

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E CULTURA

FILIPPE MACON PEREIRA SANTOS

OS LUGARES DA PARÓDIA DO JORNALISMO NA INTERNET

Rio de Janeiro
2016

FILIPPE MACON PEREIRA SANTOS

OS LUGARES DA PARÓDIA DO JORNALISMO NA INTERNET

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação e Cultura da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ, como parte dos requisitos necessários à obtenção do título de Mestre em Comunicação e Cultura.

Orientador: Prof. Dr^o. MUNIZ SODRÉ DE ARAÚJO CABRAL

Rio de Janeiro
2016

FICHA CATALOGRÁFICA

CIP - Catalogação na Publicação

S2371 Santos, Filipe Macon Pereira
Os lugares da paródia do jornalismo / Filipe
Macon Pereira Santos. -- Rio de Janeiro, 2016.
162 f.

Orientador: Muniz Sodré.
Dissertação (mestrado) - Universidade Federal
do Rio de Janeiro, Escola da Comunicação, Programa
de Pós-Graduação em Comunicação, 2016.

1. Jornalismo. 2. Paródia. 3. Internet. I.
Sodré, Muniz , orient. II. Título.

Elaborado pelo Sistema de Geração Automática da UFRJ com os
dados fornecidos pelo(a) autor(a).

FOLHA DE APROVAÇÃO

FILIPPE MACON PEREIRA SANTOS

OS LUGARES DA PARÓDIA DO JORNALISMO NA INTERNET

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação e Cultura da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ, como parte dos requisitos necessários à obtenção do título de Mestre em Comunicação e Cultura.

APROVADO EM: 02/02/2016

BANCA EXAMINADORA:

Professor Dr.º Muniz Sodré - UFRJ (Orientador)

Professora Dr.ª Marialva Barbosa - UFRJ (Examinadora)

Professora Dr.ª Leticia Matheus - UERJ (Examinadora)

DEDICATÓRIA

À Vida

Todos os animais deste mundo, em especial meu gato, por me fazerem perceber, que sempre há algo diverso de mim em meu curso; seja com rabo, chifre ou pata. Nem por isso, deixamos de viver em paz!

À diferença, cabe o comunicado

AGRADECIMENTOS

Agradeço ao meu pai Juca e minha mãe Marta; a minha namorada Ana Licia; lembro ainda de meu avô que não está mais nesse mundo, mas me ligaria para transmitir suas palavras como o fez na época da graduação.

Aos professores que acreditaram neste projeto.

Aos que transmitiram força pela fé coletiva, com toda humildade.

Agradeço ainda aos que prestam atenção nos dizeres desta dissertação, transmitindo minha felicidade de poder contribuir com estudos futuros se for o caso!

SANTOS, Filipe Macon P. **Os lugares da paródia do jornalismo na internet**. Orientador: Muniz Sodré. Rio de Janeiro, 2016. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura) - Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2016.

RESUMO

Esta dissertação tem como objetivo revelar as intenções por trás da paródia do jornalismo em sites da internet. Partimos do pressuposto de que, nos últimos dez anos, houve uma intensificação de portais e blogs com texto imbuído de vínculos com a discursividade jornalística, mas com grau de distanciamento crítico. Consideramos que há um ato de paródia, com imitação da imprensa por uma lente invertida, que possibilita a construção de olhares sobre a sociedade, e talvez sobre o próprio jornalismo na revisão de sua prática. Selecionamos uma amostra que representasse o universo dos sites de paródia. O blog *Falha de S. Paulo* (censurado), site *Meiu Norte* (com atividades cessadas) e *GI7* (ainda em vigor) chegaram ao grau de semelhança de ter o domínio de conhecidos portais de jornalismo – *Folha de S. Paulo*, *Meio Norte*, *GI*. Entrevistamos ainda Nelito Fernandes, idealizador do site *Sensacionalista*, que alcançou mais um milhão de acessos diários. Apesar de partirem da base comum da paródia, é proposta uma diversidade de políticas, que podem ser combinadas com a ironia e sátira no ambiente da rede.

Palavras-chave: Jornalismo; Paródia; Internet

SANTOS, Filipe Macon P. **Os lugares da paródia do jornalismo na internet**. Orientador: Muniz Sodré. Rio de Janeiro, 2016. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura) - Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2016.

ABSTRACT

This Masters dissertation aims to reveal the intentions behind journalism parody websites. We assume that in the last ten years there has been an intensification of sites and blogs containing text with links to the journalistic discourse, but with a degree of critical distance. We believe that there is an act of parody, with imitation of the press by an inverted lens, which enables the construction of a look at society, and perhaps on journalism itself in the review of its practice. We selected a sample that represented the universe of parody sites. The blog *Falha de São Paulo* (censored), *Meiu Norte* website (with activities ceased) and *G17* (still in force) reached the degree of similarity with the known journalism sites domain - *Folha de S. Paulo*, *Meio Norte*, *G1*. We also interviewed Nelito Fernandes, *Sensacionalista* website creator, which reached over one million hits daily. Although they left the common ground parody, it proposes a range of policies that can be combined with irony and satire in the network environment.

Keywords: Journalism; Parody; Internet

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	10
1 PARÓDIA E JORNALISMO: CONSIDERAÇÕES CONCEITUAIS.....	20
1.1 A paródia em outros tempos.....	35
1.2 Memória coletiva: Os lugares da paródia e do jornalismo.....	39
1.3 Vínculos de discursividade com o jornalismo: Lugares dos Enganos.....	45
1.4 Um olhar espelhado: ironia de (um) jornalismo?.....	52
2 SOBRE A PARÓDIA	61
2.1 Os desvios da paródia: música, teatro e literatura.....	66
2.2 A radicalidade da paródia do jornalismo – Apporelly, o Barão de Itararé.....	74
3 ESTUDO DE CASO: FALHA DE S. PAULO, MEIU NORTE E G17.....	84
3.1 Sociograma.....	85
3.2 Paratexto.....	88
3.3 Falha de S. Paulo.....	91
3.4 Meiu Norte.....	100
3.5 G17.....	108
Conclusões	119

REFERÊNCIAS

ANEXOS

- Anexo 1 Entrevista Lino Bocchini (Falha de S. Paulo)**
- Anexo 2 Entrevista Rafael Gustavo Neves (G17)**
- Anexo 3 Entrevista Nelito Fernandes (Sensacionalista)**

Lista de Figuras e gráficos

- Figura 1** - Espelho de um *sociograma*..... 85
- Figura 2** – Espelho resumido do *sociograma*..... 86
- Figura 3** – Espelho do blog *Falha de S. Paulo*.....92
- Figura 4** – Espelho de capa de site reelaborador do *Falha de S. Paulo*.....93
- Figura 5** – Espelho do ambiente na rede do *Falha de S. Paulo*96
- Figura 6** - Espelho do *Portal Meiu Norte*..... 103
- Figura 7** – Espelho do *Portal Meio Norte*104
- Figura 8** – Espelho do ambiente na rede do *Meiu Norte*..... 107
- Figura 9:** Espelho do *Portal G17*.....112
- Figura 10** – Espelho simplificado do *Portal G1*.....114
- Figura 11:** Espelho do ambiente na rede do *G17*117

INTRODUÇÃO

Esta dissertação reflete sobre o lugar do discurso de sites que realizam paródia do jornalismo na internet. Partimos do pressuposto de que há uma imitação da narrativa jornalística, verossímil acreditada como verídica, mas sujeita a graus de distanciamento crítico pelo ato de paródia. Propomos avaliar os modos com que as subversões na linguagem da imprensa sugerem um espelhamento de visões de mundo, incluindo uma revisão da prática jornalística, pela lente invertida do humor.

O tema é relevante por envolver um gesto comunicacional que reinventa significações, a fim de assumir uma posição que deve ser socialmente contextualizada, a partir de uma negociação de sentido em relação ao jornalismo. Atos de paródia já ocorrem há muito tempo, chegando a incomodar inclusive instituições como a Igreja na Idade Média (BAKHTIN, 1999), enquanto reverberava o efeito cômico. Da mesma forma, a paródia no jornalismo brasileiro também não é novidade, sendo praticada em publicações humorísticas que circulavam no Brasil nas primeiras décadas do século XX, a exemplo do jornal *A Manha* do Barão de Itararé, paródia do *A Manhã*¹. Contudo, a partir do início dos anos 2000, verificamos um espraiamento mais evidente da paródia nas produções jornalísticas, além do fato de ser exercida sob uma lógica de rede através da internet.

Partimos do pressuposto de que é experimentado um momento para os processos comunicacionais em que duas camadas dão lugar ao exercício das atividades cotidianas em sua expressão. Consideramos um espaço físico da vida urbana, mas entendido num território híbrido, com o ambiente via internet, no qual é possível a expressão do afeto, das convicções, a invenção e a reinvenção de significados. A internet endossa uma lógica de rede, em que há aparentemente maior acesso e conectividade, mobilidade e deslocamento, por vários lugares possíveis, em meio ao fluxo de informações em que se inserem jornalismo e sites de paródia.

¹O semanário *A Manha* foi lançado em 1926 pelo humorista gaúcho Apparício Torelly. A publicação com interrupções teve vida até os anos 50 marcada pelo soneto-piada, mistura e hibridismo linguístico. Torelly trabalhava antes como colunista do jornal *A Manhã*, dirigido à época por Mário Rodrigues. *A Manhã* surgiu em 1925 como um dos responsáveis pela popularização da temática sensacionalista no Brasil. As histórias de crimes exercitavam a emoção do público com manchetes resumidas, subtítulos, estilo entrecortado e fotos. Cf. BARBOSA, Marialva. **História cultural da imprensa: Brasil – 1900 – 2000**. Rio de Janeiro: Mauad, 2007; SALIBA, Elias Thomé. **Raízes do riso: a representação humorística na história brasileira: da Belle Époque aos primeiros tempos do rádio**. São Paulo: Companhia das Letras, 2002.

A expectativa de um discurso acreditado como verídico produz muitas vezes confusões decorrentes da possibilidade de se acreditar na veracidade de uma notícia publicada, mas que na verdade era falsa. Foi o que ocorreu no site *Sensacionalista*. A partir da imagem de um casal com um bebê, encontrada na internet, uma reportagem fictícia foi escrita com o título “Casal de São Paulo batiza o filho como *Facebookson* e causa polêmica no mundo”. Não só houve quem acreditasse que aquilo de fato tinha se dado, como também portais de notícias reais, como *Alagoas 24 horas* e *O Impacto*, da Paraíba replicaram a notícia.

Os sites de paródia sobre o jornalismo realizam cópia de formatos jornalísticos, chegando a fazer trocadilhos com os domínios, ou seja, endereços dos sites, atuando diretamente na localização, uma das questões centrais da vida na cidade em rede. O assunto chegou inclusive aos tribunais, com o jornal *Folha de São Paulo* pedindo a censura do blog de paródia *Falha de São Paulo*, que teve o domínio suspenso. A ação causou repercussão não só no Brasil (portal Observatório da Imprensa), como também junto a organizações internacionais como a Repórter Sem Fronteiras.

Pesquisa quantitativa sobre consumo de mídia feita pelo Ibope em 2014, sob encomenda da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, mostra que mais da metade (53%) das pessoas confia sempre ou muitas vezes nas notícias de jornais impressos, embora 75% dos brasileiros não sejam leitores dos periódicos. Na mesma proporção, mais da metade (53%) dos entrevistados confia poucas vezes em notícias de sites, redes sociais ou blogs. Mas nem por isso o *facebook* deixa de ser a fonte mais acessada de informação na internet e as redes sociais receberem a maioria das citações².

No dia 22 de abril de 2012, chegou a ser publicada, em revista do jornal *O Globo*, a reportagem *É tudo mentira* com o subtítulo “Sites de humor com notícias falsas, como *O Sensacionalista*, *O Bairrista*, *G17* e *2030*, vivem ‘boom’ e, com a ajuda das redes sociais, repercutem como verdade”. O texto procurava mostrar que os portais de humor sobre o jornalismo proliferaram no Brasil, além de ilustrar casos de notícias falsas publicadas e que foram percebidas como verdadeiras.

O criador do site *Sensacionalista*, repórter Nelito Fernandes comentou que faz piada e que isso “está bem claro no layout que *O Sensacionalista* é um site de humor...[a] intenção

² “Pesquisa Brasileira de Mídia: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira”, **IBOPE / Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República**, <http://www.ibope.com.br/pt-br/noticias/Documents/PesquisaBrasileiradeMidia2014.pdf>, acesso em 02/09/2014.

nunca foi enganar ninguém”. Rafael Gustavo Neves do portal *GI7* disse que lhe “admira tanta gente acreditar”. O artista plástico piauiense Tiago Rubens Peres, do *Meiu Norte*, afirmou que “na internet todo mundo é piadista”. O designer carioca Vykto Berriel confessou estar cansado de ler notícias sobre pesquisas científicas em que ele acha a relevância discutível, habilitando uma conta no *twitter* com o perfil “@ *estadaos*” para “inventar estudos tão absurdos quanto aqueles”. Já a publicitária Raquel Novaes, integrando a equipe do *2030*, página de notícias falsas do site *Kibeloco*, alegou que o “boom de sites de notícias falsas surgiu na cola da profusão de notícias bizarras, reais, que ganham espaço em portais sérios”. O estudante Júnior Maicá, responsável pelo *O Bairrista* declarou achar “um absurdo os médicos acreditarem” numa informação falsa publicada por ele de que o ex-governador do Rio Grande do Sul Germano Rigotto tinha sido vítima de uma overdose de botox³.

Algumas questões podem ser pensadas diante desse cenário. A principal seria saber o lugar assumido pela paródia sobre o jornalismo quando circula na internet. Quais seriam os objetivos de imitar a linguagem jornalística com graus de subversões? E levando-se em conta que o ato de paródia carrega uma inversão em relação ao objeto alvo de humor - no caso, o jornalismo - seria possível percebermos apropriações de sentido para o jornalismo na contemporaneidade?

Os sites de paródia são vistos nesta dissertação no quadro teórico de referência como um gênero textual. O conceito de gênero pressupõe que cada época, cada grupo, tem seus repertórios de formas de discurso, gerados a partir de determinadas condições de comunicação e funções exercidas socialmente. Linguagem e história são indissociáveis (BAKHTIN, 2011). Neste contexto, os gêneros possibilitam operações ativas e transformadoras na medida em que são combinados e hibridizados de modo criativo - tencionam, provocam, corroboram, criticam, negam, hibridizam e transformam através da linguagem (RIBEIRO, SACRAMENTO & ROXO, 2014). Consideramos estratégias de comunicabilidade, particularizando posições e reconhecimentos durante a enunciação. Observar estratégias envolve um lugar ocupado por quem se comunica e que pode se relacionar de diversas formas com outros lugares.

Entendemos o território discursivo como um híbrido entre o espaço físico e o mundo online da lógica em rede, em que as pessoas se expressam e atuam ativamente na sua concepção de mundo, como em uma *cyberurbe* (LEMOS, 2007). Enquanto há um exercício

³ “É tudo mentira” in **Revista O Globo**, Rio de Janeiro, n 404, 22/04/2012, p. 24-29.

por meio da linguagem, consideramos ainda que a paródia envolve uma inversão de valores, assumindo uma posição de distanciamento em relação ao objeto alvo de humor (BAKHTIN, 1999, PAIVA & SODRÉ, 2002). Este é, portanto, o objetivo central dessa dissertação: observar se há esse distanciamento do jornalismo ao abordar o jornalismo através de um discurso produzido a partir da inversão.

Para isso, realizaremos a análise de três sites numa abordagem qualitativa, que perceba a intensidade, a heterogeneidade e a relevância no fenômeno no Brasil (FRAGOSO, RECUERO & AMARAL, 2013; LOPES, 2003). Endereços, que são trocadilhos ou corruptelas de domínios de portais de jornalismo, foram determinantes na escolha, pelo nível de semelhança com os sites alvos da paródia. A partir da noção de paratexto (GENETTE 1997; PALÁCIOS & MIELNICZUK, 2002), estudamos o modo com que os textos se apresentam em sua singularidade, convidando à leitura por meio de títulos das matérias, logotipos e editoriais. Assim, iremos analisar o blog censurado *Falha de São Paulo* (paródia do jornal *Folha de São Paulo*); o site *Meiu Norte* (paródia do *Meio Norte*) que cessou suas atividades (2013); e o portal *G17* (paródia do *G1*) ainda em vigor.

A amostra possibilita aumentar o escopo dos elementos observados nos sites, tais como design, conteúdo, janelas para interatividade, entre outros. Seguindo processo de níveis de escolha da amostra por intensidade, notícias de repercussão (emblemáticas) são selecionadas de modo a comparar com a notícia que originou a paródia, construindo uma espécie de universo noticioso paralelo. Tabulações serão feitas de modo a buscar frequências, tendências, relações, cruzamentos da paródia com o gênero jornalístico. Serão consideradas as estruturas formais referentes aos temas (os assuntos e temas típicos), o estilo (recursos usados na linguagem) e construção composicional (modos de organização do texto e matérias significantes). No segundo eixo de análise, serão observados os modos de endereçamento, isto é, o enunciado estruturado e constituído por sua orientação externa, neste caso, o ambiente da rede.

Propomos complementar os estudos latino-americanos em comunicação de Jesús Martín-Barbero (2003) pelo diagrama das mediações com o *sociograma* como modo de representação da rede. Por esta análise, as conexões são linhas e os atores são pontos no escopo do método da Análise de Redes Sociais - ARS (FRAGOSO, RECUERO & AMARAL, 2013). Uma rede ego será, então, considerada; ou seja, traçada a partir de um ator - no caso, os sites de paródia elencados. As conexões são delineadas de modo a compreender suas possibilidades discursivas atingindo por ligação outros nós a que fazem referência na

rede - outros sites de paródia sobre a imprensa e os portais da imprensa que são alvos da paródia.

Os autores que realizam a narrativa dos sites de paródia do jornalismo podem ser considerados testemunhas de um tempo que passa, contemporâneos a esta dissertação. Estão imersos em um ambiente marcado por rupturas provocadas pela lógica da rede e sua influência midiática – novas tecnologias de comunicação como meio de produção da subjetividade humana. Os responsáveis pelos sites de paródia fazem humor como outros que também faziam paródia da imprensa através dos folhetins e semanários há cerca de um século, embora singularidades e efeitos atuais precisem ser analisados. Em função desta centralidade ocupada pelos responsáveis pelos sites, foram realizadas com eles entrevistas semiabertas por email, a partir de questões-chave, que informam não apenas dados gerais da produção paródica, mas também enfocam o contexto jornalístico paródico a partir de suas perspectivas.

Gestos comunicacionais podem assumir repercussões no que se refere à geopolítica, maximizada sua importância quando se considera o efeito das novas tecnologias. Segue-se que uma prática social pela linguagem pode representar outros modos de se entender na cidade, conformando essa pesquisa a outras desenvolvidas no âmbito do Laboratório de Estudos em Comunicação Comunitária Lecc/UFRJ (PAIVA, 2003; PAIVA & SODRÉ, 2002)⁴. Novas formas de expressão podem funcionar no limite com outras existentes, no caso, o discurso da paródia frente ao jornalístico na internet.

No que se refere aos sites de paródia de jornalismo, seu formato existe tanto no Brasil quanto no exterior; passou a circular inclusive como programa de televisão em canal pago (O *Sensacionalista* entrou na grade do canal de televisão paga *Multishow*); teve matérias a respeito veiculadas na mídia (jornal *O Globo*); resultou em manifestações de ONGs militantes da liberdade de expressão (Repórter sem Fronteiras) e foi tema de matéria publicada no

⁴ Raquel Paiva (2003) trabalha com o conceito de espírito comum nos estudos de comunidade para ressaltar agenciamentos interpessoais e midiáticos que escapam ao controle de instituições e corporações. Gostaríamos de frisar que os sites de paródia do jornalismo poderiam exercer um tipo de imitação cômica do jornalismo em diálogo com seus formatos. Paiva & Sodré (2002) comentam que a paródia era praticada desde as festas populares nas praças, sendo absorvida essa manifestação aos poucos pela grande mídia. Entre os exemplos estão os programas de auditório no rádio e na televisão. Competições, sorteios e brincadeiras eram reedições dos jogos de feira e festas do largo. Filmes de chanchadas se constituíam como inversões dos longas de Hollywood. Chamamos atenção para a possibilidade de o lugar do riso ter se deslocado na contemporaneidade para a internet sem estar preso à grande mídia. A paródia do jornalismo ainda que tenha sido praticada no passado poderia ganhar outros efeitos com a visibilidade de blogs e sites a baixo custo. Cf. PAIVA, Raquel. **O espírito comum: comunidade, mídia e globalismo**. Rio de Janeiro, Mauad, 2003; PAIVA, Raquel & SODRÉ, Muniz. **O Império do Grotesco**. Rio de Janeiro: Mauad, 2002.

