

QUANDO O HUMOR VEM COMO NOTÍCIAS: Uma análise do site de humor “Sensacionalista”¹

Andreza Gil Costa e COSTA²
Paulo Vitor Giraldi PIRES³
Universidade Federal do Amapá, UNIFAP

RESUMO

Este paper tem como foco fazer uma análise do site de humor Sensacionalista para entender qual o papel do humor no conteúdo produzido pelo site. Partimos da hipótese central de que o humor quando utiliza-se do jornalismo está para além do entretenimento, pois a ironia característica do site é veiculadora de uma crítica à sociedade e ao próprio fazer jornalístico. Para fins de análise, abordaremos as reportagens da editoria de política, e mais precisamente a notícia “Temer comemora bodas de papel com chuva de papel picado de títulos de eleitor e CLT”, publicada no site o Sensacionalista e a reportagem da Folha de S. Paulo “71% dos brasileiros são contra reforma da Previdência Datafolha”.

PALAVRAS-CHAVE: Sensacionalista; Humor; Ficção; Informação; Uso e Gratificações

1. INTRODUÇÃO

Num dia qualquer, liguei a TV, troquei para o canal da Multishow, onde passava um telejornal, por mim até então desconhecido. De imediato, não dei muita atenção para o que os apresentadores diziam, mas quando a repórter foi chamada, fiquei curiosa com o tema da reportagem: uma mãe de família havia cometido um crime, propositalmente, para ser presa. O motivo? Dispor de tempo e sossego para ler livros e ouvir discos numa cela de um presídio⁴.

A notícia em questão, na verdade, era fictícia. No entanto, não foi tão fácil chegar a esta conclusão. A seriedade dos apresentadores e da repórter, a qualidade técnica das passagens, entrevistas e simulações me levaram a crer que se tratava de mais um jornal qualquer, mas de uma notícia absurda. Enfim, toda a *linguagem* jornalística estava, aparentemente, a serviço de uma informação verdadeira.

No entanto, quando a reportagem terminou, observei que o canal era o Multishow –

¹ Trabalho apresentado no GT 1 – Análise de mídia, gestão e estratégias comunicacionais do I Comertec Jr., realizado de 02 e 03 de junho de 2017, na Universidade Federal do Amapá (UNIFAP)

² Estudante de Graduação do Curso de Comunicação Social – Jornalismo da UNIFAP, email: andrezagil.ap@gmail.com

³ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo da UNIFAP, email: paulogiraldi2@gmail.com

⁴ <https://www.youtube.com/watch?v=A9ShMyQj1Bk>, publicado em 24 de março de 2014.

desconfiei se tratar de um programa de humor. Depois desse dia, alguns amigos – entre eles, um jornalista! – compartilharam o link da reportagem em uma rede social, acompanhado de comentários de indignação, acreditando se tratar de um fato verídico⁵.

Algum tempo depois, durante os primeiros semestres do curso de Comunicação, me interessei em estudar o conteúdo do “Sensacionalista”, a fim de compreender seu processo de produção, isto é, a capacidade de se utilizar de técnicas jornalísticas para gerar entretenimento e ao mesmo tempo, através da ironia, lançar uma crítica profunda ao sensacionalismo cada vez mais presente no jornalismo brasileiro.

Descobri que o programa foi exibido de 2011 a 2014 no canal Multishow, resultado do estouro na internet do site “Sensacionalista”, fundado em 2009 pelo jornalista e humorista Nelito Fernandes. Além do site, o “Sensacionalista”, tem cada vez mais acessos e seguidores em diversas redes sociais, como o Facebook, Twitter, Instagram etc. As notícias, embora absurdas, fictícias e bastante humoradas trazem por trás uma crítica social aos acontecimentos mais recentes no mundo da política e da economia brasileira veiculada pelos grandes jornais do país.

Neste sentido, o problema norteador deste artigo é entender qual o papel do humor no conteúdo produzido pelo site *sensacionalista.com.br*? A hipótese central é que o humor quando utiliza-se do jornalismo está para além do entretenimento. A ironia característica do site é veiculadora de uma crítica à sociedade e ao próprio fazer jornalístico. O objetivo, portanto, é compreender como o humor (a ironia) é capaz de “brincar” entre a realidade e a ficção. Para fins de análise, abordarei as reportagens da editoria de política, e mais precisamente a notícia “Temer comemora bodas de papel com chuva de papel picado de títulos de eleitor e CLT”, publicada no site o Sensacionalista e a reportagem da Folha de S. Paulo “71% dos brasileiros são contra reforma da Previdência Datafolha”.

