das relações de poder. In: PAIVA, C.; BARRETO, E. (Org.); BARRETO, V. (Org.); MOURA, S. (Org.) ; SOARES, T. (Org.) . *Mídia, Tecnologia e Linguagem Jornalística*. 1. ed. João Pessoa: Editora de CCTA/UFPB, p.44-58, 2014.
- ARANHA, M. L. A. *Qual É a Graça? O Bom e o Mau Humor*. São Paulo: Moderna, 2001.
- BAECQUE, A. Hilaridade parlamentar na Assembleia Constituinte Francesa (1789-91). In. *Uma história cultural do humor*. Rio de Janeiro: Record, p.195-223, 2000.
- BAUMAN, Z. *Modernidade líquida*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2001.
- BAKHTIN, M. *A cultura popular na idade média e no renascimento: o contexto de François Rabelais*. [Tradução Yara Frateschi Vieira]. 7. ed. São Paulo: Hucitec; Brasília: Editora da Universidade de Brasília, 2010.
- BERGSON, H. *O riso: ensaio sobre a significação do cômico*. [Tradução Nathanael C.Caixaieiro]. Rio de Janeiro: Zahar, 1983.
- BREMMER, J; ROODENBURG, H. Introdução: Humor e História. In: *Uma história cultural do humor*. Rio de Janeiro: Record, p.13-25, 2000.
- BRIGLIA, T. Os limites entre jornalismo e entretenimento. 2015. Disponível em:<<http://migre.me/tgWHE>>. Acessado em: 18 mar. 2016, às 19h.
- BURKE, P. Fronteiras do cômico nos primórdios da Itália Moderna. In: *Uma história cultural do humor*. Rio de Janeiro: Record, p.93-114, 2000.
- CARMELINO, A. C.; RAMOS, P. . Uma trajetória das pesquisas linguísticas sobre humor no Brasil. In: Ana Cristina Carmelino. (Org.). *Humor: eis a questão*. 1ed.São Paulo: Cortez, 2015, v. 1, p. 7-18.
- DEJAVITE, F. A.; O poder do fait divers no jornalismo: humor, espetáculo e emoção. In: *Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*, 2001, Campo Grande. XXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Campo Grande (MS): UNIDERP, 2001. v. 01. p. 110-110.

DRIESSEN, H. Humor, riso e o campo: reflexões da antropologia. In: Uma história cultural do humor. Rio de Janeiro: Record, p.251-276, 2000.

GREGOLIN, M. R. F. V.; Michel Foucault: o discurso nas tramas da História. In: Cleudemar Alves Fernandes; João Bosco Cabral Santos. (Org.). *Análise do Discurso*. Unidade e Dispersão. 1ed. Uberlândia: Entremeios, 2004, v. 1, p. 19-42

LANNA, L. et al. Pagar por um livro que está na internet é sinal de genialidade dizem especialistas. Rio de Janeiro: Belas Letras, 2016.

LEMO, A. Cidade e mobilidade. Telefones celulares, funções pós-massivas e territórios informacionais. Disponível em <<http://tinyurl.com/q5annvs>>. Acessado em 20 fev. de 2016.

LÉVY, P. Cibercultura. [Tradução Carlos Irineu Costa]. São Paulo: Ed. 34, 1999.

MALINI, F; ANTOUN, H. A Internet e a Rua: ciberativismo nas redes sociais. Porto Alegre: Sulina, 2013.

MINOIS, G. *História do riso e do escárnio*. [Tradução Maria Elena O. Ortiz Assumpção]. São Paulo: Editora Unesp, 2003.

NAVARRO, P. O Pesquisador da mídia: entre a “aventura do discurso” e os desafios do dispositivo de interpretação da AD. In: Estudos do texto e do discurso: mapeando conceitos e métodos. São Carlos: Claraluz, p.67-92, 2006.

PAIVA, C. D@niel na cova dos leões: Mídia Ninja no programa Roda Viva. In: PAIVA, C.; BARRETO, E. (Org.); BARRETO, V. (Org.); MOURA, S. (Org.); SOARES, T. (Org.). *Mídia, Tecnologia e Linguagem Jornalística*. 1. ed. João Pessoa: Editora de CCTA/UFPB, p.10-25, 2014.

PÊCHEUX, M. *O discurso: estrutura ou acontecimento*. Trad. Eni Orlandi. 2 ed. Campinas, SP: Pontes, 1997.

PENA, F. Teoria do jornalismo. São Paulo: Editora Contexto, 2005. v. 1. 260p.

POSSETI, S. *Humor, língua e discurso*. São Paulo, SP: Contexto, 2010.

PROPP, V. *Comichidade e Riso*. São Paulo: Ática, 1992.

RAMONET, I. A explosão do jornalismo: das mídias de massa à massa de mídias. São Paulo: Publisher Brasil, 2012.

SALIBA, E. *Raízes do Riso*. A representação humorística. São Paulo: Companhia das Letras, 2002.

SODRÉ, M. Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede. Petrópolis, RJ: Vozes, 3. Ed., 2008.

TOWSEND, M. L. Humor e a esfera pública na Alemanha do século XIX. In: Uma história cultural do humor. Rio de Janeiro: Record, p.225-250, 2000.

TRAQUINA, N. Teorias do jornalismo: porque as notícias são como são. Florianópolis: Insular, 2004. 223p.

TRAVAGLIA, L. C. O que é engraçado? Categorias do risível e o humor brasileiro na televisão. *Estudos Linguísticos e Literários*, Maceió, AL - v. 5 e 6, p. 42-79, 1989.

\_\_\_\_\_. Uma introdução ao estudo do humor pela linguística. *DELTA - Revista de Documentação de Estudos em Linguística Teórica e Aplicada*, São Paulo, SP, v. 6, n. 1, p. 55-82, 1990.

\_\_\_\_\_. A caracterização de categorias de textos: tipos, gêneros e espécies. *Alfa: Revista de Linguística*, v. 51, p. 39-79, 2007.

VIANA, Natália. *Por que fazer um 'crowdfunding' para jornalismo?*. Disponível em: <<http://migre.me/tlKg1>>. Acesso em: 25.03.2016.

YOUNG, Dannagal G.. A cura pela graça. *Revista de jornalismo ESPM* – edição brasileira da *Columbia Journalism Review*, São Paulo, n. 7, p. 37-43, out./dez. 2013.