Observatório da Imprensa. E mais, sendo alvo de questionamento na justiça (caso *Folha vs Falha*), consta nos autos do processo em ação impetrada pela imprensa para a anulação do domínio de um site de paródia: “A jurisprudência brasileira a respeito do tema é rarefeita, não havendo casos célebres a respeito do direito de utilização de marca, sem autorização do titular, com a finalidade de paródia, seja de forma geral, seja, especificamente, na internet”⁵.

A inspiração para esta dissertação sobre sites de paródia do jornalismo veio primeiramente a partir de uma matéria publicada em 2012 na revista de domingo, suplemento do jornal *O Globo*⁶. Chamavam atenção casos em que as pessoas confundiam algo fictício como se fossem fatos reais. Causou incômodo também o título dado à reportagem: “É tudo mentira”, como se o universo do humor fosse algo à parte. Entretanto, a premissa de que partíamos incluía a paródia na categoria de um gênero textual que negociava um modo de circulação de sentidos, em zonas de contato, mas também de distanciamentos do jornalismo.

Pesquisando sobre o assunto, foram achadas algumas monografias a respeito, incluindo o exemplo do site *Falha de São Paulo*, que foi acionado na justiça pela *Folha*. Renato Rovai (2014), pelo programa de doutorado da Universidade Federal do ABC, ressalta em estudo sobre a constituição do movimento de blogueiros no Brasil que o *Falha* é um dos casos de blogs que enfrentou dificuldades em relação a problemas de censura imposta por conglomerados midiáticos. A censura foi tema inclusive de seminário realizado no âmbito do OBCOM/USP – Observatório de Comunicação, Liberdade de Expressão e Censura da Escola de Comunicação e Artes da USP (CASTILHO COSTA, 2014), no qual consta o depoimento de Lino Bocchini, um dos autores do blog censurado, narrando seu início e fim⁷.

Algumas análises verificaram um leque de efeitos dos sites de paródia, por vezes enquadrados num tipo de gênero jornalístico, o que evitamos nesta dissertação. Ana Conceição e Adenil Domingos (2012) destacam o site *Sensacionalista* com o uso de humor como recurso crítico a jornais sérios com cores e tipografia do logotipo lembrando o *The New York Times*. Carícia Oliveira (2011) salienta a opinião crítica nos estudos sobre o *Sensacionalista* e *The i-Piauí Herald*, afirmando que o objetivo não é ridicularizar veículos da

⁵ Processo 0184534-27.2010.8.26.0100, 29ª Vara Cível - Foro Central Cível – Tribunal de Justiça de São Paulo.

⁶ “É tudo mentira” in **Revista O Globo**, Rio de Janeiro, n 404, 22/04/2012, p. 24-29.

⁷Cf. ROVAI, Renato. “A mídia livre, a blogosfera progressista e a democratização da comunicação no Brasil em Creative Commons”. In: **XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Foz do Iguaçu. 2014; BOCCHINI, Lino. “O caso do blog Falha de S. Paulo”. In COSTA, Maria Cristina Castilho (Org.) **A Censura em debate**. São Paulo: ECA/USP, 2014.

imprensa, mas eventos políticos e agentes neles envolvidos. Lucas Constantino (2013) abordando o blog piauiense concorda, mas afirmando que há uma dose de crítica ao tradicionalismo da imprensa. Deborah Gerson e Beatriz Dornelles (2012) ressaltam que o humor pode aguçar a percepção ou simplificar assuntos importantes levando ao descaso, ao analisar o trato do *The i-Piauí Herald* ao caso de corrupção envolvendo o senador mineiro Demóstenes Torres e o contraventor Carlinhos Cachoeira⁸.

Verificamos ainda que pesquisas se propuseram analisar os sites de paródia como se estivessem inseridos num gênero de notícias satíricas. Sousa (2013) se baseia na teoria sociorretórica de estudos de gênero, na teoria da notícia e em estudos literários sobre sátira. Para o autor, ocorre na notícia satírica uma fusão da forma jornalística com a substância da sátira. O humor é considerado como acompanhado de uma crítica social, seguindo vertente de entendimento lucílica (romana, fundada por Lucius, século II a.C.). A notícia satírica teria como propósito “criticar para converter atitudes, práticas ou comportamentos socialmente imorais em atitudes, práticas e comportamentos moralmente admissíveis.” (SOUSA, 2013, p. 157). Foram analisadas 64 notícias do portal *Meiu Norte*. Contudo, advertimos que há limitações no encaminhamento da questão desse modo.

Caso a análise se dirigisse no sentido de avaliar o gênero notícia satírica, seria preciso considerar que há uma inadequação ou crítica corretiva a normas sociais vigentes. Ressaltamos, porém, que o conceito de norma social, assim como “adequação e inadequação”, é algo problemático, se reparamos que o poder não é situado, mas “deve ser analisado como algo que circula” (FOUCAULT, 1979, p. 183). Ou se aventarmos que não há somente uma “produção de poder para controlar as relações sociais e as relações de produção”, mas “uma modelização que diz respeito aos comportamentos, à sensibilidade, à percepção, à memória, às relações sociais, às relações sexuais, aos fantasmas imaginários etc.” (GUATTARI & ROLNIK, 1996, p. 28). Parece-nos ainda precipitada a exigência de crítica corretiva social no humor dos sites de paródia do jornalismo, devendo-se avaliar caso a caso.

⁸Cf. CONCEIÇÃO, Ana Lígia Corrêa da; DOMINGOS, Adenil Alfeu. “Site “Sensacionalista”: Relação Jornalismo e Humor em uma Perspectiva Semiótica”. In: **XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste**. Ouro Preto. 2012; CONSTANTINO, Lucas Eduardo Marques. **The I-Piauí Herald: Uma paródia do jornalismo tradicional**. Monografia Universidade Federal de Viçosa. 2013; GERSON, Deborah Cattani & DORNELLES, Beatriz. “The i-Piauí Herald e o caso Cachoeira: um estudo sobre falso noticiário”. In **Culturas Midiáticas**, v. 5, nº 2, 2012; OLIVEIRA, Carícia Temporal Soares Raposo de. **Isentos de verdade: a nova sátira dos jornais de mentira**. Monografia Universidade de Brasília. 2011. Os três estudos bibliográficos relacionados nesta nota rotulam os sites de paródia em categorias de gêneros do jornalismo, introduzidas por Marques de Melo (2010).

Preocupa-nos mais os modos pelos quais é possível criar a partir de diversas séries de produções, do que nos atermos em definições de gênero ou normas. Por isso consideramos a paródia uma forma menos limitadora para analisar os efeitos das séries produzidas pelos sites que fazem humor do jornalismo e seus entrecruzamentos com outras produções, como a da imprensa. Acrescentamos ainda que Sousa (2013) aplica diretamente elementos de análise próprios da teoria da notícia – tais como o *lead* - para observação de sites de humor, o que consideramos um desvio dos instrumentos de pesquisa, já que não poderíamos aplicar diretamente algo próprio do jornalismo a outro gênero textual.

O gênero dos sites de paródia do jornalismo ainda está sob investigação, não sendo seguro dizer que nomenclaturas de elementos do jornalismo fazem parte desse gênero textual de humor, sobre o qual não se tem nem a dimensão por completo para afirmarmos algo do tipo com certeza. Em diálogos de Platão, como *Mênon* e *Teeteto*, o personagem Sócrates comenta que não é possível buscar a definição de algo a partir de elementos estranhos ao que está em investigação e ainda não se possui o domínio por completo⁹. No caso, elementos da teoria da notícia podem ser considerados para serem aplicados ao jornalismo, cujo domínio em seu emprego já é tido como pressuposto da teoria. Mas não pudemos utilizá-los como parte de algo ainda em pesquisa – o humor de notícias - a que não se propõem.

A questão da liberdade de expressão é tema referencial de nosso interesse desde a graduação. Naquele momento, com a monografia **A Crise da Mídia: Defesa da Imprensa pelo Senso Comum**, nós observamos que os manuais de jornais sob o escopo da liberdade de expressão e direito à informação tinham como base principal a cartilha das Nações Unidas de

⁹*Mênon* é um diálogo de Platão que se situa contendo influências de Sócrates e outras recebidas por Platão por volta dos anos 402 a.C. É tido como um diálogo de transição, uma vez que se considera não só a definição das coisas, mas a possibilidade de aquisição de conhecimento. A conversa ocorre entre o personagem Sócrates e Mênon acerca da virtude, se é coisa que se ensina? Numa das tentativas de definir virtude, Mênon tentar dizer que é regozijar com as coisas belas e poder alcançá-las; e também desejar essas coisas tendo capacidade de consegui-las. Mas ele esbarra naqueles que querem coisas más e que acreditam ter coisas boas, apesar de ir pelo mau caminho. Para diferenciar, diz que para ter coisas boas que levem à virtude, é preciso ter outras como justiça. O problema aí é que o elemento sendo investigado – virtude – passa a ser definido por uma parte dele mesmo – a justiça – não sendo possível usar a parte de algo, ainda não definido por inteiro, para explicá-lo. Cf. PLATÃO. *Mênon/Platão*. Trad. Maura Iglésias. Rio de Janeiro. Ed. PUC – Rio. Loyola, 2001, p. 39 - 47. Na fala de Sócrates em *Teeteto* (personagem com quem Sócrates dialoga), o caso é semelhante, mas a partir da indagação do que seja conhecimento em si, e não definido por várias coisas, como astronomia, aritmética e geometria. Cf. PLATÃO. *Teeteto*. Trad. Carlos Alberto Nunes. Digitalizado por Membros do Grupo de Discussão Acrópolis -, <http://100medo.com.br/documents/Livros/Teeteto.pdf>, acesso em 03/05/2015. O exemplo dos diálogos é para alertarmos o seguinte: foi utilizado por Sousa (2013) para a observação do que chama *notícia satírica*, elementos do jornalismo que seriam apenas parte da *notícia satírica*, sem que ela estivesse definida ainda. Dizemos que, antes de tudo, seria preciso dizer o que é *notícia satírica* em si, em vez de situá-la como algo do jornalismo e algo da sátira, partes do conhecimento buscado, mas advindas de naturezas distintas.

1948 sobre a Declaração Universal dos Direitos Humanos. Mas diversas manifestações envolvendo cartas de leitores, ONGs, magistrados e chefes estatais, criticavam se de fato o jornalismo vinha cumprindo com seus princípios. Entre os exemplos citados estão o do ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva, do coordenador de campanha de candidatura da então senadora Marina Silva, do jurista Dalmo de Abreu Dallari e de organizações como o grupo Intervozes. Agora interessa-nos analisar os efeitos de um discurso que realiza a paródia de elementos do jornalismo, com grau de distanciamento crítico da máscara da factualidade propagada pela imprensa.

O **primeiro capítulo** procura contextualizar os sites de paródia sobre o jornalismo. São observados os criados no Brasil, além de particularizar outros existentes no exterior e que serviram de inspiração para os produtos nacionais. Elementos do design dos sites, os modos de organização e localização de conteúdo, alguns exemplos de notícias e as reações ao humor praticado são pontos deste capítulo. Salientamos ainda os caminhos que nos levam a compreender a imprensa como gestora de sua imagem na memória coletiva e como a paródia em suas estratégias pode espelhar ironicamente outras visões de mundo como um ato de memória.

O **capítulo dois** discute teoricamente a questão da paródia, abordando suas configurações narrativas no tempo, ou seja, como um processo histórico, em relação ao jornalismo. A questão das continuidades do texto e a noção de desvio serão percebidas como fundamentais para a compreensão do efeito paródico. O desvio não constitui como oposição ao texto base alvo da paródia, mas parte de uma zona de contato para assumir, na sequência, uma negociação por possível posição crítica no discurso. A inversão paródica pode possibilitar novas regras e uma suspensão dos limites de uma narrativa jornalística para assumir outros contornos, similar ao que Sodré (2006) relaciona à experiência alegre de liberdade, desapego e desligamento pela hilaridade. O exemplo do semanário *A Manha* de Aparício Torelly é ressaltado como uma experiência radical do ato paródico.

O **capítulo três** analisa os três sites escolhidos como corpus do trabalho: *G17* (paródia do portal *G1*); *Meiu Norte* (em relação ao *Meio Norte*) e *Falha de São Paulo* (trocadilho com *Folha de São Paulo*). A abordagem, partindo da questão do gênero textual, procura investigar os elementos temáticos, de composição textual e de estilo, além de seus endereçamentos, ou seja, a remissão para o ambiente virtual.

Gostaria de terminar esta introdução com o trecho de uma resposta que o filósofo francês Gilles Deleuze dá para um crítico, que o havia chamado de vedete em uma carta. Deleuze, autor de vários trabalhos de destaque entre as décadas de 50 e 70, e autor de obras importantes sobre filósofos a exemplo de Nietzsche, Leibniz, Proust, disse o seguinte: “O que há em sua carta? [...] Um conjunto de rumores diz que diz, apresentados com agilidade como se viessem dos outros ou de você mesmo. Talvez você a quisesse assim, uma espécie de pastiche de boatos ressoando entre si”¹⁰. Nos argumentos do filósofo, sublinhamos a maneira como ele se refere à carta. Não a nega, mas estabelece, a rigor, um diálogo, tratando a carta em seus argumentos como um pastiche, uma colagem de boatos e rumores.

Fica a questão então a respeito da narrativa de uma paródia sobre a imprensa, que não a nega, mas realiza uma colagem de seus elementos para transportá-los à publicação de notícias fictícias. O lugar do jornalismo com suas marcas é, então, deslocado para outro, paralelo através do humor, cujo universo começa a ser abordado a partir dos capítulos que se seguem.

¹⁰ “Carta a um crítico severo”. In DELEUZE, Gilles. **Conversações**. 2ª ed. Rio de Janeiro: Ed. 34, 2010.

1 Paródia e jornalismo: considerações conceituais

“O que o Sensacionalista faz é humor usando a linguagem jornalística [...] o humor ele toca o dedo na ferida”

(Nelito Fernandes, idealizador do *Sensacionalista*)

O inspirador mais próximo dos portais de humor sobre a imprensa no Brasil foi o site americano *The Onion*¹¹, fundado como um jornal em 1988 por Tim Keck e Christopher Johnson, estudantes da Universidade de Wisconsin. O impresso migrou para o meio digital em 1996. O *The Onion* é de responsabilidade da Onion Inc. O conteúdo e marca são protegidos e a reprodução por inteiro ou de parte deve ter o consentimento dos produtores. O site não é direcionado para menores de dezoito anos, apesar de não haver barreiras explícitas, já que qualquer pessoa pode visualizar as notícias.

De acordo com sua política editorial, o *The Onion* usa nomes inventados em suas histórias, a não ser nos casos de figuras públicas. Qualquer outro uso de nomes reais é acidental e coincidência¹². Submissões dos leitores não são aceitas. O portal conta com um serviço de rádio, que pode ser retransmitido por emissoras afiliadas. Também gerou sites filhotes, que não são de conteúdo fictício: o *A.V. Club* é voltado para entretenimento sobre livros, música e filmes; com entrevistas, revisões e artigos relacionados. Já o *Click Hole* funciona como um espaço para convergência de conteúdos na internet.

Chamamos atenção no *The Onion* para o seguinte aspecto: como portal de notícia fictícia possui link para um outro site que não é de conteúdo falso. O *The Onion* também é pago: há uma ligação com o *Press +*, para oferecimento de assinatura de serviço visando acesso ilimitado aos artigos e matérias. Contudo, o mesmo *Press +* oferece a plataforma para outras corporações, mas com divulgação de informação acreditada como verídica: o *Media News Group*, *Tribune Company* e *Gate House Media* são exemplos¹³. O *The Onion* ganha ainda com publicidade exposta em *banners* no site. A organização copia o formato de portais

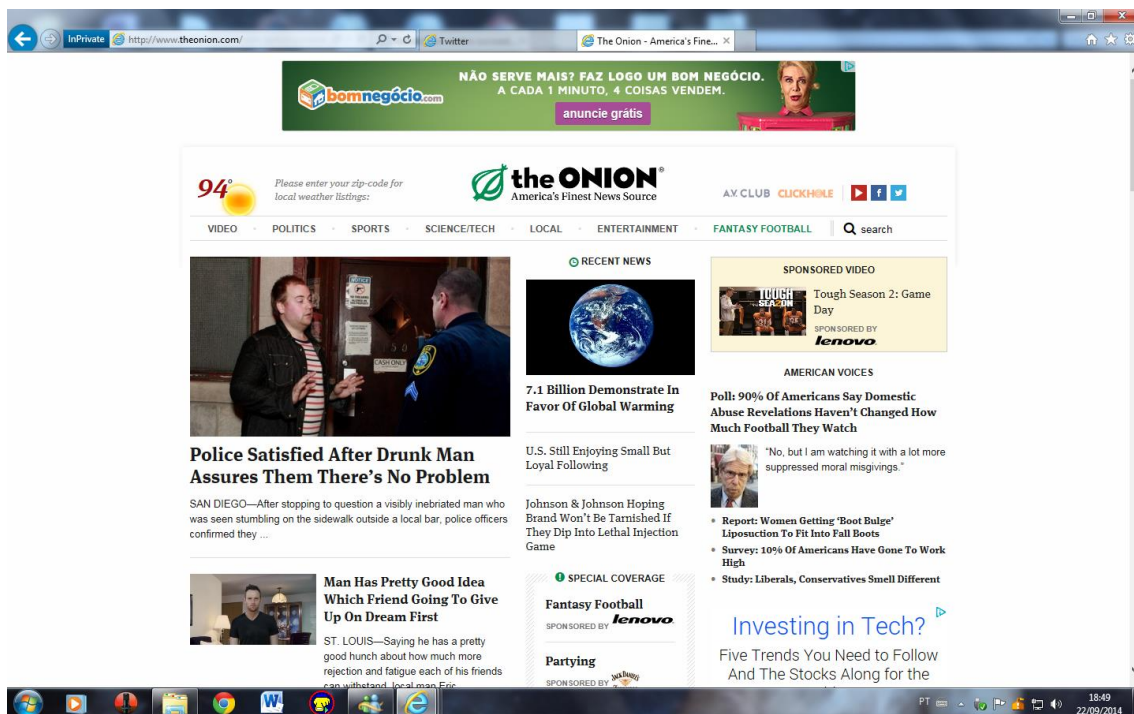
¹¹Destacamos como outros exemplos de portais de paródia da imprensa no exterior: o **El Deforma** no México (<http://eldeforma.com/>, acesso em 30/03/2015); o **No.Ticiero** na Costa Rica (<http://no.ticiero.com/>, acesso em 30/03/2015) e o **The Beaverton** no Canadá (<http://www.thebeaverton.com/>, acesso em 30/03/2015).

¹²<http://www.theonion.com/faq/>

¹³<http://www.mypressplus.com/about>

da imprensa. As informações são divididas em editorias, como política, esportes e ciência/tecnologia.

Os posts contam com chamadas principais, tipo manchetes e com fotos, por vezes; tempo e temperatura, podendo descer até 20 graus em menos de dez minutos. As notícias são referenciadas por lugar, assim como os repórteres; há espaço para charge, enquetes imaginadas, uma vez que as respostas são inventadas; horóscopo e comentaristas. Links servem para acompanhamento via redes sociais (*twitter*, *facebook*, *Google +*); também é possível recebimento de avisos (RSS). No título se auto-entitulam como a melhor fonte de notícias da América.



The Onion, <http://www.theonion.com/>, acesso em 22/09/2014

As notícias podem conter referências a personagens ilusórios ou não, como o escritor e romancista Francis Scott Fitzgerald ou o presidente norte-americano Barack Obama a respeito de ações de combate ao terrorismo. Notamos, entretanto, que a base de compreensão das piadas necessita de conhecimentos prévios. Em uma notícia publicada no portal, “Obama promete fragmentar EI em dezenas de grupos extremistas separados”, o presidente declara que a intenção das forças de coalização é desmembrar o Estado Islâmico em inúmeras células terroristas. Mas essas células menores não deixam de abrigar radicais com extrema brutalidade. A ironia está na continuidade do radicalismo. Há o combate à coalização

islâmica, mas sem acabar com a violência na região, o que poderia pôr em questão o acerto da política externa de enfrentamento ao terrorismo.

Chamamos atenção para a atribuição de um discurso fictício a Obama, misturando dados factuais com fantasiosos: “Eu não tenho dúvida de que nossos esforços vão substituir esta organização militar por grupos muito menores, mas igualmente determinados em usar brutalidade extrema para impor o fundamentalismo islâmico”¹⁴.