2. O Sensacionalista

A partir da primeira década dos anos 2000, os sites de humor no jornalismo vêm ganhando cada vez mais espaço no mundo virtual. Um dos principais inspiradores do site “Sensacionalista” foi o norte-americano “The Onion”, fundado como jornal impresso em 1988 por dois estudantes universitários. Desde 1996 no meio digital, o “The Onion” utiliza

⁵ A confusão entre as pessoas a respeito da veracidade da notícia continua até hoje. Alguns comentários no vídeo do youtube comprovam isto. Por exemplo, um usuário comentou: “Isso é sério mesmo ou é teatro??”, e outro comentou: “Sou fã da Laura. Achei a atitude desesperadora, mas positiva, mulher de coragem.”, etc.

nomes fictícios em suas reportagens, exceto quando figuras públicas são satirizadas (MACON; SODRÉ, 2015).

Neste mesmo caminho, entre a realidade e a ficção, o site brasileiro “Sensacionalista” foi fundado em 2009, pelo jornalista e redator Nelito Fernandes. Nelito trabalhou como jornalista nos jornais O Globo, Extra e Revista Época, foi redator do programa Domingão do Faustão, da Rede Globo, mas foi no humor que fez carreira nos programas Divertics, Zorra Total e Casseta & Planeta, todos da TV Globo⁶. Nas palavras de Macon e Sodré:

As notícias publicadas no Sensacionalista são fictícias baseadas ou não na realidade. As informações são divididas em editoriais – país, esporte, entretenimento, mundo, digital, economia – postadas, por vezes, a partir de assuntos que estão na pauta do dia e com envolvimento de nomes de artistas e governantes (MACON; SODRÉ, 2015, p. 2-3).

Observamos que o site Sensacionalista funciona a partir do formato jornalístico de editorias com temáticas agendadas por outros veículos e pela sociedade. Além disso, utiliza-se do humor para transitar entre a ficção e a realidade, como também lançar uma crítica ao próprio fazer jornalístico, especificamente o sensacionalismo existente nos grandes meios de comunicação.

3. O Sensacionalismo no Jornalismo

No livro “Espreme que sai sangue”, publicado em 1995, na primeira parte intitulada “Sensacionalismo da Comunicação”, Danilo Angrimani, oferece algumas definições para os termos “sensacionalismo” e “sensacionalista”, tomando por base o dicionário Aurélio:

“Sensacionalismo - S.m. 1. Divulgação e exploração, em tom espalhafatoso, de matéria capaz de emocionar ou escandalizar. 2. Uso de escândalos, atitudes chocantes, hábitos exóticos etc.. com o mesmo fim. 3. Exploração do que é sensacional na literatura, na arte etc. “Sensacionalista - Adj.2g. Em que há, ou que usa de sensacionalismo; notícia sensacionalista; jornal sensacionalista”. (apud ANGRIMANI, 1995, p.13).

Segundo ele, os termos em questão são amplos, por isso mesmo imprecisos e frequentemente utilizados como adjetivos de acusação para veículos de comunicação ou jornalistas. Já para o leitor, espectador ou ouvinte (o receptor) o sensacionalismo é entendido como um “desequilíbrio” informativo. Isto acontece quando o meio de comunicação comete um deslize, isto é, exagera na coleta de dados, publica conteúdos ousados ou, por exemplo, envereda por linhas editoriais que invadem a vida pessoal de figuras públicas.

⁶ Uma curiosidade a respeito da criação do site é que seu primeiro nome foi “Diário do dia”, mas sofreu mudança por não representar o objetivo proposto por seu criador: criar humor através de notícias fictícias.

Neste sentido, o termo “sensacionalismo” é utilizado quase sempre pelo receptor para desqualificar, “colocar a margem” uma notícia ou meio de comunicação e separá-lo, portanto, dos jornais “sérios”.

Uma vez que são múltiplas e imprecisas, as definições encontradas no dicionário ou aquelas construídas pelo senso comum não possibilitam uma investigação mais profunda sobre o assunto. Portanto, Angrimani recorre às definições elaboradas com mais precisão, como aquela oferecida por Rosa Nívea Pedroso quando define o sensacionalismo como um gênero de jornalismo que se caracteriza por um:

“modo de produção discursivo da informação de atualidade, processado por critérios de intensificação e exagero gráfico, temático, linguístico e semântico, contendo em si valores e elementos desproporcionais, destacados, acrescentados ou subtraídos no contexto de representação ou reprodução de real social”. (apud AGRIMANI, 1995, p. 14)

Quanto às regras que definem este gênero do jornalismo e seu modo de produção de informação, Pedroso enfatiza uma série de elementos, dos quais destaco os seguintes: o exagero e a heterogeneidade gráfica, a informação construída através do apelo emocional, a exploração do vulgar e do extraordinário, temáticas isoladas sem continuidade e relevância social, econômica e cultural.