The Onion, <http://www.theonion.com/articles/obama-vows-to-split-isis-into-dozens-of-extremist,36903/>, acesso em 31/10/2015

Sobre a expansão do Estado Islâmico (EI), o grupo pretendia criar um "califado", um Estado governado por um líder político e religioso e baseado na lei islâmica. Os territórios começaram por abranger Síria, Iraque, com pretensão de alcançar Jordânia, Líbano e Palestina. O assunto chegou a OTAN e a ONU, que apoiaram a reação norte-americana. O financiamento do grupo é da mesma ordem capitalista com lógica de mercado. Estimava-se que o “EI tivesse US\$ 2 bilhões em dinheiro e ativos, o que faz dele o grupo militante mais próspero”¹⁵. A maioria do financiamento vinha de indivíduos de países árabes, sendo que o

¹⁴“I have no doubt that our efforts will eventually replace this militant organization with many smaller but equally determined groups bent on using extreme brutality to impose fundamentalist Islamic rule.”, **The Onion**, <http://www.theonion.com/articles/obama-vows-to-split-isis-into-dozens-of-extremist,36903/>, acesso em 31/10/2015.

¹⁵ “OTAN ‘ajudará EUA contra Estado Islâmico’”, **BBC Brasil**, http://www.bbc.co.uk/portuguese/noticias/2014/09/140904_estado_islamico_mv.shtml, acesso em 24/09/2014.

grupo passou a se sustentar com dinheiro obtido de campos de petróleo e gás, contrabando, extorsão, sequestro e acesso a bancos de cidades ocupadas.

As notícias falsas publicadas no *The Onion* podem soar como ironia a partir de uma crítica social. É o caso do assunto sobre aquecimento global. Em 2014, enquanto se vivia às vésperas da Cúpula do Clima da ONU em Nova Iorque com mais de 120 chefes de estado negociando como evitar o fenômeno, várias manifestações estavam ocorrendo no mundo e no mesmo instante em que se lembrava do Dia Mundial Sem Carro, 22 de setembro. Neste contexto, o site veio com a informação de que a população estava a favor do aquecimento global.

O título “7.1 bilhões se demonstram a favor do aquecimento global” introduz a matéria informando que pessoas em todos os cantos do mundo, sentadas na sala, assistindo a futebol num bar ou dirigindo estavam envolvidas na campanha. As palavras são atribuídas a uma suposta especialista em política ambiental Janet Purvis: “Isso deve servir de alerta para governantes em todo mundo de que os fatores contribuindo para o aquecimento global são reais, importantes, e devem ser protegidos a todo custo”¹⁶. É de se reparar como é complexa a mistura entre o real e fictício, uma vez que uma busca pelas redes sociais fornece inúmeros nomes e perfis de Janet Purvis.



The Onion, <http://www.theonion.com/articles/71-billion-demonstrate-in-favor-of-global-warming,36984/>, acesso em 31/10/2015

¹⁶ “This should serve as a wake-up call to officials around the world that the factors contributing to global warming are real, important, and must be protected at any cost.” **The Onion**, <http://www.theonion.com/articles/71-billion-demonstrate-in-favor-of-global-warming,36984/>, acesso em 31/10/2015.

O *The Onion* está presente nas redes sociais, mas no caso do *facebook*, precauções foram tomadas a respeito do conteúdo. A rede chegou a aplicar uma etiqueta “Sátira”, em links do site de paródia, identificando quando se trata de notícias fictícias. Em entrevista ao site *Ars Technica*, um porta-voz do *facebook* afirmou que a identificação atende pedidos feitos por diversos usuários com dificuldades para diferenciar conteúdos sérios de brincadeiras.

A iniciativa dividiu produtores do mesmo tipo de conteúdo. O jornalista Nelito Fernandes, criador do site *Sensacionalista* disse achar interessante “porque talvez diminua essa confusão de as pessoas compartilharem notícias falsas achando que são verdadeiras, e se irritarem com isso”. Já o responsável pelo site *The Piauí Herald*, jornalista Renato Terra, pondera dizendo que “a partir do questionamento entre o real e o ficcional, as pessoas são levadas à reflexão [...] o mal-entendido não é necessariamente nocivo [...] ao explicar tudo para os usuários, o *facebook* acaba inibindo o fato de que as pessoas devem ler e interpretar as coisas por conta própria”. Os argumentos se direcionam ainda no sentido de que o humor não deve ser rotulado: “A graça da ironia está no risco [...] do fato de que o leitor preencheu o vazio com sua inteligência”, comentou o ator e comediante Gregório Duvivier.¹⁷

O *The Onion* estimulou no Brasil a criação do *Sensacionalista* (2009), que em seu título se assemelha no tipo de fonte à usada pelo *The New York Times*. O site foi idealizado pelo jornalista e redator Nelito Fernandes, que trabalhou por três anos na equipe do *Casseta & Planeta*. Após ser demitido do programa de televisão que realizava paródia dos formatos jornalísticos, ele resolveu montar equipe para desenhar o *Sensacionalista*, com referência no *The Onion*. O *Sensacionalista* começou antes com outro nome: *Diário de Hoje*. Mas para não ser confundido com um portal de jornalismo, foi mudado posteriormente. Há notícias fictícias, mas baseadas em assuntos da atualidade. As informações são divididas em editorias – país, esporte, entretenimento, mundo, digital, economia – postadas, por vezes, com envolvimento de nomes de artistas e governantes.

Um exemplo é a baixa dos rios em São Paulo com a estiagem, prejudicando o fornecimento de água. Na postagem, o texto indaga se outros pontos não estariam a um nível ainda mais baixo, como o debate político, a presidente Dilma Rousseff, o seu adversário à

¹⁷ “Facebook cria aviso prévio de piada na internet”, In **O Globo**, 19/08/2014, p. 28. Sobre a entrevista ao site *Ars Technica*, ver <http://arstechnica.com/business/2014/08/does-facebook-think-users-are-dumb-satire-tag-added-to-onion-articles/>, acesso em 17/02/2016.

época Aécio Neves ou o time paulista Palmeiras¹⁸. A página principal contém espaço para destaques, últimas publicações e *feedback* dos leitores por meio de comentários, além de janelas para redes sociais como *twitter* e *facebook*.

O subtítulo – *um jornal isento de verdade* – é um trocadilho, a partir do qual pode-se pensar como um slogan para a neutralidade em publicar notícias ou pelo viés da falta de verdade do conteúdo. Após a checagem das publicações, observamos que prevalece a segunda interpretação. As postagens contam com manchetes, fotos e hierarquia de informação da mais importante para a menos, nos moldes jornalísticos. Os recursos advêm por publicidade.

O *Sensacionalista* foi feito num contexto em que não encontravam sites do tipo no Brasil. Na época das eleições de 2014, o portal chegou a atingir mais de um milhão de acessos, após uma notícia de humor sobre a então candidata à presidência Dilma Rousseff. Segundo Nelito Fernandes, o site funciona como um lado B em sua vida, um hobby, que proporcionou uma experiência original, de algo com a sua autoria, envolvendo humor, que é o que gosta de fazer. O riso, segundo Nelito, deve atingir a todos sem exclusão, pois é de sua natureza ser inclusivo. Mas também deve abandonar o politicamente correto, pois é próprio do humor “colocar o dedo na ferida”:

Eu acho que essa coisa do controle, do politicamente correto, isso tá ficando cada vez pior [...] eh [...] as pessoas se sentem muito ofendidas com qualquer coisa que é dito [...] e isso sufoca o humor demais [...] não existe humor do bem [...] não tem humoristas de Cristo, não existe isso [...] o humor ele toca o dedo na ferida, ele tem que ser malvado, humor bonzinho não é bom. Claro que você pode calibrar a tua munição e a tua arma pra atirar pro lugar certo ¹⁹

Nelito Fernandes diz que o *Sensacionalista* não quer dizer nada ao jornalismo, mas somente fazer humor utilizando a linguagem da profissão. Sobre as pessoas se confundirem com notícias de paródia as acreditando como verdadeiras, afirma que é um “efeito colateral”:

O que o *Sensacionalista* faz é humor usando a linguagem jornalística [...] até porque eu nem quero mais nada com jornalismo. Fui jornalista durante 20 anos, mas eu não tenho nenhuma [...] pretensão de ser crítico de jornalismo, nem de ensinar nada ao

¹⁸ O texto da matéria começa da seguinte forma: “Quem está mais baixo? Palmeiras, o nível do debate, Dilma Rousseff, Aécio ou a água em São Paulo? Pesquisadores foram às ruas com essa questão, para saber quem está mais baixo do que barriga de cobra.” In “Nível de água em SP já está mais baixo que o do Facebook”. *Sensacionalista*, <http://www.sensacionalista.com.br/2014/10/14/nivel-da-agua-em-sp-ja-esta-mais-baixo-que-o-do-facebook/>, acesso em 22/10/2014.

¹⁹ **FERNANDES, Nelito.** Entrevista ao autor, em 17/04/2015. Ver anexos.

jornalista; jornalistas são ótimos, são pessoas que eu convivi a vida inteira, são pessoas muito inteligentes, muito [...] esclarecidas, conversam qualquer assunto. Quem sou eu pra fazer qualquer tipo de crítica a eles ou ao trabalho da imprensa? A imprensa tem um papel fundamental, né, pra sociedade, pô, o que seria de nós sem a imprensa, com todos os seus erros [...]²⁰

Apesar das idas e vindas de entrada e saída dos integrantes, o site funcionava em 2015 com cinco membros: o Nelito, a sua esposa e jornalista Martha Mendonça, o jornalista Marcelo Zorzaneli, o historiador Leonardo Lanna e Vinícius Antunes, um leitor que chegou a trabalhar como analista de conteúdo da TV Globo. O *Sensacionalista* fez investidas na TV com um programa no canal *Multishow* que durou 5 temporadas e depois manteve a atuação na internet com algumas postagens em *podcast*.

Além do programa *Casseta & Planeta*, Nelito Fernandes atuou como redator de programas de variedades na TV Globo como *Domingão do Faustão*, mas o gosto maior foi ter participado da equipe do *Divertics* na emissora, já que aí teve a oportunidade de trabalhar com humor, fazendo parte ainda depois da equipe do *Zorra Total*. Como jornalista passou por redações do jornal *O Globo*, *Extra* e *Revista Época*, locução em rádios e manteve ainda experiências com fotomontagens no site de sua autoria *Eu hein*, ganhador de 5 ibests.



Sensacionalista, <http://www.sensacionalista.com.br/>, acesso em 22/10/2014

²⁰ **FERNANDES, Nelito**. Entrevista ao autor, em 17/04/2015. Ver anexos. Salientamos que a visão do idealizador do *Sensacionalista* não corresponde necessariamente àquela que os leitores e pesquisadores possuem sobre o portal. Conceição & Domingos (2012) afirmam que o nome e o slogan indicam crítica aos jornais tradicionais. Apesar da aparência de seriedade e recursos visuais para demonstrar veracidade, as notícias podem ser sensacionalistas na essência. O paradoxo “jornal isento de verdade” se verifica como marca de ironia aos jornais que se dizem produtores de verdades. Cf. CONCEIÇÃO, Ana Lígia Corrêa da & DOMINGOS, Adenil Alfeu. **Site “Sensacionalista”: Relação Jornalismo e Humor em uma Perspectiva Semiótica**. In: XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste. Ouro Preto. 2012.

O *Sensacionalista* foi o chamarisco para a criação de diversos sites com as mesmas características. Algumas peculiaridades podem ser destacadas a depender do portal abordado. Uma se refere ao tipo de administração. O próprio site de jornalismo alvo da paródia pode ser o gestor do blog que publica as notícias de humor. Exemplo é o *The i-Piauí Herald*, paródia da *Revista Piauí*, que está hospedado no site da mesma. Um link para o blog de paródia pode ser encontrado na aba de blogs da revista, já que os gestores são os mesmos. As notícias fictícias possuem assim caminhos de direcionamento para as factuais e vice-versa.

A revista *Piauí* foi concebida pelo documentarista João Moreira Salles. Em entrevista concedida ao programa *Sempre um Papo*, da TV Câmara, disponível pelo portal do Youtube, ele explica que a publicação é anárquica com um pouco de tudo, que prefere o deboche, a ironia, a sátira, com pretensão da eternidade da literatura. Há certa liberdade, em não querer ficar preso a regras convencionais de construção do texto em *lead* e *sublead*. A história é contada de modo a propiciar o mergulho na narrativa²¹. No blog de notícias fictícias é como se o conteúdo tivesse uma sessão em que a liberdade literária chegasse ao ponto de desprendimento do factual, ainda que faça referências a personagens não fictícios como governantes, exigindo ainda embasamento de informações prévias para entendimento do humor.

A ideia do *The i-Piauí Herald* surgiu na versão impressa da revista, em outubro de 2009, com a publicação do *The Maranhão Herald – O diário menos mesquita do Brasil*. Seis páginas e meia foram dedicadas ao conteúdo sobre o Maranhão e suas peculiaridades políticas – a exemplo da governança da família Sarney, detentora de boa parte da mídia local. O blog surgiu dois meses depois, com a primeira postagem no dia 06 de dezembro daquele ano. O slogan “O blog do diário mais elegante do Brasil” chama atenção para uma pretensa distinção da revista que dá origem a seção. A tipografia também é semelhante a do *The New York Times*.

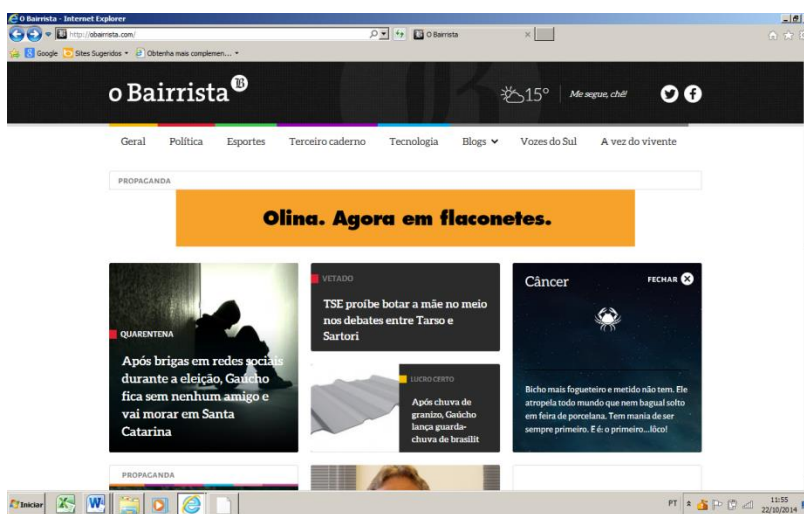
As colaborações são assinadas por pseudônimos, inclusive do seu chefe de redação, Olegário Ribamar, suposto editor. Chamamos atenção para os recursos vindos com publicidade exposta; na ocasião do acesso, na parte superior, havia uma tarja com link para o jornal *Estado de São Paulo*. Notamos a ausência de espaço para comentários de leitores sobre as matérias, mas há opções de compartilhamento da informação via redes sociais por *facebook* ou *twitter*.

²¹ A entrevista está disponível em <http://www.youtube.com/watch?v=P8V5QnHAlmo>, acesso em 22/10/2014.



The i-Piauí Herald, <http://revistapiaui.estadao.com.br/blogs/herald>, acesso em 22/10/2014

Destacamos a possível aderência dos sites paródia aos particularismos da região onde são criados. No caso de *O Bairrista*, o nome guarda alusão ao ego gaúcho, criado pelo estudante de ciências contábeis Júnior Maicá. Na página principal, há a expressão “Me segue, chê”. Na seção “Quem Somos”, existe um alerta para quem não for do Rio Grande do Sul, acessar outro site. Existem elementos comuns aos demais portais de paródia, como a divisão em editorias das notícias, com fotos, manchetes, referências a personalidades públicas, publicidade e links para redes sociais: *twitter* e *facebook*. Outras duas modalidades observadas particularmente no *The Onion* estavam presentes: a meteorologia fictícia e uma janela de horóscopo.



O Bairrista, <http://obairrista.com/>, acesso em 22/10/2014

Feita a ressalva sobre a possibilidade de os gestores dos sites de jornalismo e da paródia serem os mesmos - exemplo do *The i-Piauí Herald* – sugerimos partir de três modos de vigência para investigar os lugares do discurso da paródia na relação com os sites de jornalismo. Analisamos uma amostra de três casos que realizam um trocadilho com o nome do jornal alvo de paródia: um censurado (*Falha de São Paulo*), outro que persistia (*G17*) na ocasião desta dissertação e um terceiro que havia saído do ar, *Meiu Norte* (2013)²².

O *Falha de São Paulo* teve o domínio na internet suspenso em setembro de 2010²³. A Folha da Manhã S/A, que edita a *Folha de São Paulo*, alegou uso de grafia, tipos e diagramação similares aos da marca, o que feriria a sua tradição. Na decisão judicial, as acusações foram acolhidas parcialmente, já que houve o entendimento de que a diferença entre as palavras *Folha* e *Falha* já marcava uma distinção, para a liberdade de expressão do réu. Mas apesar do programador e designer Mario Ito Bocchini (criador do *Falha* junto com o irmão e jornalista Lino Bocchini) alegar em sua defesa que a paródia era uma manifestação crítica, foi determinante para a suspensão do blog o lado comercial. A existência de propaganda de concorrente do mesmo ramo da *Folha de São Paulo* – a revista *Carta Capital*, ferindo cláusulas da *Lei de Propriedade Industrial*. Os responsáveis pelo site original continuaram com publicações no <http://desculpeanossafalha.com.br/>, acusando a *Folha* de ser jornal tendencioso politicamente e a favor do regime militar.

Nos autos do processo, a sentença judicial declara ser evidente a similitude entre o domínio registrado pelo site do *Falha* e a marca e domínio da autora da ação *Folha de São Paulo*, com a diferença de apenas uma letra, tratando-se de um trocadilho. O conteúdo do site é descrito como paródia, havendo no topo da página principal a imitação da logomarca do jornal, com sátira inclusive do slogan - “Um jornal a serviço do Brasil”. Os posts são observados como bem-humorados denunciando uma suposta preferência da *Folha* por

²² Outras páginas de paródia no Brasil realizam trocadilhos com nomes de veículos da imprensa na internet, a exemplo do portal **Erre7.com** no *facebook*, cujo nome tem semelhança ao site **R7**. O **Erre7** se intitula com o propósito de fazer notícias “não tão verdadeiras assim na Web, publicando sátiras e notícias fictícias com o intuito de entreter” os leitores. Cf. <https://pt-br.facebook.com/portalerre7>, acesso em 31/03/2015. Já em Sousa (2013), é possível encontrar o layout do blog do internauta Joselito Müller se aproximando do fundo de cenário do *Jornal Nacional* da **TV Globo**, sendo no lugar do *JN* escrevendo-se *JM*. Esse layout de 16/05/2013 já foi retirado do ar, mas mostra o perfil fugidio que blogs e sites de paródia podem assumir. O blogueiro já se envolveu em confusões com a então Ministra dos Direitos Humanos Maria do Rosário, em outubro de 2013, após publicar que ela, confrontada com um vídeo em que um assaltante é baleado por um policial, teria tomado as dores do bandido. A Ministra publicou nota pedindo que a Polícia Federal investigasse e responsabilizasse os autores da notícia fictícia, com recomendações à empresa que tinha hospedado o site humorístico que retirasse o conteúdo do ar, a que chamou de difamatório. Sobre o assunto, ver **Veja**, <http://veja.abril.com.br/blog/augusto-nunes/tag/joselito-muller/>, acesso em 31/03/2015.

²³ **Processo 0184534-27.2010.8.26.0100**, 29ª Vara Cível - Foro Central Cível – Tribunal de Justiça de São Paulo.

determinado partido político, havendo ainda uma enquete - “quem é o segundo jornalista mais tucano da *Folha*?”. Há menção a montagens com fotos de jornalistas da *Folha* travestidos de sadomasoquistas ou vilões do cinema. O diretor editorial Otávio Frias Filho era o Darth Vader. Contudo, o juiz ponderou que o réu *Falha* também poderia estar tendendo a mostrar a preferência pela candidata das eleições de 2010, que era oposição ao suposto candidato da *Folha*.

FALHA DE S. PAULO

*** UM JORNAL A SERVIÇO DO BRASIL ISTO NÃO É UM JORNAL



Otavinho Vader

Imagem do **Falha de S. Paulo**, <http://desculpeanossafalha.com.br/caso-folha-x-falha-chega-ao-stj/>, acesso em 01/04/2015

Nas redes sociais, os replicadores provocaram a *Folha* a censurá-los também. Menções como “In Memoriam” à morte do *Falha* apareciam, assim como desafios de que se censurassem aquele blog seriam criados outros. A reação da *Folha* foi classificada como “despropositada”. Notamos ainda que os sites que replicavam o conteúdo também faziam questão de deixar claro que não eram de propriedade dos autores do *Falha* assim como também os proprietários do *Falha* diziam não se responsabilizarem por essas postagens, cumprindo assim a decisão judicial.



Retirado de <http://falhadepaulo.tumblr.com/>, acesso em 02/09/2014

Críticas à censura foram feitas. O cantor e compositor Gilberto Gil e o apresentador Marcelo Tas se manifestaram. Uma campanha internacional foi realizada. Os criadores do *Falha* traduziram o caso em língua estrangeira, chegando a repercutir no jornal *The Times*. A organização Repórter Sem Fronteiras divulgou um comunicado em três línguas com queixas à atitude da *Folha de São Paulo*. Julian Assange, responsável pelo site *Wikileaks*, na primeira entrevista concedida no Brasil por telefone ao jornal *O Estado de S. Paulo*, no fim de 2010, citou o caso como exemplo de censura escamoteada. Os autores do *Falha de São Paulo*, através de outro website *Desculpe a nossa falha*, seguiram com postagens, inclusive com o histórico do processo armazenado para efeito de consultas. Um apelo foi feito às pessoas para que falem tudo o que quiserem, sem se deixarem intimidar por jornais como a *Folha* qualificados como “dinossauros”.

A advogada Mônica Galvão, do escritório Rodrigues Barbosa, Mac Dowell de Figueiredo, Gasparian – Advogados, que representou a *Folha* no processo, comentou que a decisão se baseou no direito de proteção da marca e conteúdo: “Ficou claro no julgamento que não procedem as alegações retóricas dos réus de que a conduta do jornal violava a liberdade de manifestação. A questão é de direito de marca”²⁴.

²⁴“TJ mantém decisão que suspende blog que usava domínio da Folha”, in **Folha de São Paulo**, <http://www1.folha.uol.com.br/poder/2013/02/1233789-tj-sp-mantem-decisao-que-suspende-blog-que-usava-dominio-da-folha.shtml>, acesso em 24/10/2014.

Por outro lado, destaque no Observatório da Imprensa, uma entrevista foi prestada por Lino Bocchini (um dos autores do *Falha*), ao portal *Comunique-se*, na qual comenta o embate. Ele cita exemplos de páginas que satirizam veículos de comunicação como a do *Meiu Norte*, uma alusão ao jornal *Meio Norte* do Piauí. Bocchini discorda que o problema tenha relação com a marca, qualificando como censura ao conteúdo do site: “Se a página fosse sobre jardinagem ou falhas geológicas, dificilmente seria censurada. A MTV usou quatro vezes o logotipo ‘Falha de S. Paulo’ e não foi sequer notificada”²⁵, lembrando o canal, à época do Grupo Abril.

Durante seminário do Observatório de Comunicação, Liberdade de Expressão e Censura, da Escola de Comunicações e Artes da USP/SP, Lino Bocchini prestou um depoimento pessoal acerca do acontecido, confirmando motivações políticas na criação do site *Falha*, uma vez que estava irritado ao ler o jornal *Folha de São Paulo* no contexto da campanha presidencial de 2010. “Irritados de ler ao longo da campanha que eles eram imparciais, apartidários, etc, e cá entre nós, não eram”, disse, acrescentando, “falamos: vamos fazer um site, mas bem humorado”. Sobre as consequências de seu ato, ele afirma que mostrou “como a imprensa dita convencional e os grandes jornais, TVs, etc. estão desacostumados com o excesso de liberdade de expressão”²⁶.

Destacamos ainda no exemplo do blog *Falha de São Paulo* o aspecto da documentação. Os autores conseguiram mobilizar uma legião de pessoas que se solidarizaram com a causa e buscaram prestar depoimentos cristalizando uma memória acerca do que fizeram, classificando o ato da *Folha* como censura. Os criadores do *Falha* procuraram fazer com que seu gesto durasse na história, o que não necessariamente ocorre com os demais sites paródia.

²⁵ “Justiça considera que site-paródia violava direito de marca” In **Observatório da Imprensa**, http://www.observatoriodaimpresa.com.br/news/view/_ed735_justica_considera_que_site_parodia_violava_direito_de_marca, acesso em 30/07/2014.

²⁶ Depoimento prestado por Lino Bocchini durante seminário do Observatório de Comunicação, Liberdade de Expressão e Censura da ECA/USP. Cf. BOCCHINI, Lino. “O caso do blog Falha de S. Paulo” In COSTA, Maria Cristina Castilho (Org.) **A Censura em debate**. São Paulo: ECA/USP, 2014.



Desculpe a nossa fAlha, <http://desculpeanossafalha.com.br/#>, acesso em 02/09/2014

Enquanto o *Falha* foi censurado, o *G17* persistiu no ar com atualizações diárias. O site é uma paródia do portal *G1* de notícias, das *Organizações Globo*, acrescentando-se o número sete no domínio. Segundo o criador e administrador de empresas Rafael Gustavo Neves do Rio Grande do Norte, a ideia era utilizar o endereço *G17* como um nome mais curto na internet, mas que redirecionasse para outro portal seu, o *Gazeta do Agreste*. Somente depois desse objetivo inicial foi deixado para trás para fundar o site de humor. Depois vieram as receitas com publicidade e parcerias fechadas junto a empresas como a GVT, uma vez que era mantida uma barra com um link para o portal POP News, da operadora que trabalha com publicação de notícias.

Indagamos por que motivo não houve a censura uma vez que há paródia de uma marca - com ganho de publicidade e remissão de leitores para um site que publica notícias jornalísticas - o POP News. Na base do portal aparece a marca *G17* como registrada. Mas uma consulta no INPI - Instituto Nacional da Propriedade Industrial - mostra o logotipo com letra azul, diferentemente do que aparecia no site, em vermelho. A propriedade está em nome da empresa G20 Representações, Participações Reppar LTDA, possuindo várias funções, entre as quais comércio de bebidas, administração comercial, organização e administração de empresas. O título é “Um jornal de humor sem compromisso com a verdade” - o alerta de que se trata de notícias fictícias está na base da página principal. Há espaço para contato com os leitores via redes sociais o que se mostra uma praxe nos sites de paródia. Mas faltava a separação das informações em editorias como em outros portais.



G17, <http://www.g17.com.br>, acesso em 15/08/2014

Outro caso analisado de paródia é o *Meiu Norte* (2011 – 2013). O nome do site piauiense é um trocadilho com o do portal de jornalismo *Meio Norte*. Inspirado no *G17*, o artista plástico Tiago Rubens Peres tocou o projeto, rendendo a ele cerca de duzentos dólares ao mês em publicidade, com autorização do jornal alvo da paródia, segundo reportagem publicada na *Revista O Globo*²⁷. O *Meio Norte* foi fundado pelo empresário Paulo Guimarães que já foi acusado por irregularidades e teve um bingo fechado pela Receita Federal. Pesaram sobre ele suspeitas de sonegação de impostos, investigado pela Polícia Federal em ligações com Fernando Sarney – apontado em montagem de empresas fachadas para evitar o fisco e evadir divisas²⁸.

O *Meiu Norte* mantinha um espaço “Sobre Nós”, no qual se autodescrevia como possuindo o objetivo de promover “entretenimento [...] fazendo paródias que remetem aos mais conhecidos portais de informação piauienses, sem vínculos mantidos”²⁹. No mesmo local do site, episódios eram citados como prova de repercussão, inclusive gerando confusões na imprensa. Em 2011, o colunista do *Jornal do Brasil* Cláudio Humberto publicou no *online* a chamada “Justiça proíbe lojas de Teresina de tocar Simone no Natal”, dando-a como certa, mas que havia sido replicada de uma notícia fictícia do site de paródia. O design do *Meiu Norte* se assemelhava ao do *Meio Norte*. A posição do logotipo era a mesma na página

²⁷ “É tudo mentira” in **Revista O Globo**, Rio de Janeiro, n 404, 22/04/2012, p. 24-29.

²⁸ “O perigo mora dentro de casa”, publicado por **Época**, <http://revistaepoca.globo.com/Revista/Epoca/0,,ERT83097-15223-83097-3934,00.html>, acesso em 08/07/2013.

²⁹ “Sobre Nós”, publicado por portal **Meiu Norte**, <http://meiunorte.com/sobre-nos/#.UjtAO8u5cy4>, acesso em 19/09/2013.

principal no canto superior à esquerda com adoção da cor azul como principal. As informações eram divididas por editorias; notícias vinham com chamadas de destaque logo abaixo. Havia ainda abertura para trocas com os leitores por meio de perfis nas redes sociais como *facebook* e *twitter*.



Portal Meu Norte, www.meiunorte.com, acesso em 12/07/2013

1.1 A paródia em outros tempos

As referências dos sites de paródia do jornalismo no Brasil podem estar relacionadas não somente ao portal norte-americano *The Onion*, mas também a outros formatos de notícia fictícia difundida. Um exemplo foi a transmissão da *Guerra dos Mundos* – programa de rádio da CBS em 1938, interpretado pelo cineasta Orson Welles, a partir de dramatização de livro homônimo, sobre uma invasão de ETs, que a população entendeu como real.

No Brasil, na década final do Império em 1882, José do Patrocínio junto a outros humoristas como Raul Pompéia e Artur Azevedo difundiam folhetins com informações fictícias para explicar um fato concreto - o roubo das joias da Coroa. Chegou-se a cogitar que o Imperador teria virado prisioneiro de escravos. Na mesma época, o abolicionista Hippolyto da Silva em artigos do jornal *Grito do Povo*, reunidos no livro *Humorismos da propaganda republicana*, parodiava o jornal oficial *Correio Imperial*, de Petrópolis.

No *Correio Imperial*, escreviam os jovens príncipes brasileiros sob a direção do preceptor Dr. Ramiz Galvão. Mas Hippolyto se colocava na pele deles, intitulando-se “Os Augustos ou Os Redatores”. Eles eram Papá (Conde’Eu, príncipe consorte, cabeça de turco da

propaganda republicana), Mamã (Princesa Isabel), Vovô (D. Pedro II) e Vovó (Imperatriz Dona Teresa). Ataques eram dirigidos a ministros como José do Patrocínio, chamado de “Zé da Triste Figura”. O alvo principal era o Conde D’Eu devido ao alto aluguel que cobrava de moradores dos cortiços.

A imprensa era inclusive retratada como se fosse uma bancada de negócios. Foi o caso do filme-revista *Paz e Amor*, lançado em 1909 no Cine-Teatro Rio Branco, de autoria de José do Patrocínio Filho, conhecido como Zeca do Patrocínio³⁰. O título veio a partir de uma frase do discurso de posse de Nilo Peçanha na Presidência que, após o falecimento de Afonso Pena, assumiu o cargo dizendo não ter outro programa de governo que não fosse de “Paz e Amor”. Na peça, o personagem principal era um coronel que chega a capital de um reino governado pelo rei Olin I (inversão do nome Nilo). Após pedir à majestade um cicerone para acompanhá-lo, recusa o primeiro que se chama Imprensa, considerada muito ocupada em caçar tostões³¹.

Já no final dos anos 20, Apparício Torelly, humorista gaúcho, que ficaria conhecido pelo cognome Barão de Itararé, publicou o semanário intitulado *A Manha*, paródia do jornal *A Manhã*, de Mário Rodrigues. Segundo o historiador Elias Thomé Saliba, Torelly foi a mais importante expressão da síntese dos procedimentos humorísticos realizados por humoristas brasileiros da Belle Époque: “Desenvolveu, talvez até ao excesso, a habilidade de brincar com próprio veículo impresso, fazendo do seu periódico humorístico um completo *pendant* paródico dos grandes jornais diários” (SALIBA, 2002, p. 231).

Humoristas brasileiros viviam em comum entre o final do século XIX e início do XX uma ausência ou recriação de sentido. Havia uma mistura de temporalidades, tensão, sobreposição do futuro no passado e projeção do passado no futuro, deslocamentos de significados da vida e da história. As correntes literárias do período se encontravam num momento de impasses e reajustamento social e político, desde quando o Império dava lugar à República ou quando a República já não atendia às expectativas. Os registros cômicos eram uma das maneiras de representação dos impasses, sendo que os literatos que militavam pela

³⁰José do Patrocínio Filho, ícone do teatro de revista, foi ainda diplomata e jornalista, conhecido como boêmio insubmisso desde a morte do pai (José do Patrocínio). Quando atuava no Ministério das Relações Exteriores em 1916, chegou a ser preso em Londres portando passaporte falso e acusado de espionagem. O Governo Brasileiro tentou justificar o episódio dizendo que o funcionário era a encarnação do Barão de Munchhausen, alemão que viveu no século XVIII e a quem são atribuídos uma série de contos fantásticos. O nome deu origem ao transtorno psíquico Síndrome de Munchhausen. O Foreign Office inglês indagou então se era pela imaginação frenética que o Brasil escolhia seus funcionários.

³¹ Os exemplos estão relatados em Saliba (2002).

imprensa e semanários podiam manter ligações com outras formas de manifestação artística, como a produção de caricaturas, a música e o teatro.

Durante as décadas de 60 e 70, período de atuação da imprensa alternativa no Brasil, o humor também se posicionava por um esvaziamento de sentido da ordem, mas em relação ao regime ditatorial. O *Pasquim* se destacava dentre as 150 publicações contabilizadas por Bernardo Kucinski (1991). O jornal introduziu o palavriado, publicações de fotos de capa proibidas pela Ditadura – como a do arcebispo Dom Helder Câmara – e o deboche ao milagre econômico. Com a reabertura, “a grande imprensa não foi só recriando uma esfera pública, como a fez apropriando-se de temas até então exclusivos da imprensa alternativa, e recontratando muitos dos seus jornalistas” (KUCINSKI, 1991, p. 25), a exemplo de Chico Caruso do *O Globo*, mantendo caricaturas de críticas políticas, mas que passou pelo jornal *Balão* na década de 70, marcado pelo experimentalismo na linguagem.

O momento contemporâneo vem sendo marcado por outra lógica de produção de subjetividade, através do ambiente das novas tecnologias de comunicação. O desenvolvimento das mídias reconfigurou o espaço urbano, podendo ser chamado de *cyberurbe* (LEMOS, 2007). Entre as características da rede é possível relacionarmos a expansão das fontes de informação, o caráter descentrado e uma intensa mobilidade por meio de dispositivos conectados. A atividade exercida para publicação de conteúdo teve o custo reduzido. Mas a nova configuração comunicacional deixa margem também para uma crise em novas relações no que tange, entre outros pontos, o direito de marca, ponto sensível aos sites de paródia do jornalismo.

Os territórios de informação podem ser entendidos como espécies de áreas de controle do fluxo digital de informação numa interseção entre o ciberespaço e o espaço da cidade (LEMOS, 2007). O território é um híbrido, estando o usuário em movimento entre o espaço físico imbuído de suas posições políticas, imaginárias, culturais; e as redes telemáticas de fluxos de informação na internet. Investigamos que deslocamentos sofre o humor sobre a imprensa na contemporaneidade, observando a hegemonia de um grupo de redes telemáticas de informação midiática que integram e até comandam a diversidade de redes do espaço urbano³².

³² As cidades se desenvolvem como sociedades de rede em termos físicos, simbólicos, culturais, políticos, imaginários e econômicos (LEMOS, 2007). O conceito de rede é chave no processo. O francês Claude Henri de Saint-Simon (1760-1825) menciona pela fisiologia social a sociedade como um sistema orgânico, constituído por

A diversidade pode ser pensada num contexto de redes híbridas, como sugere Palácios (2003)³³. Estas redes, entendidas na lógica do ciberespaço, constituem uma espécie de ambiente múltiplo e heterogêneo, de informação, comunicação e ação. Na internet, há a junção e/ou justaposição de diversos (sub) sistemas no ciberespaço enquanto rede híbrida. Todo sistema é fechado e aberto, capaz de se relacionar com o ambiente, processar a informação e se transformar. Cada um dos sistemas/subsistemas sociais utiliza a internet como ambiente a partir de demandas próprias, num contexto de coexistência de ambientes informacionais, jornalísticos, educacionais, de lazer e cultura. Consideramos os sites de paródia da imprensa funcionando a partir de demandas específicas, assim como os sites de jornalismo na web, que possuem também suas especificidades. Cada um enquanto sistema age por territórios de informação, em experimentação na rede.

Partindo do pressuposto de que a paródia e o jornalismo já eram produzidos antes da internet enquanto lógica de rede; e que a maioria das características atribuídas ao jornalismo online são potencializações de recursos já empregados no jornalismo em suportes midiáticos anteriores (PALÁCIOS & MIELNICZUK, 2002); levantamos a hipótese de que a paródia também se encontra potencializada, mediante a colagem de formatos próprios do jornalismo, segundo intenções que investigamos.

um tecer de redes. Em filiação com o pensamento de engenheiros de obras públicas, o sansimonismo concede lugar estratégico às vias de comunicação e ao estabelecimento do sistema de crédito. A imagem do sangue em relação ao coração humano serve de correlação à circulação do dinheiro dando uma vida unitária à sociedade-indústria. Assim a função organizadora concebe as redes de comunicação – transporte (redes materiais) e de finanças (redes espirituais) em meio a uma sociedade industrializada de estradas de ferro, sociedades bancárias e companhias marítimas. Cf. MATTELART, Armand e Michèle. **História das teorias da comunicação**. 15ª ed. São Paulo: Loyola, 2012. Os registros de rede aparecem ainda na Grécia Antiga, que era um punhado de aldeias rurais. Os acordos diplomáticos firmados entre as cidades de Esparta e Atenas (479-404 a.C.), na guerra contra o imperador persa Xerxes, permitiram o desenvolvimento de atividades comerciais. Esparta possuía a madeira de que necessitava Atenas para construir barcos que cruzavam o Mediterrâneo. Os mais abastados e interessados passaram a financiar atividades culturais complexas, como a filosofia, tendo Sócrates e Platão como mestres. Em Roma, o imperador Júlio César (69 a.C.) introduziu as *actas diurnas*, um documento contendo o teor dos debates no Senado que passou a ser copiado e distribuído para várias regiões do Império. Outra providência, de César Augusto (63 a.C. – 14 d.C.), sobrinho-neto e herdeiro de Júlio César foi o serviço de correios. Os aquedutos também são obras conhecidas do período. Sobre o assunto, ver “As origens antigas: a comunicação e as civilizações”. In HOHLFELDT, Antonio, MARTINO, Luiz C. e FRANÇA, Vera Veiga. **Teorias da Comunicação: Conceitos, escolas e tendências**. Ed. 13. Petrópolis: Vozes, 2013, p. 61-98.

³³ Palácios (2003) trabalha o conceito de redes híbridas na trilha do sociólogo francês Thierry Bardini (1996), envolvendo a noção de conjuntos de associações mais ou menos estáveis entre humanos e não humanos, nos quais a presença de actores e actantes pode variar num *continuum* que vai da presença física e concreta até a existência só como objeto do discurso. O raciocínio de um contínuo entre o espaço físico e o discurso guarda relações com o carácter híbrido dos territórios de informação, mencionados em Lemos (2007). Palácios (2003, p.5) inclusive afirma em nota de um artigo ser “muito instigante a ideia de André Lemos [...] caracterizando a Internet [...] como uma incubadora de *medias*, um espaço de gestação e experimentação mediática.

Os contornos do jornalismo online comportam algumas características importantes (PALÁCIOS & MIELNICZUK, 2002; PALÁCIOS 2003). A interatividade envolve troca de e-mails entre leitores e jornalistas, disponibilização da opinião dos leitores em fóruns, chats com os jornalistas e uso de redes sociais. O hipertexto merece considerações mais específicas, a exemplo de caminhos que o usuário pode fazer ao clicar nos links dos sites a qualquer momento, enquanto a leitura pode ser continuada ou interrompida para acesso a outros textos. Dependendo do caminho que o leitor faça segundo seus próprios interesses, abre-se espaço para o uso personalizado do site.

Os websites de jornalismo se caracterizam ainda pela multimídia, uma vez que diversas mídias convergem na mesma plataforma envolvendo textos escritos, sonoros e visuais. Enquanto é possível a postagem de informações de forma instantânea e em atualização contínua, a memória também se torna disponível, uma vez que o acúmulo de conteúdo é mais viável, com o armazenamento e acesso ao material anterior. As ferramentas de busca de notícias nas páginas principais dos sites são exemplos.

No conjunto dos sites de paródia sobre o jornalismo, características mencionadas podem ser encontradas, ainda que com variações. Por exemplo, a interatividade ocorre de forma marcante por meio do compartilhamento de ambientes com as redes sociais; já a memória nem tanto, uma vez que as ferramentas de busca não aparecem na página de todos os portais. Notamos que há graus diferentes no nível de documentação. O caso *Falha de São Paulo* envolve inclusive o arquivamento do próprio gesto de ter feito a paródia do jornal *Folha de São Paulo*. Mesmo com o domínio bloqueado, os responsáveis pelo blog abriram outro endereço criticando a censura e ainda disponibilizando o processo que correu na justiça para consulta. Aprofundaremos a seguir o que nos parece estar em jogo com a instalação da paródia no jornalismo.

1.2 Memória Coletiva: Os lugares da paródia e do jornalismo

O Rio de Janeiro vivia em 2015, na ocasião de seu aniversário de 450 anos, a expectativa de uma intensidade de eventos, entre os quais se destacam as Olimpíadas de 2016. A cidade passava por transformações em diversas áreas. O legado do evento passou a ser discutido no período preparatório, incluindo as modificações viárias com obras espalhadas

pelo Centro do Rio, sendo comentado o congestionamento sofrido pela população. No meio ambiente, a questão da poluição ganhou força e na área da segurança, a violência.