Quanto ao aspecto discursivo, o jornalismo sensacionalista é caracterizado por sua repetitividade, ambiguidade e unilateralidade, orientada por uma lógica comercial a serviço do interesse empresarial frente às demandas da grande massa.

Neste sentido, Angrimani também se vale da definição proposta por Marcondes Filho, que enfatiza os aspectos ideológicos do sensacionalismo. Segundo Marcondes, o sensacionalismo é a radicalização da mercantilização das informações, isto é, o que se vende é a aparência, a manchete. Esta, por sua vez, quase sempre traz elementos que serão explorados pelas carências do público. Diz Marcondes Filho:

O jornalismo sensacionalista extrai do fato, da notícia, a sua carga emotiva e apelativa e a enaltece. Fabrica uma nova notícia que a partir daí passa a se vender por si mesma. (A imprensa sensacionalista) não se presta a informar, muito menos a formar. Presta-se básica e fundamentalmente a satisfazer as necessidades instintivas do público, por meio de formas sádica, caluniadora e ridicularizadora das pessoas. (apud ANGRIMANI, 1995, p. 15).

Segundo Angrimani, o sensacionalismo torna um fato jornalístico comum em espetacular, sensacional. Para tanto, faz uso de uma linguagem escandalosa e espalhafatosa. O sensacionalismo é, portanto, o modo de produzir notícias que extrapola o real, pois superdimensiona o que aconteceu de fato.

Outra característica da publicação sensacionalista é a inadequação entre os elementos que compõem a notícia, como manchete e texto ou texto e foto, levando o leitor ao descrédito do veículo. Neste sentido, o termo “sensacionalista” é pejorativo e quase sempre é utilizado para descredibilizar este tipo de veículo de comunicação.

Quanto a linguagem, prevalece o estilo coloquial – com uso de gírias e até palavrões – a fim de envolver o leitor emocionalmente com o texto. Enfim, o gênero sensacionalista recorre ao absurdo e ao apelo emocional, deturpando a própria realidade, quase sempre veiculando notícias descompromissadas política e socialmente, a fim vendê-las para o maior público possível.

Neste sentido, no livro “Espreme que sai sangue”, Angrimani traz definições que são importantes para entender de que forma o Sensacionalista se constitui como um jornal de humor ao se apropriar dos elementos do sensacionalismo e, ao mesmo tempo, lançar uma crítica sobre ele.

4. Análise

Notícia 1: 71% dos brasileiros são contra reforma da Previdência Datafolha

A matéria em formato reportagem foi publicada na edição impressa e no site do jornal Folha de S. Paulo, em 01 de maio de 2017, escrita pela jornalista Ana Estela de Sousa Pinto⁷. No lide da reportagem é possível observar o descontentamento dos brasileiros em relação à Reforma Previdenciária:

Sete em cada dez brasileiros se dizem contrários à reforma da Previdência, mostra pesquisa realizada pelo Datafolha. A rejeição chega a 83% entre os funcionários públicos, que representam 6% da amostra e estão entre os grupos mais ameaçados pelas mudanças nas regras para aposentadorias e pensões.

Para que possamos compreender esta notícia, é importante destacar o contexto político e econômico em que ela se insere. Desde que Michel Temer assumiu como presidente interino em 12 de maio de 2016, logo depois do impeachment de Dilma Rousseff ter sido aprovado no Senado Federal, no discurso de posse, prometeu dar prioridade à economia brasileira e consequentemente promover melhorias na máquina pública. Depois de três meses e dezenove dias como presidente interino, foi empossado como presidente definitivo.

⁷ A reportagem não foi compartilhada na *fanpage* da Folha de S. Paulo no Facebook, onde possui quase 6 milhões de curtidas e 5,7 milhões de seguidores.

A primeira proposta do presidente Temer no Congresso Nacional foi a Proposta de Emenda Constitucional (PEC) referente ao limite dos gastos públicos do Governo Federal. A PEC tramitou no Senado como PEC 55 e na Câmara dos Deputados como PEC 241 e então, foi aprovada em 13 de dezembro de 2016, passando a vigorar no ano de 2017. Outras reformas também foram propostas como a Reforma do Ensino Médio, da Terceirização, da Previdenciária e a Trabalhista.