Partindo do pressuposto de que há relações urbanas que afetam a cidade e que passam a ser discutidas com intensidade nas relações de comunicação, procuramos investigar como o assunto das Olimpíadas no Rio foi trabalhado na memória coletiva da cidade pelo site *Sensacionalista*. A seleção do portal ocorreu por sua repercussão, alcançando em um dia mais de um milhão de acessos. Para compor uma amostra qualitativa de notícias do *Sensacionalista*, rastreamos três, que tivessem relação com o assunto *Olimpíadas* no mês de maio. A ferramenta usada foi o buscador do *Google* através das palavras-chave *Sensacionalista* e *Olimpíadas*.

No dia 13 de maio foi publicada notícia no *Sensacionalista* com o título: “Casamento de Preta Gil prova que Rio não está preparado para as Olimpíadas”. O texto traz à lembrança o casamento da cantora realizado em maio na Igreja do Carmo no Centro. Na ocasião, um acúmulo de pessoas se formou na porta e a sinalização na rua Primeiro de Março precisou ser reforçada. O trânsito ficou em parte prejudicado. A matéria fictícia do *Sensacionalista* relacionava o casamento às Olimpíadas, sugerindo que a cidade não estava preparada para o evento, devido ao congestionamento: “Foram tantos os convidados que a cidade parou”.



“Casamento de Preta Gil prova que Rio não está preparado para as Olimpíadas”, **Sensacionalista**, <http://sensacionalista.uol.com.br/2015/05/13/casamento-de-pret-a-gil-prova-que-rio-nao-esta-preparado-para-as-olimpiadas/>, acesso em 29/06/2015

Outra matéria, publicada no dia 16/05/2015, ganhou o nome de “Olimpíadas: Pontos de ônibus do Rio terão carregadores de celular”. O texto foi redigido na ocasião em que a cidade vivia um boom de assaltos com esfaqueamento envolvendo roubo dos aparelhos e de

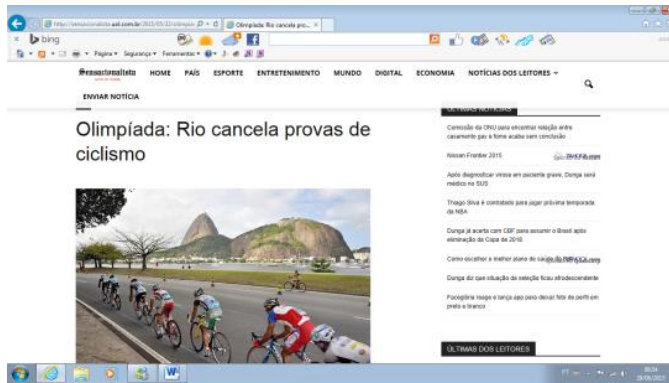
bicicletas. Uma quadrilha de receptadores de celular passou a ser investigada pela polícia com núcleos de venda de aparelhos roubados em Rio das Pedras e Manguinhos. No mesmo período, algumas linhas de ônibus passavam a oferecer pontos de carregador de celular nos coletivos.

O texto do *Sensacionalista* brincou ao dar a impressão de que os pontos de ônibus teriam também pontos de recarga, mas ao se aprofundar na leitura, é verificado que os carregadores são assaltantes. A matéria é situada como mais uma na série das Olimpíadas, como se a preparação para o evento convivesse também com os assaltos na cidade: “O prefeito Eduardo Paes explicou como a novidade irá funcionar: ‘Será instantâneo, assim que o turista retirar o celular do bolso para mexer no *what’s app*, um dos menores aprendizes irá aparecer e carregar o aparelho para nunca mais ser visto pelo antigo dono’.”



“Olimpíadas: pontos de ônibus do Rio terão carregadores de celular”, **Sensacionalista**, <http://sensacionalista.uol.com.br/2015/05/16/olimpiadas-pontos-de-onibus-rio-terao-carregadores-de-celular/>, acesso em 29/06/2015

A mesma onda de violência, desta vez envolvendo roubo de bicicletas, motivou a morte do ciclista e médico Jaime Gold de 57 anos, esfaqueado por um menor na Lagoa. Em 22/05/2015, o *Sensacionalista* publicou matéria com o título “Olimpíada: Rio cancela provas de ciclismo”. O texto reportava que “os atletas não estavam se sentindo seguros para disputar a modalidade depois dos últimos acontecimentos na cidade [...] técnicos chegaram a cogitar que as provas fossem disputadas com armaduras mas, nos testes, os atletas caíram de suas bicicletas”.



“Olimpíada: Rio cancela provas de ciclismo”. **Sensacionalista.**
<http://sensacionalista.uol.com.br/2015/05/22/olimpiada-rio-cancela-provas-de-ciclismo/>, acesso em 29/06/2015

Nos três casos de notícias fictícias publicadas no *Sensacionalista* foi possível repararmos temáticas envolvendo a preparação para os Jogos Olímpicos: trânsito e segurança. Os assuntos são tratados por textos de humor que possuem semelhança com o formato jornalístico, mas sem base de creditação como verídicos. Entretanto, as matérias mantêm um diálogo com fatos que estavam ocorrendo na cidade do Rio, como os preparativos rumo ao evento em meio ao congestionamento e problemas de violência.

Passaremos da preparação dos Jogos Olímpicos no Rio para outro marco histórico, décadas atrás, que foi o assassinato do ex-presidente dos Estados Unidos John Kennedy. O intuito de citarmos o episódio tem como o objetivo contarmos com os estudos de Barbara Zelizer (1992), que foi repórter da Agência Reuters, para iniciarmos a confrontação do discurso dos sites de paródia com o da imprensa. O incidente em 1963 foi um marco para o modo de operar a narrativa jornalística e construção de autoridade.

Os anos 60 e 70 foram fundamentais para um sentimento de coletividade em que o testemunho ganhou força através de falas de grupos e indivíduos que antes não tinham tanta expressão. Um senso maior de participação coletiva cresceu em intensidade, acompanhado de críticas de diversos movimentos e questionamento do poder centralizado. Códigos profissionais tiveram que rever seus limites assim como o próprio Estado. A bomba atômica e mais tarde a Guerra do Vietnã deixaram uma ferida aberta nos atos do governo. O escândalo WaterGate (de espionagem ilegal do Partido Republicano no escritório dos democratas, descoberto por jornalistas, que culminou com a renúncia do presidente Richard Nixon), os

assassinatos de Malcom X e Martin Luther King (militantes da questão negra) e os movimentos de 68 são outros exemplos.

O jornalista é entendido não como observador, mas testemunha dos eventos. Sobre Kennedy, os atos presidenciais eram programados para cobertura e os discursos, entregues transcritos. Os ultimatos aos russos para retirada de mísseis de Cuba eram feitos via TV e a esposa Jacqueline Kennedy promovia excursões na Casa Branca. A importância dada aos jornalistas ajudou a imprensa a fazer a imagem dela mesma como importante fonte de consulta. Mas o assassinato de Kennedy também provocou a revisão da prática jornalística, que teve de lidar com imprevisto, situações não previstas, com correria para a passagem de informações, vivendo as situações de momento.

Apesar de não terem flagrado o momento do tiro dado durante uma cerimônia em Dallas que abateu o presidente, os jornalistas construíram uma narrativa pinçando eventos posteriores. A cobertura da coletiva no hospital, o funeral e a transferência do assassino Lee Oswald da cadeia municipal mostraram a presença do jornalismo demarcando o período histórico. Depois do disparo, que não era esperado, os profissionais lidaram com a falta de fontes para informação oficial e tiveram que saber filtrar rumores na passagem rápida de informações. Curiosamente, foi um amador, Abraham Zapruder que tinha o filme do disparo feito com uma câmera pessoal. O flagrante jornalístico foi feito mais tarde na unidade policial quando Jack Ruby apareceu no meio dos jornalistas e deu um tiro matando o assassino de Kennedy, Lee Oswald, que estava para ser transferido. Enquanto o caso mostrou a presença das imagens televisivas transmitindo a morte de Oswald em tempo real, também serviu para questionar os limites da profissão com a confusão de repórteres no local atrapalhando a segurança.

Em todo o caso, contando e recontando as histórias do assassinato de Kennedy, elaborando e reelaborando a memória sobre o episódio, os jornalistas construíram pelo discurso sua própria credibilidade, reafirmando-se como os contadores legítimos do fato. “Os jornalistas ativam sua autoridade por uma maneira de narrar” (ZELIZER, 1992, p. 189)³⁴. A autoridade se perpetua por uma articulação entre contexto, narrativa e memória coletiva.

Os jornalistas procuraram firmar um senso de presença no assunto. Repórteres foram individualizados em personagens que deram primeiro certos fatos e souberam lidar com a

³⁴“Journalists enact their authority as a narrative craft, embodied in narrative forms” (ZELIZER, 1992, p. 189).

tecnologia. Uma história da cobertura da morte de Kennedy foi construída com os registros feitos pinçando momentos e personagens, ainda que repórteres locais, que trabalharam também na época, tenham sido desmerecidos. As instituições midiáticas veicularam sua importância anexada ao fato com sua documentação, reabertura das investigações, reedições e lembranças nas datas redondas.

Mas o saber sobre o que aconteceu com Kennedy não ficou restrito aos jornalistas. O período depois do assassinato comportou diversas correntes que buscaram explorar um entendimento do caso. Historiadores, críticos, comissões de investigação, além dos jornalistas, tentaram dar uma explicação, ainda que não se chegasse a uma certeza absoluta sobre o enredo. Houve uma disputa pela memória, por vezes com críticas. Destacamos o cineasta Oliver Stone que produziu o filme *A pergunta que não quer calar* (1991). O lançamento na época foi acompanhado de um conflito entre Stone e a imprensa sobre a correção na apuração dos fatos. O artista reivindicava a legitimidade de seu lugar de fala na exploração do acontecimento (ZELIZER, 1992, p. 175-214). Assim, o discurso da arte no cinema disputava com o jornalismo a memória sobre a morte de Kennedy, que foi um marco.

Propomos que o jornalismo também nos dias de hoje tem o seu discurso confrontado com outros acerca da memória na sociedade. O nosso estudo se direciona para os efeitos dos sites de paródia na internet neste processo. As postagens do *Sensacionalista* sobre os Jogos Olímpicos 2016 no Rio também constroem um lugar na memória coletiva acerca do evento, com temáticas sobre a segurança e o congestionamento na cidade. Os assuntos também foram relacionados em matérias jornalísticas. No pano de fundo, percebemos questionamentos sobre as possíveis condições locais de receber a competição; ainda que por óticas diversas, pelo humor ou pelo jornalismo.

As perspectivas postas em jogo pelos sites de paródia do jornalismo e pelo próprio jornalismo nos situam em uma ou mais correntes do pensamento coletivo. Como relata o sociólogo francês Maurice Halbwachs (1990), que serviu de base aos estudos de Zelizer (1992), a lembrança é fronteira, limite. A memória coletiva está nas várias séries aproximadas pelo acaso ou afrontamento de grupos, sendo a combinação deles definindo múltiplas experiências do tempo. “Os acontecimentos de nossa vida que estão sempre mais presentes são também os mais gravados na memória dos grupos mais chegados a nós” (HALBWACHS, 1990, p. 32).

A memória coletiva sinaliza com demarcações, datas e acontecimentos à memória individual. Neste sentido, sociedades religiosas, políticas, econômicas, familiares, grupos de amigos, espetáculos, assim como os jornais podem definir experiências, ainda que em graus diversos de contato: “Em nossas sociedades nacionais tão vastas, muitas das existências se desenrolam sem contato com os interesses comuns do maior número daqueles que leem os jornais e prestam alguma atenção nos negócios públicos.” (38). Os sites de paródia do jornalismo também modelam experiências com lugar na memória coletiva, negociando com o discurso jornalístico por deslocamentos.

1.3 Vínculos de discursividade com o jornalismo: Lugares dos Enganos

Tratar do jornalismo ou da paródia dele nos leva a uma questão central de retórica sobre como colocar as lembranças dentro de um ambiente. Os assuntos em discussão na memória da sociedade precisam ser explorados de algum modo por aqueles que nela vivem. Como nos conta Fausto Colombo (1991) – em seus estudos sobre a tradição de se guardarem arquivos – foi na época grega que a arte da oratória obrigou os métodos de memorização a se renovarem. Passou a ser indispensável, mais do que revocar o ritmo dos versos, “uma conexão mais articulada entre os assuntos tratados e as escolhas expressivas” (COLOMBO, 1991, p. 31). Nossa proposta é que as bases tanto do discurso jornalístico quanto do riso pela paródia se encontram a partir da arte da retórica.

Três grandes estudos da retórica são de tradição romana – o anônimo autor do *Ad Herennium* (anos 80 a.C.), Marcus Tullius Cícero com seu *De Oratore* (55 a.C.) e Fábio Quintiliano com o *Tratado sobre a Oratória* (95 d.C.). As lembranças devem estar em lugares estabelecidos, aptas a permitir a revocação de uma operação qualquer no momento oportuno. Os *loci* são comparados a tábuas de cera, em que as *imagines* podem ser impressas e também apagadas. As *imagines* consistem na tradução dos conteúdos que podem saltar dos *loci* no momento em que são ativadas. As imagens através das coisas traduzem os argumentos e as imagens através das palavras, os artifícios expressivos que são utilizados para expor os argumentos.

Em Roma, oradores associavam o riso a um instrumento de persuasão. Cícero em *De oratore* (55 a.C.) comentava que rir pode acrescentar aos discursos um tom amigável e descontraído, que estreitaria os laços entre o orador e seu público para atingir o

convencimento. Já Fábio Quintiliano, por *Tratado sobre a Oratória* (95 d.C.), vai pelo mesmo caminho, enxergando o riso como um procedimento calculado para se atingir um fim determinado. Uma asneira dita fingindo ser inocente poderia ser elegante, diferindo do bufão que a deixa escapar por imprudência (ALAVARCE, 2009).

Quando consideramos o discurso jornalístico, a obra de Quintiliano também serve de alicerce. As regras práticas de retórica envolviam responder a perguntas básicas dos elementos de narração – *quis, quid, quibus auxiliis, quomodo, quando, ubi, cur*, isto é, quem, o que, como, quando, onde e por quê. Partia-se do princípio de que algo socialmente significativo ocorreu ou estaria ocorrendo, tentando-se reconstituí-lo com vistas à comunicação a um público determinado e, para tanto, lançando mão de uma forma retórica. Os elementos foram ponto de partida para o poeta inglês Rudyard Kipling (1865 – 1936) assinalar os sintagmas quem, o quê, como, quando, onde e por quê como consequência germinal de toda narrativa e estrutura da notícia moderna pelo *lead*. A partir da consideração de Muniz Sodré (2009 b), a imprensa de debates se relaciona mais ao objetivo retórico de discutir ideias (*docere*); já a popularesca, está mais próxima do ato de provocar emoções e deleitar o público (*comovere e delectare*), similar ao entretenimento.

As abordagens contemporâneas – como da escola de Bruxelas – partem da concepção aristotélica de uma imagem em quatro momentos da retórica. A elaboração dos argumentos ocorre na invenção (*inventio*). A disposição (*dispositio*) e a elocução (*elocutio*) se referem à organização das experiências para estarem a dispor para evocação delas por uma maneira expressiva. Os estudos dos gestos na ação (*pronuntiatio*) tinham um papel importante na persuasão do público. O rector (orador) aciona esse esquema a partir do caráter (*ethos*), argumentação (*logos*) e emoção (*pathos*) a ser provocada. A arte da retórica implica estratégias de discurso com lugares na memória coletiva.

No caso da paródia, um discurso não é apagado, mas lembrado por um ato de memória para processar uma negociação a partir de outro lugar. Ao efetuar a análise de filmes em sua questão sobre modos de arquivamentos na sociedade, Fausto Colombo (1991) comenta que *O Jovem Frankstein* de Mel Brooks (1974) é insignificante sem o *Frankstein* original de James Whale (1931), havendo subversões produzidas. “Remakes, paródias, retakes são, portanto, recordações, memórias de um texto que não deve cair no esquecimento.” (COLOMBO, 1991, p. 55). A paródia comporta índices da existência do filme original cuja visão passada é necessária para a compreensão articulada do efeito cômico.

Encontramos provas de que índices, vestígios ou traços do jornalismo estão presentes nos textos de paródia na internet, pelo que chamamos de lugares dos enganos – casos em que uma matéria de notícia fictícia foi confundida e acreditada como verdadeira. Seleccionamos três casos de repercussão mencionados em Sousa (2013). O primeiro diz respeito a uma notícia publicada no *Portal Meu Norte* com o título “Justiça proíbe lojas de Teresina de tocar Simone no Natal”, de 21 de dezembro de 2011. O texto se referia a uma suposta decisão judicial para proibir músicas da cantora Simone. Em seguida, a informação foi divulgada como verdadeira na coluna de Claudio Humberto do portal *Jornal do Brasil*.



“Justiça proíbe lojas de Teresina de tocar Simone no Natal”, **Portal Meu Norte**, a partir de Sousa (2013)



“Juiz no Piauí proíbe lojas de tocarem música de Natal gravada por Simone”, **Jornal do Brasil**, a partir de Sousa (2013)

Outra notícia foi publicada pelo portal *Sensacionalista* com o título “Bancada gay lança projeto de lei para proibir casamento de evangélicos”. O texto discorria sobre uma proposta de lei apresentada no Congresso em um momento de conflito de ideias entre deputados em defesa da homoafetividade e parlamentares da bancada evangélica. O deputado Pastor Marcos Feliciano havia assumido o cargo de presidente da Comissão de Direitos

Humanos da Câmara dos Deputados. A notícia foi divulgada como verídica pelo site *Livres Diante do Trono*, destinado para o público evangélico.

O texto mencionava nomes dos deputados Jean Wyllys, Marco Almeida e do Pastor Alisson Amorin. Wyllys teria proposto o projeto e os outros dois parlamentares entraram na matéria com falas atribuídas a eles, sendo um com posição a favor e outro contrária. A notícia foi copiada pelo portal evangélico acrescentando uma foto do deputado Jean Wyllys. Houve ainda uma mudança no título para “Bancada gay lança projeto de lei que deve proibir casamento de evangélicos”. Foi posta também uma menção à fonte de onde foi retirada: “Texto: Vinícius Antunes, com informações de Sensacionalista”. Depois o site “Livres Diante do Trono” se retratou por uma nota de esclarecimento: “Venho por meio dessa nota esclarecer que nós do Livres Diante do Trono erramos ao publicar a matéria do Sensacionalista [...] Não prestamos atenção ao detalhe de que este site divulga matérias que não são reais o que foi um erro crucial para nós”.



“Bancada gay lança projeto de lei para proibir casamento de evangélicos”, **Sensacionalista**, <http://sensacionalista.uol.com.br/2013/04/22/bancada-gay-lanca-projeto-de-lei-para-proibir-casamento-de-evangelicos/>, acesso em 10/09/2015



“Bancada gay lança projeto de lei que deve proibir casamento de evangélicos”, **LivresDT**, a partir de Sousa (2013)

Nota de Esclarecimento - Livres Diante do Trono



Olá pessoal,

Venho por meio desta nota esclarecer que nós do Livres Diante do Trono erramos ao publicar a matéria do Sensacionalista que diz que a bancada gay no Congresso havia decidido criar um projeto de lei para proibir o casamento de evangélicos.

Não prestamos atenção ao detalhe de que este site divulga matérias que não são reais e que foi um erro crucial para nós. Já retiramos nossa postagem do ar que por sinal obteve muitos acessos em tão pouco tempo, mas já que a notícia não é real a chamamos melhor retrê-la de circulação.

Pedimos o perdão a todos que acreditaram na notícia e também a todos os nomes envolvidos como o deputado Jean Wyllys. Agradecemos a todos que entenderam e não nos atacaram com palavras torpes, como foi o caso de algumas pessoas.

Que Deus possa abençoar vocês e esperamos que o ocorrido não comprometa a imagem que levamos anos para construir.

Livres DT, seu canal de notícias do Diante do Trono e do Mundo Cristão.

Livres DT - Por César Costa

Nota de esclarecimento – Livres Diante do Trono, **LivresDT**, a partir de Sousa 2013


Sobre outra postagem, por causa da notícia fictícia, o deputado federal Jean Wyllys protocolou queixa na Polícia Federal contra a *Rede Promessa* e seu líder, o pastor Davi Morgado, porque o site evangélico retransmitiu a informação como se fosse verdadeira. Em *post* no *facebook*, o parlamentar contou ter alertado o grupo religioso que a notícia era fictícia, mas não teve retorno. O *Sensacionalista* publicou nota de apoio ao deputado: “O Sensacionalista apoia o deputado Jean Wyllys nessa iniciativa e lamenta o episódio [...] Acreditamos que o humor cumpre um papel importante na sociedade, denunciando os absurdos de forma irônica e promovendo a reflexão. O Sensacionalista não tem a intenção de se passar por real: é um site de humor, como seu próprio nome anuncia”.

Sensacionalista HOME PAÍS ESPORTE ENTRETENIMENTO MUNDO DIGITAL E

ENVIAR NOTÍCIA de pessoas – e são notícias que não incapazes de sequer procurar e confirmar a fonte ou veracidade das notícias que leem. É por isto que fez o site evangélico “Rede Promessa”, do Pastor supracitado, que reproduziu a NOTÍCIA FICTÍCIA sem citar a fonte, dando a ela o caráter de notícia inédita e verdadeira.”

Leia aqui a notícia original, que foi reproduzida pelos sites evangélicos como real.

Nota da redação

O Sensacionalista apóia o deputado Jean Wyllys nessa iniciativa e lamenta o episódio. Acreditamos que o humor cumpre um papel importante na sociedade, denunciando os absurdos de forma irônica e promovendo a reflexão. O Sensacionalista não tem a intenção de se passar por real: é um site de humor, como seu próprio nome anuncia. A produção nacional de piadas reais, entretanto, torna a nossa missão cada vez mais difícil. 

Sensacionalista, <http://sensacionalista.uol.com.br/2014/10/23/jean-wyllys-da-queixa-na-pf-contra-pastor-que-publicou-noticia-do-sensacionalista-como-real/>, acesso em 10/09/2015

Em entrevista que nos foi prestada, o idealizador do *Sensacionalista* Nelito Fernandes comentou que o riso deve ser democrático:

a gente não vai fazer piada com gay [...] a gente vai fazer piada com quem sacaneia gay, entendeu? Mas a gente vai fazer também piada com gay [...] porque se você não faz piada com gay, você tá excluindo gay [...] o que a gente quer é uma sociedade de inclusão [...] então [...] ele tem que ser alvo de piada como outros grupos também são alvo de piada [...] mas não pode ser só ele, tem que ser ele e tem que ser o cara que só sabe viver de sacanear ele [...]³⁵

Outra notícia fictícia de repercussão foi uma publicada no blog Joselito Müller – Jornalismo destemido. Os leitores utilizaram as redes sociais para propagar a informação com o título “Senado aprova pagamento de bolsa mensal de R\$ 2.000,00 para garotas de programa”. O blog não apresentava alerta de que os dados eram fictícios. Havia no topo da página uma foto de um documento escrito “Censura Federal”, a imagem de uma pessoa de bigode empunhando uma arma e o plano de fundo do telejornal da Rede Globo *Jornal Nacional* trocando-se a sigla JN por JM (Joselito Müller). O nome da então senadora pelo PT do Espírito Santo Ana Rita foi usado para afirmar que o projeto era de autoria dela.



“Senado aprova pagamento de bolsa mensal de R\$2.000,00 para garotas de programa”, **Joselito Müller - Jornalismo Destemido**, a partir de Sousa (2013)

O autor do blog em nota publicada explica que diante da repercussão alterou o nome da senadora para Maria Rita. A parlamentar havia ameaçado acionar a Polícia Federal.

³⁵ FERNANDES, Nelito. Entrevista ao autor, em 17/04/2015. Ver anexos.

Joselito se pronunciou em postagem com o título “Quando mentiras cretinas passam a se tornar verossímeis, é sinal que o país vai mal”:

Solícito, disse à senadora pelo twitter que, caso ela quisesse, poderia informar meu nome completo e minha localização para poupar trabalho à PF, pois considero que seria mais profícuo que ela – a PF – dedique seu tempo a vigiar as fronteiras e tentar amenizar a entrada de cocaína que as FARC’s e a Bolívia enviam para o Brasil ao invés de correr atrás de mim.

Na mesma postagem de 15/05/2013, o blogueiro redige um manifesto de tom irônico. Em um primeiro momento parece se redimir pelos seus atos com relação à senadora:

Devo admitir, vá lá, que foi leviano de minha parte atribuir à parlamentar a autoria de um projeto inexistente. Minha conduta é passível de reparação, caso sua Excelência queira me processar e, no âmbito do processo, comprove que sofreu danos em função de meu humilde post.

Mas para em seguida pôr em evidência outro plano de críticas ácidas enfocando o governo. Pontos foram salientados como o dinheiro que um parlamentar custa aos cofres públicos; a quantidade de brasileiros sem saber ler ou escrever e a implementação da reforma do Código Penal:

Redijo o presente não com escopo de me retratar, mas para expressar minha preocupação com o fato de que mentiras descabidas, redigidas em linguagem supostamente jornalística são verossímeis atualmente no Brasil. Isso é um sintoma de que algo vai mal na política nacional, e demonstra que representantes dos poderes da República vem protagonizando atos capazes de deixar o povo estarecido. Por isso qualquer absurdo se torna crível no Brasil de hoje em dia! [...] Meu humilde blog, no entanto, em pleno estado democrático de direito, corre o risco de se calar por ter deixados algumas pessoas poderosas ofendidas. Esse é o país dos absurdos verossímeis!³⁶

Uma pesquisa conduzida por Gerson & Dornelles (2012) da PUC-RS se propôs a levantar dados sobre a familiarização do público com o que esses pesquisadores chamam de falso noticiário. Os dados foram publicados em artigo com análise de três edições de notícias

³⁶ “Quando mentiras cretinas passam a se tornar verossímeis, é sinal que o país vai mal”. **Joselito Müller** – **Jornalismo Destemido**, <https://joselitomuller.wordpress.com/2013/05/15/quando-mentiras-cretinas-passam-a-se-tornar-verossimeis-e-sinal-que-o-pais-vai-mal/>, acesso em 11/09/2015.

do blog *i-Piauí Herald* sobre escândalo de corrupção envolvendo parlamentares e Carlinhos Cachoeira, acusado de envolvimento com jogo do bicho. Um questionário foi aplicado para 76 pessoas, entre 19 e 57 anos, residentes em quatro estados brasileiros: Rio Grande do Sul, São Paulo, Distrito Federal e Santa Catarina. A amostra foi definida aleatoriamente.

As pessoas foram acionadas através de mecanismos do Google. O grupo foi constituído por 35% de jornalistas; 15% de estudantes, 5% de professores e 45% divididos entre trabalhadores da iniciativa privada e pública. A escolha da amostra teve como parâmetro pesquisa realizada pelo instituto *Pew Research Center for the People and the Press*, publicada no site do *New York Times*, em abril de 2007³⁷ (GERSON & DORNELLES, 2012, p. 4-5). Com 100% de respostas obtidas, o resultado do questionário revelou que 79% das pessoas pesquisadas estão familiarizadas com o *falso noticiário* e 21% disseram desconhecer o mesmo. Para o mesmo total de pessoas, 58% confundem o jornalismo tradicional com o *falso noticiário* e 42% afirmaram nunca ter confundido o *falso* com o *verdadeiro*.

O estudo corrobora em demonstrar a possibilidade de haver casos de enganar, mas o mapeamento da familiarização do público perde-se numa questão que depende do receptor acreditar no que as pesquisadoras chamam de falso noticiário ou não. Além disso, rótulos de verdadeiro ou falso podem limitar o entendimento da complexidade da questão, que pode envolver novas formas de sensibilidade, valores e propósitos. Em seus estudos de paródia e ironia, Henri-Pierre Jeudy (2001) comenta que jornalistas sabem que fabricam acontecimentos, lapidam e dão a eles sentido. No que tange à organização da informação, ninguém recusa um ir e vir no tempo para dar a convicção de um dado sentido aos acontecimentos. Neste cenário obscuro – excesso de tomadas de posição em deslocamentos - não se trata mais de uma crise de verdade, mas de conseguir credibilidade no convencimento, que a todo instante se apresenta e pode ser posto em suspeita por outros argumentos.

1.4 Um olhar espelhado: ironia de (um) jornalismo?

A confusão girando em torno do que se pode confiar ou não lembra a questão sobre a filtragem de boatos e rumores. Na noite entre os dias 2 e 3 de outubro de 1988 choveu por 8 horas, uma média 50 mm por hora, em Nîmes, Sul da França. Durante este evento histórico houve enchente e devastação na cidade. Habitantes da região diziam que cadáveres enrolados

³⁷ A pesquisa revelou que pessoas bem informadas acompanham também falso noticiário de programas como “The Daily Show” e “The Colbert Report”. Reportagem a respeito saiu no jornal *The New York Times*. Disponível em http://www.nytimes.com/2007/04/16/business/media/16pew.html?_r=0, acesso em 21/11/2014.

em sacos plásticos foram transportados, à noite, longe dos olhares, a fim de não levantar suspeitas na população. A história do roubo de corpos rebatia um consenso estabelecido sobre o relato do acontecimento.

Em uma análise sobre o caso, Jeudy (2001) comenta que o roubo de mortos introduz a possibilidade de uma outra história e outra temporalidade. Enquanto o considerado desaparecido não deixa esperanças de reencontro, o morto ocultado incita a suspeita. O rumor se posiciona por uma subversão coletiva da interpretação oficial, através do “reenvio ao espelho, entre a petrificação do acontecimento pelas mídias e o mimetismo paródico do boato.” (JEUDY, 2001, p. 46). Esse reenvio ao espelho guarda o princípio de reversibilidade, como se no momento em que tivéssemos uma imagem do acontecimento, houvesse uma reflexão e a possibilidade de compreensão do mesmo assunto se duplicasse. Diríamos: “Que ironia do destino! Nossa! Pensamos que o assunto estava coberto, mas há algo mais, algo de podre nesse reino”. Ironia, na raiz grega *eironeia*, sugere dissimulação e interrogação (HUTCHEON, 1985). O que parece ser gera suspeita, implicando questionamento e avaliação.

O boato sobre os mortos em Nîmes teria então o poder de se desligar da midiatização porque reinventa o jogo de figuras de destino - uma certeza prévia é posta sob suspeita. A reversibilidade está para a ecolalia – sintoma de ficar ecoando um som, como se o assunto fosse revolvido. A sonoridade por ecos é o assunto sendo revisitado e debatido por deslocamentos, o que deixa tons de vivacidade pela paródia que imita sugerindo pensar de outro jeito. Concordamos que o boato pode ser “uma forma comunitária de transmissão que perdura **apesar de e com** a onipotência das mídias” (JEUDY, 2001, p. 46)³⁸.

As possibilidades da ironia coletiva são mais atentas em reconhecer sensibilidades no discurso. Em Bergson (1983), por exemplo, há todo um estudo de referência sobre os processos de fabricação do cômico, mas com limitações. Mais do que tentar definir a comicidade por exemplos, o francês buscou perceber o que os perpassa, para alçar os efeitos presentes em inúmeros eventos causadores de riso, desde situações cotidianas até peças de teatro. A vida é vista em todas as suas esferas como um jogo de tensão e elasticidade. Diante disso, a sociedade requer um esforço de readaptação recíproca e a rigidez de caráter é posta

³⁸ Os grifos são nossos.

como suspeita, por ser indício de isolamento da dinâmica social. O riso é sugerido como um gesto que identifica e repõe em contato atividades rígidas e não adaptáveis³⁹.

Se aventarmos sobre exemplos que fogem a um suposto tom, seria possível lembrarmos os personagens *O Gordo e O Magro*. Ou rememorarmos Charles Chaplin em suas cenas satíricas da esteira da fábrica fazendo tantas vezes o mesmo movimento, que parecia virar ele mesmo uma máquina em *Tempos Modernos*. A classe trabalhadora talvez estivesse deixando de ter um tratamento humano com as péssimas condições de local de trabalho naquela primeira metade do século XX. Por outro lado, houve maiores garantias de direitos de lá para cá com a própria sociedade se transformando. Em suma, o espírito é imaginado como uma melodia em atraso no acompanhamento por certa fixidez. Trata-se de “ver o que não mais está à vista, ouvir o que já não soa, dizer o que já não convém” (BERGSON, 1983, p. 10). Neste caso, o cômico se instalaria. Mas o que iria servir de conveniência em uma sociedade espelhada, refletindo múltiplos parâmetros e relatos?

A partir do mimetismo do ato de paródia, a reversibilidade que cria a ironia comporta um buraco de memória. Há uma morte do sentido de história que permite a ilusão de uma renascença, crenças renovadas. O vazio ocorre pelo jogo com o reverso – uma tendência a ser seguida a partir de um conjunto que não pode ser determinado. Neste sentido, um assunto poderia ser fabricado e tratado por formas diversas sem que os relatos deixassem de pertencer ao mesmo tema, como no incidente envolvendo a inundação em Nîmes. Se a discussão fosse levada para a biogenética, com a criação de seres híbridos, transgênicos e próteses instaladas

³⁹ Com influências da microssociologia norte-americana, o sociólogo canadense Erwin Goffman (1922-1982) comenta que Bergson falha em não concluir que “se os indivíduos estão dispostos a rir diante de ocorrências de um comportamento ineficazmente controlado, isto significa que, aparentemente, eles devem ter estado o tempo todo avaliando plenamente a conformidade do comportamento normal” (GOFFMAN, 2012, p. 66). Acrescenta ainda que os observadores projetam quadros de referência sobre o mundo que os cerca, ato que passa a despercebido, já que os acontecimentos confirmam normalmente essas projeções. O quadro é um esquema de interpretação, um dispositivo prático e cognitivo que orienta o indivíduo a atribuir sentido para as situações cotidianas; mais do que identificar, guia a ação, a partir de expectativas que são criadas conforme as experiências sociais. O conceito de “quadro” vem do ensaio *A Theory of Play and Fantasy* - do antropólogo inglês naturalizado norte-americano Gregory Bateson (1904-1980) - em que lontras são observadas durante uma visita ao zoológico. Os animais não somente brigam, mas brincam de brigar durante as mordidas, havendo um teste dos esquemas de interpretação sobre o significado daquilo. O estudo serviu para salientar a metacomunicação, consistindo num processo de mútua concatenação a partir do estar ciente da percepção do outro. A metacomunicação é a comunicação a respeito da comunicação, é “toda troca de pistas e proposições sobre codificação e relação entre comunicadores” (BATESON, 1951 p. 210). Sobre o assunto, ver BATESON, Gregory; RUESCH, Jurgen. **Communication: The Social Matrix of Psychiatry**. New York: W. W. Norton & Company, 1951; GOFFMAN, Erving. **Os quadros da Experiência Social: Uma perspectiva de Análise**. Petrópolis: Vozes, 2012. Sublinhamos que as múltiplas interpretações mostram o quanto expectativas sociais podem ser contraditas, o que problematiza o viés de comportamentos “normais”. Acreditamos mais na possibilidade de espelhamentos de visões de mundo em jogo, devendo ser observadas em suas singularidades. A paródia, combinada à ironia ou sátira, envolve estratégias retóricas de trabalhar formas de interpretação, que potencializam modos de posicionamento pela linguagem na sociedade.

ao corpo humano, poderíamos ponderar até que ponto as plantas ou o próprio homem seriam eles mesmos ou seus duplos encarnados. Novas possibilidades de si? (JEUDY, 2001, 57-93).

Quando tais considerações chegam ao jornalismo é preciso ter cautela. O convencimento perpassa um cenário de boa-fé manifestada, apesar do mal-entendido e a suspeita serem potenciais no momento contemporâneo. A multiplicidade de atores produzindo conteúdo põs em questão o tratamento dado à informação e a confiabilidade dos dados, junto ao pioneirismo em noticiar em primeiro lugar. Em agosto de 2011, numa marcante edição, o jornal *O Globo* publicou três páginas com os princípios editoriais. Na justificativa estava escrito que com a Era Digital, “em que o indivíduo isolado tem facilmente acesso a uma audiência [...] nota-se certa confusão entre o que é ou não jornalismo [...] ela obriga a que todas as empresas que se dedicam a fazer jornalismo expressem de maneira formal os princípios que seguem [...]”⁴⁰.

Concordamos que há no texto jornalístico um direito de fala, acarretando um viés de legitimidade e credibilidade. Filósofo da linguagem, Patrick Charaudeau (2009), comenta que uma situação de comunicação deve ser entendida através de um jogo entre identidade social e identidade discursiva em suas combinações. Por identidade se entende a tomada de consciência de si de um sujeito, em suas crenças, saberes e ações. A construção ocorre por atos de discurso, implicando o reconhecimento do outro com o qual é possível a troca verbal. Cada um está engajado num processo recíproco de avaliação.

A legitimidade do falante envolve a questão de estar num lugar, para dizer algo, considerando o status e o papel que lhe é conferido por uma situação. O reconhecimento de um sujeito por outros sujeitos, em nome de um valor aceito por todos, pode vir por normas institucionais, filiação, prêmios, condecorações, aceitação numa academia, reconhecimento da prática de um fazer. Já a credibilidade implica para o sujeito falante que se acredite, na veracidade de suas asserções, no que ele pensa, na sua sinceridade: “O sujeito falante deve pois defender uma imagem de si mesmo (um *ethos*) que lhe permita, estrategicamente, responder à questão: ‘como fazer para ser levado a sério?’” (CHARAUDEAU, 2009, p. 5).

No caso jornalístico, foi sintomática a *Síndrome de Timisoara* - cidade da Roménia. No local, houve um massacre em dezembro de 1989. O número de pessoas mortas que a

⁴⁰ “Princípios editoriais das Organizações Globo” in *O Globo*, 07/08/2011.

imprensa difundiu, na verdade, era uma estimativa fantasiosa, cem vezes superior ao que realmente ocorrera, pondo-se em xeque a veracidade das notícias ligadas ao episódio:

No domínio *mediático*, que é regido por uma lógica ao mesmo tempo de informação cidadã e de concorrência comercial, é mais difícil pôr em questão a legitimidade de seus atores, uma vez que a “máquina midiática” tem o poder notável de recuperar-se de seus próprios desvios. Mas a corrida desenfreada para obter e difundir um “furo” (a síndrome paparazzi), a difusão de informações falsas e não confirmadas (a síndrome de Timisoara), a enorme espetacularização na mise-en-scene da informação, podem pôr em questão o sacrossanto dever de informar. CHARAUDEAU, 2009, p. 4

Muniz Sodré (2009b) especifica que “o dever do jornalista para com o público-leitor é noticiar uma verdade, reconhecida como tal pelo senso comum”, acrescentando ainda que “há uma mitologia da neutralidade que se atribui a uma mercadoria e que, portanto, sustenta os coeficientes de confiabilidade pública nos relatos.” (SODRÉ, 2009b, p. 12-14). A partir de uma analogia feita com a pauta musical, seu raciocínio segue a linha de considerar que uma economia da atenção está em jogo com a existência de dois níveis rítmicos. Um deles se refere ao cotidiano, que são as rotinas individual e coletiva na vida social. Em um segundo nível, os acontecimentos pontuam essas rotinas. O acontecimento é uma pulsação que pode se tornar um ponto rítmico (uma notação) pela marcação do sistema jornalístico.

Admitimos a força e repercussão dos estudos de gêneros jornalísticos. Encontramos inclusive a respeito dos sites de paródia alguns autores que tentam enquadrá-los em categorias: seja pelo viés de uma possível marca de crítica contida nos textos pelo gênero opinativo ou por uma suposta dose de subjetividade e técnicas apelando ao sensível via entretenimento, através do gênero diversional⁴¹. A base se encontra nas categorias definidas pelo professor José Marques de Melo (2010)⁴².

⁴¹Cf. CONSTANTINO, Lucas Eduardo Marques. **The I-Piauí Herald: Uma paródia do jornalismo tradicional**. Monografia Universidade Federal de Viçosa. 2013; GERSON, Deborah Cattani & DORNELLES, Beatriz. “The i-Piauí Herald e o caso Cachoeira: um estudo sobre falso noticiário”. In **Culturas Midiáticas**, v. 5, nº 2, 2012; OLIVEIRA, Carícia Temporal Soares Raposo de. **Isentos de verdade: a nova sátira dos jornais de mentira**. Monografia Universidade de Brasília. 2011.

⁴² Os estudos de gêneros do jornalismo registram pesquisas começando ainda na primeira metade do século XX. Um dos pioneiros foi Manoel Graña na Espanha, autor do livro *La Escuela de Periodismo* (1930), com noções ancoradas em fontes norte-americanas. O trabalho serviu de base para mais tarde Antonio Fontán, da Universidade de Navarra realizar testes com gêneros jornalísticos espanhóis na década de 60, com aperfeiçoamento dado por José Luis Martínez Albertos, nome ibérico da área. O marco, contudo, a nível mundial para a pesquisa no tema foi o estudo *Une semaine dans le monde* (1953), de Jacques Kayser, cofundador do Instituto Francês de Imprensa, que desenvolveu pesquisas jornalísticas na França e manteve cooperação com a Unesco. Kayser realizou seminários em Quito, no Equador, multiplicando seu trabalho pelo

O discurso sobre gêneros jornalísticos guarda relatos na Inglaterra do século XVIII, com a imprensa inglesa buscando ordenamento de seu espaço via separação entre *news* e *comments*, o que resultaria no informativo de um lado e opinativo do outro. As pesquisas de José Marques de Melo se baseiam nos critérios de intencionalidade e natureza estrutural do relato. Pela intencionalidade há o desejo pelos relatos informativos de reproduzir o real a partir da observação de um acontecimento que se aceita como realidade empírica; a apreensão e a descrição são feitas pela instituição jornalística no desejo de “*saber o que passa*”. Já no opinativo, existe a análise e avaliação da realidade no intuito de “*saber o que se pensa sobre o que se passa*”.