Na matéria em destaque observamos uma reação da população exatamente a respeito das duas últimas propostas. Segundo a Teoria dos Usos e Gratificações, existe por parte dos indivíduos uma necessidade de consumir determinados tipos de informações. Neste sentido, os indivíduos não são sujeitos passivos, mas ativos. Isto se revela na crescente procura por notícias que tratem de temas sobre política e economia, e mais especificamente, sobre os últimos acontecimentos no governo do presidente Michel Temer ou da Operação Lava Jato, por exemplo.

Neste sentido, “motivações, gratificações, satisfações e necessidades são vetores conceituais a partir dos quais os efeitos e os usos pontuais dos meios de comunicação são compreendidos” (SILVEIRA, 2014, p.463). Dentro de uma perspectiva funcionalista, o receptor começa a ser pensado como um ser que não é mais vazio diante da mídia. Silveira completa esta reflexão dizendo que:

Segundo este entendimento, o receptor passa a filtrar, à sua maneira, aquilo que lhe é oferecido pela emissão. Admite-se a existência de outros processos agenciadores que não são imediatos, mas que interferem consideravelmente no núcleo de decisões do receptor (SILVEIRA, 2014, p. 460).

Obter satisfação faz parte do núcleo de decisões do receptor. Os autores Paul Lazarsfeld e Elihu Katz trabalham a perspectiva de que o processo de recepção agora é determinado pelo emissor. Para Katz, o receptor ocupa um papel de usuário ativo dos meios massivos e por essa razão o importante passa a ser responder o que os indivíduos fazem com as mídias.

Notícia 2: Temer comemora bodas de papel com chuva de papel picado de títulos de eleitor e CLT

A matéria, em formato notícia, foi postada na *fanpage* do Sensacionalista no Facebook, compartilhada do site www.sensacionalista.com.br no dia 12 de maio de 2017 e marcou a surpreendente marca de 14 mil curtidas, 344 comentários e 2.613 compartilhamentos. A *fanpage* do site de humor já ultrapassou a marca de 3 milhões de

curtidas e de seguidores, número que se compara ao de grandes jornais brasileiros que também estão no Facebook. Destaca-se a matéria:

Ao completar um ano de seu governo, conhecido como “bodas de papel”, o presidente Michel Temer reuniu parlamentares e ministros no Palácio do Planalto, em um evento para fazer um balanço de um ano do governo. Temer deu ênfase às ações de sua gestão e ressaltou as reformas da Previdência e a trabalhista, defendidas pelo governo. Ao fim de seu discurso, uma linda chuva de papel picado caiu do céu do Palácio, feita exclusivamente com títulos de eleitor e páginas da CLT de diversos brasileiros. “Achamos o governo Temer, até agora, um golpe de mestre” elogiou um ministro. “A chuva de papel deu um toque decorativo à cerimônia” disse outro. De acordo com Temer, apesar de todas as dificuldades até aqui, seu governo sai desse primeiro ano com saldo positivo. “Positivo em 4%!” gritou um parlamentar da oposição, sentado ao fundo.

Apesar de fictícia, é possível observar que a notícia em questão versa sobre um assunto em grande discussão no momento: as reformas da previdência e trabalhista. O humor, neste caso, se realiza uma vez que o conteúdo produzido brinca com a realidade e a ficção. Para compreender o humor por trás desta notícia, é necessário ter conhecimento do que está acontecendo no país, isto é, das notícias veiculadas pelos grandes meios de comunicação. No site Sensacionalista, a ficção (a piada) é o outro lado da moeda.

Segundo Chauí (2006), podemos compreender o entretenimento e o lazer de diversas formas; como elementos vitais para a vida humana, como descanso para o aumento da produtividade, e mais radicalmente, como produto da alienação, do controle social e da dominação.

Seja qual for nossa concepção de entretenimento, é certo que sua característica principal não é apenas o repouso, mas também o passatempo. É um deixar passar o tempo como tempo livre e desobrigado, como tempo nosso (mesmo quando esse “nossa” é ilusório) (CHAUÍ, 2006, p. 21)

Apesar das formulações, o entretenimento é um produto da cultura – em sentido amplo –, isto é, revela as formas que os indivíduos inventaram para simplesmente “passar” o tempo, recarregar suas energias, se divertir. Porém, o entretenimento se diferencia da cultura em seu sentido estrito, enquanto trabalho criador de pensamento e de arte.

No caso do conteúdo produzido pelo Sensacionalista, apesar de ser considerado como entretenimento, observamos que o humor está para além do simples passamento, mas é também veiculador de uma forte crítica social ao cenário político e econômico brasileiro, além do próprio fazer jornalístico. Este humor “crítico” é conceituado pelo próprio Nelito Fernandes que em uma entrevista ao canal GNT⁸:

⁸ <http://gnt.globo.com/programas/papo-de-segunda/videos/4901651.htm>

Eu acho que o humor pega a pessoa distraída, você não espera o que vem. O humor surpreende, ele precisa surpreender pra provocar o riso. E eu acho que o melhor caminho pro humor sempre é ser contra. Você é contra, não importa. “Vocês batem muito no governo”, porque é o governo. Se amanhã a oposição for o governo, vamos bater no governo, vamos bater na oposição, vamos ser contra. O humor a favor é impossível (...) Você aponta feridas, você sacaneia, é isso.

O sensacionalismo não é eticamente permitido no jornalismo. O Código de Ética dos Jornalistas foi criado para fixar normas éticas ao profissional do jornalismo. O texto do Art. 7º do Código diz que “O compromisso fundamental do jornalista é com a verdade dos fatos, e seu trabalho se pauta pela precisa apuração dos acontecimentos e sua correta divulgação”. Todos os jornalistas e veículos de comunicação devem observar e respeitar este princípio em nome do compromisso social com a comunidade.

O Sensacionalismo, por ser um site de humor, não tem compromisso com a verdade, inclusive, deixa claro no seu slogan “Um jornal isento de verdade”. No entanto, pessoas desavisadas divos podem acreditar no que é noticiado. O fato de suas notícias, sobretudo de política serem pautadas em temas que também estão em grandes sites de notícias jornalísticas, ajudam a alimentar a crença que as notícias veiculadas por ele são reais.

Considerações finais

Nas próprias palavras do criador do site, observei que o conteúdo produzido pelo Sensacionalista não está a serviço do entretenimento alienador, isto é, aquele que afasta o indivíduo dos processos sociais, políticos e econômicos. Pelo contrário, é através do humor que a crítica se realiza.

Na editoria de política do site, rir significa tomar consciência do que está acontecendo atualmente no Brasil. Isto significa dizer que os elementos sensacionalistas utilizados pelo site servem tão somente para criticar o que está sendo veiculado por muitos jornais brasileiros.

O Sensacionalista surge em um contexto em que o humor passa a ganhar espaço no mundo virtual. As notícias falsas elaboradas pelo site são inspiradas em fatos, acontecimentos e personalidades reais do Brasil. Em suas abordagens sobre o mundo da política, ironiza os escândalos de corrupção e as reformas do Governo Federal, como o caso das reformas da previdência e a trabalhista.

REFERÊNCIAS

ANGRIMANI SOBRINHO, Danilo. **Espreme que sai sangue:** um estudo do sensacionalismo na imprensa. São Paulo: Summus, 1995.

BACCEGA, Maria Aparecida. Comunicação e Consumo. In: CITELLI, Adilson; BERGER, Christa; BACCEGA, Maria Aparecida; LOPES, Maria Immacolata Vassallo de; FRANÇA, Vera Veiga (orgs.). **Dicionário de Comunicação – Escolas, Teorias e Autores**. São Paulo: Contexto, 2014.

CHAUI, Marilena. **Simulacro e poder: uma análise da mídia**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2006.

CÓDIGO DE ÉTICA DOS JORNALISTAS BRASILEIROS. Congresso Nacional dos Jornalistas Profissionais. Disponível em: <<http://www.abi.org.br/institucional/legislacao/codigo-de-etica-dos-jornalistas-brasileiros/>>

MACON, Felipe; SODRÉ, Muniz. Olimpíadas no Rio: Uma Análise das Notícias sobre o Evento no Site de Humor Sensacionalista. In: **XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação na Região Sudeste**. Rio de Janeiro. 2015.

Websites:

PINTO, Ana Estela de Sousa. 71% dos brasileiros são contra reforma da Previdência Datafolha. **O Estado de S. Paulo**, 01 mai. 2017. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2017/05/1880026-71-dos-brasileiros-sao-contra-reforma-da-previdencia-mostra-datafolha.shtml>>. Acesso em: 21 maio 2017.

TEMER comemora bodas de papel com chuva de papel picado de títulos de eleitor e CLT. **Sensacionalista**. Disponível em: <<https://www.sensacionalista.com.br/2017/05/12/temer-comemora-bodas-de-papel-com-chuva-de-papel-picado-de-titulos-de-eleitor-e-clt/>>. Acesso em: 21 maio 2017.