Sobre o informativo se assentam a nota, notícia, reportagem e entrevista. Já sobre o tipo opinativo, o editorial, carta, resenha, coluna, comentário, caricatura e crônica. Mais recentemente, revisando sua perspectiva, o professor acrescentou às matrizes informativa e opinativa, outras variáveis: o interpretativo (aprofundamento de matérias tipo enquetes, dossiê, perfil, cronologia), diversional (entretenimento, lazer) e utilitário (serviço). (ASSIS & MARQUES DE MELO, 2010, p. 13-83).

Contudo, necessitamos fazer ponderações às tentativas de classificação, mediante as quais inclusive revisões foram feitas. Categorias enrijecem a questão dos gêneros, que evocam movimento, hibridação e transformação (RIBEIRO, SACRAMENTO & ROXO, 2014, p. 11-31). Apontamos ainda para a noção de realidade, mediante a qual os relatos devem estar ancorados: “A ascensão do show business contamina a produção jornalística, introduzindo ao resgate certas formas de expressão que mimetizam os gêneros ficcionais, embora os relatos permaneçam ancorados na realidade” (MARQUES DE MELO a partir de ASSIS, 2010, p.148). Alertamos que o conceito de realidade merece um aprofundamento que diz menos a respeito de uma contraposição em relação ao ficcional do que um modo de gestão da vida social.

Marialva Barbosa (2005) indaga por que um personagem como Apparício Torelly, o Barão de Itararé, foi esquecido? O branco na memória é visto pela autora como uma operação

Centro Internacional de Estudos Superiores de Jornalismo para a América Latina (Ciespal). A instituição, fundada pelo jornalista equatoriano Jorge Fernández, foi pioneira no estudo de imprensa comparada na América Latina aplicando a metodologia de Kayser, por meio do livro *Dos semanas em la prensa de América Latina* (Quito, Ciespal, 1967). A questão veio aparecer no Brasil de forma sistemática na obra de Luiz Beltrão, inspirada na categorização adotada pelo Ciespal. A trilogia *A imprensa informativa* (1969), *Jornalismo interpretativo* (1976) e *Jornalismo opinativo* (1980) constitui principal referência brasileira que inspirou em seguida tese de José Marques de Melo, transformada no livro *A opinião no jornalismo brasileiro* (1985).

que envolve estratégias do grupo e da sociedade. A ironia nos textos de Torelly não deixava de dar conta do contexto brasileiro da primeira metade do século XX, através da publicação *A Manha* circulando entre mais de vinte periódicos. Mas o movimento do grupo de jornalistas a partir da década de 50 foi na direção de construir uma identidade nova e de preferência sem elos com o passado. O jornalismo moderno, autossuficiente, feito com base no chamado profissionalismo incorporou o ideal de objetividade, o que depois foi assumido ainda por grandes corporações. Mas o Barão de Itararé era “figura de um tempo da imprensa, em que o improvisado, o artesanal, o pessoal era o dominante na cena. Uma imprensa identificada com o arcaísmo [...] não se constitui como exemplo para as gerações que se forjaram sob a égide da modernização.” (BARBOSA, 2005, p. 102).

O exemplo de Torelly foi lembrando por um dos humoristas que parodiaram a imprensa no momento contemporâneo – Lino Bocchini, um dos responsáveis pelo blog censurado *Falha de S. Paulo*. Ao comentar sobre a ação impetrada pelo jornal *Folha de S. Paulo* pedindo a retirada do blog, Bocchini disse em entrevista: “Fizemos longuíssimas defesas, falando que, desde o Barão de Itararé em 1930 que fazia *A Manha* brincando com *A Manhã*, até Ziraldo que fazia a revista *Bundas* brincando com a *Caras*, há essa prática da paródia”⁴³. Ainda que tenha havido o conflito *Folha* vs *Falha*, a relação entre a imprensa e a paródia não é necessariamente de embates. Basta lembrarmos que *A Manha* foi parabenizada na época de seu lançamento pela equipe do jornal *A Manhã*, onde havia trabalhado Torelly anteriormente⁴⁴. Em todo caso, esta linha de raciocínio poderia aventar para o possível aparecimento de um jornalismo paralelo feito pela ironia inclusive de sua prática.

Levaremos em consideração os efeitos do humor através dos estudos de caso selecionados a partir de metodologia especificada para esta dissertação. Analisamos os lugares da paródia acreditando em estratégias através de textos imbuídos de vínculos com a discursividade jornalística. A translação da troca de informações para o ambiente da rede envolve pensar as novas tecnologias de comunicação como transformadoras da experiência ao

⁴³ Depoimento prestado por Lino Bocchini durante seminário do Observatório de Comunicação, Liberdade de Expressão e Censura da ECA/USP. Cf. BOCCHINI, Lino. “O caso do blog Falha de S. Paulo” In COSTA, Maria Cristina Castilho (Org.) **A Censura em debate**. São Paulo: ECA/USP, 2014.

⁴⁴ Em 14 de maio de 1926, *A Manhã* publicou: “Circulou ontem o primeiro número desse novo semanário humorístico dirigido por Apporelly. O nome do seu diretor já é uma garantia para o sucesso que *A Manha* alcançou. Ao novel, manhoso e simpático colega nossos votos de prosperidade.”. Cf. BARBOSA, Marialva. **Ficcionalidade e vestígios do passado: em cena o Barão de Itararé**. Revista Alceu, v.6, nº 11, p. 96 a 103, jul-dez 2005; FIGUEIREDO, Cláudio. **Entre sem bater: a vida de Apparício Torelly, o Barão de Itararé**. Rio de Janeiro: Casa da palavra, 2012.

lidar com mundo. “O lugar da cultura na sociedade muda quando a mediação tecnológica da comunicação deixa de ser meramente instrumental para se converter em estrutural: novos modos de percepção e de linguagem, novas sensibilidades e escritas”, e assim, um novo mapa é preciso que “dê conta da complexidade nas relações constitutivas da comunicação na cultura” (BARBERO, 2004, p. 229)⁴⁵.

Os responsáveis pelos sites de paródia do jornalismo na internet se situam entre os novos tipos de ação coletiva na rede que incluem a mídia, partidos, sindicatos, entidades civis, por exemplo. Neste contexto, acreditamos que a noção de *bios midiático*, introduzida por Muniz Sodré (2009 a), tende a contribuir com maior destaque para nossa linha de raciocínio. Acompanhamos o que o autor denomina por prótese midiática - metáfora para um ordenamento cultural da sociedade em extensão pelas novas tecnologias. Uma realidade sensível pode servir de base para uma ordem das mediações, num processo a reboque de organizações com ênfase nas novas possibilidades de relacionamento como no mundo digital.

A midiaticização pode ser pensada como espécie de tecnologia de sociabilidade ou um novo *bios*, âmbito existencial, onde predomina a esfera de negócios, com uma qualificação cultural própria. O que já se fazia presente, por meio da mídia tradicional e do mercado, no *ethos* abrangente do consumo, consolida-se hoje com novas propriedades por meio da técnica digital, na qual o jornalismo está inserido pontuando acontecimentos com uma forma de ordenamento. Mas seria possível avaliarmos também neste âmbito atitudes que venham a redescrever formas correntes de pensamento, refigurando “a experiência do indivíduo no relacionamento com o mundo virtual” (SODRÉ, 2009 a, p. 255). Cabe a atenção para alguma atitude crítica mediante tudo que se mostra reflexo de formas correntes de poder social em extensão proporcionada pelas novas tecnologias

Consideramos o jornalismo como uma corrente de pensamento com estratégias de autolegitimadoras perante o público. Entretanto, as manifestações de paródia, tecendo vínculos com sua discursividade, impõem uma análise do grau de efeito crítico. O meio digital comporta atividades que podem funcionar como uma extensão da vida social, gerindo

⁴⁵Apesar de mencionarmos os estudos latino-americanos em comunicação de Barbero (2003, 2004), sublinhamos reservas sobre o uso pelo autor do conceito de mediação. Reconhecemos o primado de uma sociologia da cultura em geral, característica dos estudos culturais, atenta às hibridações na circulação de produtos da mídia. Mas há advertências de que a noção “não consegue ultrapassar a sua enorme imprecisão cognitiva” (SODRÉ, 2009 a, p. 250), entendida como interação entre opostos, permanecendo um dualismo entre sujeito e objeto ou entre partes da realidade independentes entre si.

fluxo de informações. As atitudes de redescrição acarretam suspeitas sobre qualquer forma de pensamento que se impõe. Por conseguinte, outros níveis de interpretação da vida social são alçados pelos posicionamentos na coletividade que envolve diversos atores: entre os quais o jornalismo e os blogueiros e sites realizadores de sua paródia.

Nas páginas seguintes, aprofundaremos a questão da paródia como forma de nos indicar deslocamentos pelo humor. Nossa preocupação se dirige a textos que possuem vínculos com a discursividade jornalística, mas por uma lente invertida que produz também distanciamentos por outra ética no discurso. Chegarmos a uma ironia do destino no jornalismo implicaria um ato crítico de paródia a seu respeito pondo em jogo a própria prática profissional. Neste caso, haveria um potencial de desconstrução, que questionaria a boa fé manifestada pela imprensa com a possível revisão de si mesma. O exemplo de Apparício Torelly, a partir do jornal *A Manhã*, nos parece um ponto de partida, uma vez que não poupava ninguém de suas críticas ácidas, inclusive o próprio jornalismo daquela época, do qual paradoxalmente era um dos atores. Talvez alguma atitude contemporânea possa ressuscitá-lo. A parte final desta dissertação se dedica à análise de três estudos de caso.

2 Sobre a paródia

“Qualquer trabalho serve. De varredor a diretor de jornal, até porque não vejo muita diferença.”

(Apparício Torelly, idealizador do *A Manhã*)

A sociedade cria, inventa e reinventa seus espaços de representação, em relações de tensão nas formas várias a partir do estranhamento, contraste e dissonância. O humor se situa no vértice da fragmentação da representação pela linguagem, nos seus usos e destinação pública (SALIBA, 2002). A paródia é um exemplo do efeito produzido pela metalinguagem - pela criação de planos de significação - interessando o conceito não só à literatura, mas também aos estudos semiológicos em geral, da música, da pintura, da moda e da confecção de jornais (SANT’ANNA, 2003). Os sites de paródia do jornalismo se apresentam com formatos semelhantes aos da imprensa, mas sob uma lógica invertida de valores. Há uma “imitação cômica [...] por inversão ou rebaixamento das situações originais” (PAIVA & SODRÉ, 2002, p. 98).

Na Grécia Antiga, já era possível verificar comentário a respeito da palavra *paródia* entrelaçada ao contexto social a partir de Aristóteles (384 – 322 a.C.), em *Poética* (335 – 323 a.C.). O filósofo atribuiu a origem da noção como arte a Hegemon de Thaso (séc. 5 a.C.), porque ele usou o estilo épico para representar os homens não como superiores ao que são na vida diária, mas como inferiores. Teria ocorrido, então, uma inversão na epopéia, gênero que na Antiguidade servia para apresentar os heróis nacionais no mesmo nível dos Deuses. A observação de Aristóteles revelava um enfoque ético, mostrando que os gêneros literários eram tão estratificados quanto as classes sociais. A tragédia e a epopéia eram gêneros reservados a descrições mais nobres, enquanto a comédia era o espaço da representação popular⁴⁶. (SANT’ANNA, 2003).

⁴⁶ A postura a respeito do riso na Grécia podia variar. Platão (427 – 347 a.C.), por exemplo, que foi mestre de Aristóteles, tinha uma posição mais diferente da dele, por um viés de negatividade. Tanto o objeto de riso como aquele que ri, se afastavam da filosofia, que era a forma legítima de apreensão da verdade. O riso era uma forma de prazer impura. Cf. Alvarce (2009), sobre esta e outras considerações acerca do riso desde a Antiguidade até a Idade Moderna. Em **Confissões**, Santo Agostinho também tinha um enfoque pejorativo sobre o riso, que

Uma história da segunda metade do século I a.C. resulta na mensagem de que o riso vai além dos limites do previsto, dos códigos e de toda estabilidade. O texto é intitulado *Carta de Hipócrates a Damagetus*, no qual Demócrito de Abdera, o filósofo que ri, acha graça do médico Hipócrates. Conta a carta que Hipócrates teria sido chamado pelos cidadãos de Abdera (situada na Trácia), porque Demócrito estaria enfermo, louco, rindo de qualquer coisa. Dois cidadãos de Abdera que acompanhavam o médico começaram a chorar como forma de teste. Um deles por uma mulher cujo filho tivesse morrido; outro, imitando um viajante que teria perdido a bagagem. Mas Demócrito ainda ria mesmo ouvindo aquelas lamentações.

O médico Hipócrates decide então chegar mais perto para saber por que o filósofo agia assim. Demócrito disse que estava escrevendo um livro sobre loucura. Hipócrates lamenta não poder estar envolvido na pesquisa, pois está preocupado com aspectos da sua profissão, problemas domésticos, crianças, doenças e mortes. E ainda intrigado, pergunta a razão pela qual Demócrito continuava a rir quando deveria ter piedade diante de “doenças e mortes”. O filósofo responde que acha graça em todo vício, toda vez que os homens se acostumam à estabilidade aparente do mundo e esquecem as possíveis intempéries⁴⁷.

A inversão pela paródia pode servir para deixar a comunidade em alerta para os riscos de ser virada do avesso. Entre os Agni, um dos grupos populacionais da África Ocidental (séculos XV-XVI), havia um ritual chamado “Be di Murus”. Na ocasião da morte do rei, os aburua (filhos e filhas de pais escravos) tomavam a posse da corte real. Todas as funções da corte passam a ser ocupadas por filhos e filhas de escravos. O falso rei simula o exercício do poder comportando-se como bufão e desdenha das funções e instituições.

A paródia pelo ritual de inversão não é inteiramente determinada pela coisa parodiada, mas revela o arbitrário do poder por uma simulação mimética de seu exercício. Uma das interpretações é de que o ritual servia para mostrar o que poderia haver caso o poder real

acarretava um desvio da concentração em Deus. Numa passagem de sua obra, que iniciava a filosofia escolástica no século IV e o pensamento da Igreja, Agostinho dissertava sobre os sentidos dos números e a possibilidade de conhecimento interior. Somente aquele que se voltava para si com a atenção em Deus, na qual se encontrava a felicidade, poderia ter o conhecimento iluminado das coisas. Por outro lado, o riso pesava sobre os que não podiam enxergar os números com a capacidade do cálculo: “Quem os não vê, ria-se de mim, quando digo isto, e que eu tenha pena, quando se ri de mim.”. Cf. Santo Agostinho, **Confissões**, Livro X, XII, 19, Trad. Arnaldo do Espírito Santo, João Beato, Maria Cristina. Coleção Textos Clássicos de Filosofia. Universidade da Beira Interior: Covilhã, 2008.

⁴⁷“Se os homens fizessem as coisas prudentemente [...] me poupariam o riso. Mas, ao contrário, eles, como se as coisas fossem firmes e estáveis nesse mundo, vangloriam-se loucamente [...] esse único aviso lhes bastaria: de que todas as coisas têm seu turno, o qual advém por mudanças súbitas”. A fala de Demócrito de Abdera pode ser encontrada em Alvarce (2009, p. 77).

desaparecesse, o que faz a realeza ser necessária. A comunidade não pode ser posta em perigo (JEUDY, 2001). Mas a dança litúrgica da comunidade africana mostrava ainda uma reelaboração simbólica do espaço, modificando hierarquias territoriais pela expressividade do corpo. Há um momento de liberação, auto-realização e escape à regra social por uma hilaridade entrelaçada a um regime alegre⁴⁸, no que se verifica também um agir político (SODRÉ, 2006). As cerimônias eram realizadas tanto em ritos religiosos como também em comemorações cívicas e jogos de guerra⁴⁹.

A alegria podia emergir nos momentos de festa da Antiguidade, no sentido latino de *festum, dies festus, dies festivalis, feriae*, conotações para as datas dedicadas aos deuses quando havia a ritualização dos conflitos em torno do controle social. A paródia e a inversão dos papéis sociais eram presenciadas pelo caos das identidades e subversões dos “conceitos e das categorias (trocadilhos, apelidos, jogos de linguagem) [...] com todas as distorções que a alegre radicalidade dessa experiência possa comportar” (PAIVA & SODRÉ, 2002, p. 107). Os efeitos da ritualidade africana foram marcantes na vida de Nelito Fernandes, idealizador do site *Sensacionalista*, um dos que fazem paródia do jornalismo. A experiência de criança quando conviveu no terreiro de sua mãe – que era mãe de santo – ajudou a ele ter uma visão menos limitada do mundo, pois conhecia muita gente por uma profusão de referências sem preconceitos:

⁴⁸A palavra alegria guarda traços com os termos latinos *gáudio* (extravaso e mobilidade na imediatez), *laetitia* (graça e celebração da vida) e *alacer* (liberdade da asa no céu – *ala* – e permanência na terra - *acer*). Com efeito, a compreensão se encaminha para um regime afetivo que propicia ao indivíduo a experiência do movimento no céu, um desapego, ainda que diante da gravidade, convenções e exigências. O movimento das nuvens torna o firmamento claro (*hilarus*, em latim) que também pode se traduzir por “jovem”. A hilaridade e a jovialidade caracterizam o momento em que o indivíduo se abre sensivelmente ao mundo, abole o fluxo cronológico e se liberta da gravidade e entraves imediatos. Cf. Sodré (2006, p. 199-205).

⁴⁹ Na África Antiga, reforando a intimidade entre os ritos e o agir político, vale salientar que a religiosidade aparece diretamente ligada à formaao, controle e legado de uma cidade. A recuperaao de mini Estados pelo grupo de Odudua aparece como primeiro fator de urbanizaao. Após ter integrado bom número de pequeníssimas aglomerao es para fundar If , Odudua enviou descendentes diretos para fazer o mesmo em regiões mais afastadas. O orixá contribuiu para reforar o poder do rei ou do chefe, com a divindade praticamente   sua disposiao para garantir e defender a estabilidade e a continuidade da dinastia e proteao de seus súditos. A religião dos orixás estava ligada à noao de família. Juana Elbein dos Santos em *Os nagô e a morte* (1976) relata um longo poema de cantigas, celebrando nas comunidades a primeira Ialax  (zeladora de potência) do mais antigo terreiro da Bahia, Marcelina da Silva, *Oba-Tosi*, sacerdotisa de Xangô, da linhagem dos *Axip *. Um trecho do oriki (canto) em memória por gerao es diz “ y  o bogunde (a guerra trouxe a Mãe), Omo Afonja o bogunde (filha de Xangô, que chegou com a guerra)”. Cf. SODRÉ (2006, p. 216).

Minha casa era um terreiro de candomblé. Então sempre tinha muita gente, minha mãe era mãe de santo [...] então [...] recebia pessoas e tal e [...] eh [...] nesse ambiente assim é que eu fui criado [...] e foi muito legal também porque eu acho que isso assim [...] o humor é [...] ele precisa muito de muita referência, de muita gente, entendeu? Naquela [...] naquela situação ali social, eu conhecer tanta gente era bom porque eu podia ter uma visão muito limitada das coisas né [...] e ali eu passei a não ter preconceito com porra nenhuma [...] eu convivia com muita gente, de várias classes e preferências⁵⁰

Os jogos de linguagem, trocadilhos e brincadeiras permitem oferecer um segundo mundo construído pelo discurso, em que os homens vivem, com uma sensibilidade própria. Mikhail Bakhtin (1895-1975), a partir da cultura popular na Idade Média, analisou a questão manifestada além dos limites da cultura oficial eclesiástica. Ritos e espetáculos “organizados à maneira cômica apresentavam uma diferença notável, uma diferença de princípio [...] em relação às formas do culto e às cerimônias oficiais sérias da Igreja ou do Estado Feudal” (BAKHTIN, 1987, p. 4). Entre as características, estava a liberdade com abolição de relações hierárquicas, regras e tabus. Havia paródias de orações como Pai Nosso e Ave Maria, hinos, salmos e romances de cavalaria⁵¹.

Para Linda Hutcheon (1985), a teoria de Bakhtin habilita olharmos para a paródia como forma de discurso de direção dupla. Nas manifestações do carnaval renascentista ou medieval, o negativo recaía no positivo: as pinturas da época fundiam morte-renascimento; escatologia-corpo vital⁵². Hutcheon argumenta essa como uma tendência utopista de Bakhtin

⁵⁰ **FERNANDES, Nelito.** Entrevista ao autor, em 17/04/2015. Ver anexos.

⁵¹ Bakhtin propõe uma teoria social da linguagem, a não separação entre social e discurso, assim como não se separa a cultura e a vida. O social é uma exterioridade constitutiva do discurso. Quando o autor aborda a questão das vozes, a noção de polifonia envolve considerar que em toda obra literária “se cruzam forças sociais vivas, avaliações sociais vivas” (BAKHTIN, 2011, p. 193 – 201). Cada época, grupo, possui um repertório de formas de discurso. Essas formas se agrupam, em gêneros, que são tipos de enunciados considerando estilo, tema, composição, relativamente estáveis, gerados a partir de determinadas condições de comunicação e funções na sociedade. (p. 261 – 306). Formas paródicas apresentam deslocamentos em relação a funções sociais através das épocas. A partir de regularidades discursivas, incluindo a jornalística e sua paródia, acreditamos ser possível percebermos, como que grupos de enunciados se manifestam em gêneros, gerados em dada condição de comunicação e com um propósito. Os gêneros possibilitam operações ativas e transformadoras na medida em que são combinados, hibridizados de modos criativos. É possível elevar, rebaixar, revigorar, tornar progressista algo conservador e parodiar uma prática. Uma obra específica tanto é a atualização de um determinado gênero historicamente constituído, quanto pode romper com ele, renovando-o, reunindo diversas formas de um gênero, incorporando formas de outros, trazendo-as para o próprio território discursivo (RIBEIRO, SACRAMENTO & ROXO, 2014, p. 11-31).

⁵² Nas análises da obra renascentista de François Rabelais (1494-1553), Bakhtin (1987) comenta que as imagens do corpo, da comida, da bebida, da satisfação de necessidades naturais e da vida sexual são exageradas e hipertrofiadas, tipos de herança da cultura cômica popular, a qual denomina realismo grotesco. O princípio material e corporal aparece sob a forma universal, festiva e utópica. O porta-voz é o povo que se renova, sendo que o exagero tem um caráter positivo e afirmativo. Os órgãos genitais, o ventre, o traseiro representam o baixo.

que pode ajudar na análise de formas paródicas. A metaficção envolve um discurso conter em si outro discurso, o que aumenta a potência reflexiva, como se duas vozes estivessem em negociação, mas não se anulassem. A palavra paródia guarda traços de significação com o seu uso grego, no qual o radical *ode/odos* possuía relação com o canto. Já o prefixo *para*, acarreta o viés não só de algo que vá *contra* como oposição, mas também como o que está *ao lado*, *ao longo de*, sugerindo negociações por um processo. (ALAVARCE, 2009; HUTCHEON, 1985; SANT'ANNA, 2003).

Outro aspecto da operação ativa e transformadora envolve o paradoxo da subversão legalizada, embora não oficial. Neste sentido, a paródia postula, como pré-requisito para a sua existência, a aceitação de formas e convenções estáveis e reconhecíveis. Essas convenções funcionam como normas ou regras que podem ser quebradas. Ao texto paródico é concedida uma licença especial para transgredir os limites da convenção, desde que se reconheça uma raiz de fundo do texto parodiado: “Tal como no carnaval, só pode fazê-lo temporariamente e apenas dentro dos limites autorizados pelo texto parodiado [...] dentro dos limites ditados pela reconhecibilidade” (HUTCHEON, 1985, p. 96).

A paródia também pode ser vista como uma força ameaçadora e anárquica que põe em questão a legitimidade de outros textos, durante o processo de imitação com distanciamento crítico de vários graus. Há processos de modelação do texto, que podem ser combinados com outras estratégias retóricas, como a ironia e sátira. Quando falamos de paródia não são apenas dois textos que se relacionam de uma maneira. Há uma intenção de parodiar outra obra ou conjunto de convenções, devendo haver o reconhecimento dessa intenção como ato de encontrar e interpretar o texto de fundo. Portanto, a perspectiva é formal e pragmática, com antecedentes nas práticas clássicas e renascentistas da imitação (HUTCHEON, 1985).

Salientamos que o nível crítico da paródia poderia propor outros olhares para as atividades cotidianas por uma estratégia de convencimento envolvendo imitação com distância crítica. Muniz Sodré (2006) comenta que os gestos de cultura popular - como no caso do carnaval em relação à cultura oficial da Igreja na Idade Média - apontariam para possibilidades de novas regras por inversões. Não teria se sustentado a consideração da cultura popular como outra, radicalmente diversa da oficial, como uma figura de “antipoder”.

O rebaixar consiste no entrar em comunhão com a terra, a qual pode semear vida. O contato com a parte inferior lembra o coito, a gravidez, a concepção, o parto, absorção de alimentos (barriga): “A degradação cava o túmulo corporal para dar lugar a um novo nascimento. E por isso não tem somente um valor destrutivo, negativo, mas também um positivo, regenerador: é ambivalente, ao mesmo tempo negação e afirmação.” (BAKHTIN, 1987, p. 19).

No momento contemporâneo, a festa popular - incluindo os atos de paródia - parece tender à assimilação ou hibridação com a cultura tecnologicamente produzida, sem intervalos demarcados, nem lugares sociais simbolicamente fixados. As formas de sua manifestação ocorrem mais em meio à apropriação do sensível no contexto de globalização comunicacional, em que é preciso avaliar caso a caso os graus de relacionamento com outros conteúdos, a exemplo do jornalístico.

O antigo “popular” cede espaço à dinâmica da hibridação de conteúdos e formas diversificadas de apropriação do sensível. Desta maneira, se [...] as manifestações tensas de uma diversidade simbólica [...] ainda podem fazer-se presentes na atualidade, a designação “cultura popular” torna-se rigorosamente inútil. O que existe é o pluralismo dos modos de organização simbólica voltados para a produção do comum [...] a alegria é o grande diferencial dessas expressões constituintes do comum [...] grande vetor de singularização. Na cultura midiática, tecnologicamente produzida, dependente de causas e finalidades comandadas pelo mercado, há sensação, emoção, vertigem e promessas de felicidade – jamais alegria. SODRÉ, 2006, p. 222

Nesta dissertação, enfocamos os sites de paródia do jornalismo como atos que possuem raízes na festa popular, agora manifestada no ambiente da rede. Contudo, é preciso investigar se a estratégia no modo de aparição da paródia leva a um vetor de singularização, a ponto de provocar revisões inclusive na prática da imprensa. A ironia estaria na reversibilidade - a partir de vínculos com a discursividade jornalística, a paródia seria capaz de engendrar seu reflexo imitando com outro olhar, tal como já foi feito no semanário *A Manhã* que circulou no Rio de Janeiro na primeira metade do século passado e alvo de análise nesta dissertação.

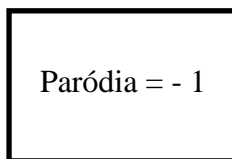
2.1 Os desvios da paródia: música, teatro e literatura

Entendemos o estudo da paródia como uma espécie de voz com vínculos discursivos a um texto base, possuindo uma intenção no enunciado. Afonso Sant’anna (2003) desenvolveu estudo a respeito a partir da análise de dicionários e bibliografia incluindo Yuri Tynianov (1894 – 1943) e Mikhail Bakhtin (1895 – 1975). Entre as definições, está a existência de dois planos discordantes e deslocados e a instalação de vozes antagônicas em direções diversas. Há tipos de paródia: a verbal (alteração de uma ou outra palavra de um texto); formal (o estilo

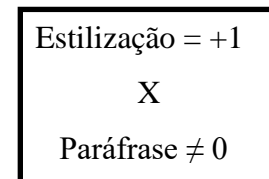
de um escritor é retomado como forma de zombaria); temática (caricatura da forma ou do espírito de um autor). Em caso de intertextualidade, o autor retoma o texto de outros. Já na intratextualidade, o autor revisa a sua obra e a reescreve.

Iremos nos limitar à consideração de que há vínculos entre dois textos com deslocamentos. Neste sentido, adotaremos o modelo mencionado por Sant’anna que envolve a noção de desvio como eixo central na relação com o texto original. A paráfrase se configura como um desvio mínimo (diferente de zero), a estilização como desvio tolerável (verificável mas sem influir de forma qualitativa; igual a + 1); já a paródia vem a ser um desvio total sobre o texto com o qual se relaciona, que deforma (igual a -1). Estabelece-se um conjunto das diferenças (paródia) e outro das semelhanças (paráfrase, estilização) com relação a um tema de fundo.

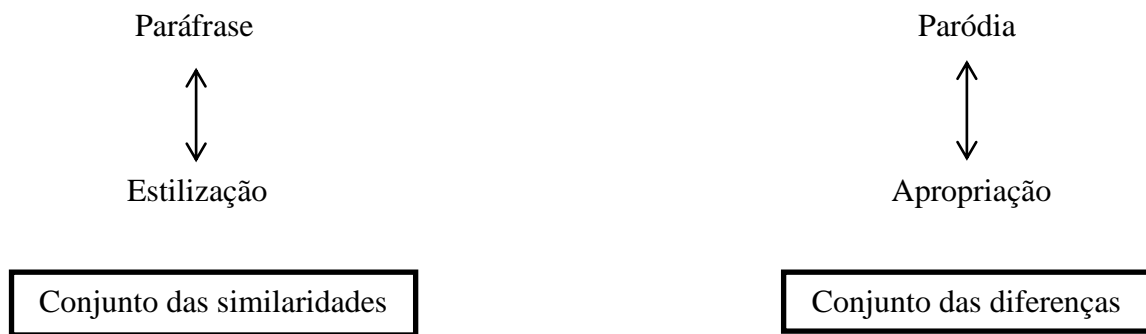
Conjunto 1



Conjunto 2



O conceito de apropriação é introduzido quando há articulação, agrupamento ou bricolagem do texto alheio, transcrevendo, mas de modo a pôr o significado de cabeça para baixo. É como se a paródia chegasse ao seu clímax. O artista da apropriação contesta inclusive a propriedade. “Como no caso da paródia, o que caracteriza a apropriação é a dessacralização.” (SANT’ANNA, 2003, p. 46). Citando exemplos, há o gênero dadaísta, trabalhado por Marcel Duchamp (1887-1968), criador do *ready-made*. Neste caso, há a apropriação de objetos dando-lhes outro significado, transformando em obra de arte; o primeiro, de 1912, foi uma roda de bicicleta montada sobre um banquinho, que recebeu o título de *Roda de Bicicleta*. Dois eixos ficam formados, um das similaridades, pelo qual estão situadas a paráfrase e a estilização; e outro representativo das diferenças, expressas pela paródia e apropriação.



O exemplo do objeto ordinário que passa a ter legitimidade enquanto obra de arte no dadaísmo pode ser multiplicado, quando levamos a cabo a radicalidade da paródia como apropriação. O movimento de pôr de cabeça para baixo, o questionamento da propriedade e a dessacralização chegaria ao jornalismo quando o lugar da própria prática profissional é posta em questão. Neste caso, os textos de humor imbuídos de vínculos com a discursividade jornalística poderiam reivindicar outro estatuto para o jornalismo por uma revisão crítica e provocadora, que deve ser ponderada caso a caso.

Antes de nos determos no jornalismo especificamente, destacamos nas artes as atitudes implicadas por atos de paródia. Observamos os níveis de transformação por meio da linguagem através de planos de significações situados contextualmente. Na literatura, *A canção do exílio* de Gonçalves Dias é ilustrativa em sua primeira estrofe:

*Minha terra tem palmeiras
Onde canta o sabiá,
As aves que aqui gorgeias
Não gorgeias como lá.⁵³*

Outro título, atribuído por Oswald de Andrade, entretanto, foi *Canto de regresso à pátria*, parodiando o trecho supracitado do poema:

*Minha terra tem palmares
onde gorgeia o mar
os passarinhos daqui
não cantam como os de lá.⁵⁴*

⁵³ Gonçalves Dias. **Canção do Exílio**, http://www.ufrgs.br/proin/versao_1/exilio/index01.html, acesso em 20/09/2014.

⁵⁴ Oswald de Andrade. **Canção de Regresso à Pátria**, http://www.releituras.com/oandrade_canto.asp, acesso em 20/09/2014.

O nome comum “palmeiras” é trocado pelo próprio “palmares”, mas com letra minúscula. A paródia satírica sugere uma saída do contexto ingênuo e romântico para um de denúncia de injustiça social ligada à questão de raça: “a substituição [...] pelo nome do famoso quilombo onde os negros liderados por Zumbi foram dizimados, em 1695, tem um efeito irônico e crítico, introduzindo um comentário social.” (SANT’ANNA, 2003, p. 25). Há outros trechos em que se foge do linearismo de Gonçalves Dias para um efeito *nonsense*, como na troca de “as aves que aqui gorjeiam / não gorjeiam como lá” para “minha terra tem palmares / onde gorgeia o mar”. Assim sendo, há uma leitura em duas vozes; uma em presença que é a ambiência modernista e outra em latência do romantismo.

A paródia na pintura aparece no estudo da professora associada de literatura portuguesa Salma Ferraz (2011), da Universidade Federal de Santa Catarina. Foram elencados nove quadros que se relacionam a *A Santa Ceia*, conhecida em italiano como *L’Ultima Cena* ou *Il Cenacolo*, pintada em 1495-1497 por Leonardo Da Vinci (1452 – 1519). A cena se refere aos doze apóstolos sentados à mesa com Jesus Cristo, no momento da Eucaristia.



Leonardo Da Vinci, **L’Ultima Cena**, <http://www.milaonasmaos.it/a-santa-ceia-de-da-vinci-historia-e-curiosidades/>, acesso em 24/11/2014

Um dos exemplos de paródia é a *Santa Ceia Holywoodiana*. Os personagens são de cinema como Laurel e Hardy de *O Gordo e o Magro*, Elvis Presley, Clark Gable, John Wayne, Charlie Chaplin, Marilyn Monroe, James Dean, Humphrey Bogart, Fred Astaire, Cary Grant, Groucho Marx e Marlon Brando. Segundo a análise, estes artistas já alcançaram tudo e não querem mais o conhecimento, o fogo dos deuses. Conseguiram a glória da fama. O lugar de Jesus é ocupado por uma mulher: Marilyn Monroe, atriz norte americana, considerada um símbolo sexual, maior ícone popular do século XX. É a única mulher entre todos os homens (FERRAZ, 2011).



Santa Ceia Holywoodiana. http://3.bp.blogspot.com/_8q6_Nu_s0rM/TF9qlqmL4bI/AAAAAAAAHL0/pFRd7Ao_eBM/s1600/santaceia_hollywood.jpg. Acesso em 12/06/2014

Além de ter sido parodiada, teóricos comentam que a obra de Da Vinci já guardava traços de inversões irônicas com relação à Santa Ceia. É possível observar a falta do cálice do Santo Graal e também das auréolas que representavam os apóstolos como santos. O jornalista e pesquisador espanhol Javier Sierra, autor de *A Ceia Secreta*, afirma que o quadro marca uma distância crítica à Igreja, comandada à época pelo Papa Alexandre VI: “No contexto religioso, Judas é realmente o traidor. No entanto, como esta é uma obra política, a resposta é diferente, a única arma que aparece na cena, uma adaga, está na mão de Pedro. Ele como fundador da Igreja, na época, simboliza o Papa. Então, para Da Vinci, o Pontífice é o verdadeiro traidor de Cristo”.

Três personagens são modificados. Da Vinci põe seu rosto no lugar de Judas Tadeu: “Uma hipótese é de que Judas Tadeu sempre foi o santo das causas perdidas ou difíceis, aquele a quem recorremos quando tudo já falhou. Da Vinci tinha esta sensação sobre seu trabalho. Todos o procuravam para resolver problemas”. Em vez de Matheus, estaria Marsílio Ficino, amigo íntimo do artista e tradutor de textos de Platão para o latim. Tanto Da Vinci quanto Ficino olham para o homem na extremidade que seria o apóstolo Simão, mas substituído por Platão: “O grande debate do Renascimento é que Jesus repetiu as ideias de Platão [...] a alma é eterna [...] o mais importante é alcançar o mundo após a morte”⁵⁵

No teatro, há diálogos mostrando traços da paródia a partir de regras das profissões sendo esvaziadas de seu peso para adquirir outras significações. Em “O Doente Imaginário”

⁵⁵ “À mesa com Da Vinci”, In **O Globo**, 07/06/2014, p. 37.

(*Le Malade Imaginaire*, 1673), de Molière, Thomas Diafoirus, filho de um respeitado médico e que está prestes a se tornar médico também, diz que só tem a obrigação de “tratar as pessoas dentro das normas”. Em outra peça do francês, “O Amor Médico” (*L'Amour Médecin*, 1665), o doutor Bahis diz que “é preferível morrer segundo as normas a escapar contra as normas.” As atitudes são irônicas e soam como uma dissolução da regra médica, a partir da mesma. Pela ética profissional, todo o objetivo deveria ser salvar vidas. Mas a personagem aceita até a morte se tiver que deixar o receituário, o que soa como um contrassenso.

No ramo do direito penal, o juiz Don Guzman Brid'Oison entra em cena gaguejando na comédia *Marriage de Figaro*, de Pierre-Augustin Caron de *Beaumarchais*. O magistrado era caracterizado por uma gagueira que atinge o discurso limpo de quem pronuncia a lei. Numa de suas expressões diz: “Ah-a forma, vede bem, ah-a forma. É de rir-se de um juiz em casaca curta, que treme só de ver um procurador de beca. Ah-a forma, ah-a forma.” (BERGSON, 1983, p. 29)

Na música popular brasileira, “Sampa”, de Caetano Veloso (LP “Muito – Dentro da Noite Azulada”, ano de 1978), surgiu em razão de um programa sobre São Paulo da TV Bandeirantes. O produtor encomendou um depoimento a Caetano, que teve a ideia de fazê-lo sob a forma de uma canção trazendo suas impressões sobre a cidade. Entre as referências está a poesia concreta dos irmãos Campos, a cantora Rita Lee e o grupo Mutantes. Consideramos como uma paródia do samba “Ronda”, de Paulo Vanzolini, compositor e cientista botânico.

Em “Sampa”, Caetano narra experiências na cidade de São Paulo, destacando passagens pelo cruzamento da Avenida Ipiranga com a São João, mas carregando um certo olhar de desencanto como quando comenta sobre a deselegância observada em meninas nas ruas, chamando de mau gosto o que viu. De um sonho feliz a respeito da cidade, caiu na realidade de um povo oprimido em favelas, de fumaça poluente, em meio ao dinheiro (grana) que circula, apesar das desigualdades que se formam. Analogias são feitas a Zumbi dos Palmares, registrando o símbolo da força negra desejosa por outras condições que não a escravidão. Soa como inspiração para outros cenários almejados, em meio à vida na cidade paulista em suas opressões. A todo desalento visto, há margem para uma provocação: “Alguma coisa acontece no meu coração”⁵⁶.

⁵⁶ VELOSO, Caetano. “Sampa”. Intérprete: Caetano Veloso. In: VELOSO, Caetano. *Muito (Dentro da Estrela Azulada)*. Rio de Janeiro: Polygram do Brasil, 1978. 1 Disco Sonoro, faixa 6.

A mesma Avenida São João, que aparece em “Sampa”, também está na canção de Paulo Vanzolini, de 1953⁵⁷. O compositor se inspirou em seu tempo de soldado nos anos 40, quando servia o Exército na Companhia de Polícia e fazia rondas pelos bares de São Paulo à procura de soldados desgarrados. O procurado podia estar jogando dados, bilhar, bebendo com mulheres, mas sob o risco de ver seu sangue espalhado na avenida. A ferida estava no atrito entre a autoridade policial e boêmios dissidentes. Contudo, na música de Caetano, a própria ordem estatal já aparece com uma ferida, estilhaçada pela incapacidade de apagar mazelas à mostra por mulheres abandonadas nas ruas, poluição e pobreza.

Levando-se em conta que a canção de Vanzolini é o texto de fundo; e a música de Caetano tem referência a ele - investigamos a relação entre as produções como um ato de paródia, com tons satíricos à ordem social na letra de Caetano. Enquanto o desalento da ronda narrada por Vanzolini vinha da experiência do patrulha que sofre ao não encontrar o procurado a ser reintegrado ao Estado, as passagens por São Paulo citadas por Caetano põem em questão a própria integração, em uma sociedade assolada em desigualdades. Há uma aproximação das duas músicas a respeito de um desalento sofrido com São Paulo; mas enquanto em uma, na década de 50, há a ferida aberta por uma malandragem a ser repreendida pela polícia a mando do Estado; na outra, já no contexto dos anos 70, o próprio Estado sofre uma crise de representação.

Outro exemplo de paródia se refere ao coletivo *Porta dos Fundos*, que realiza postagens de conteúdo audiovisual pela internet. Antonio Tabet, Fabio Porchat, Gregório Duvivier, Ian SBF e João Vicente de Castro estão entre os citados na página de divulgação como idealizadores. Com o lançamento de esquetes utilizando o portal Youtube, o grupo alavancou prêmio da Associação Paulista dos Críticos de Arte na categoria “Melhor Programa de Humor para TV”. Depois, passaram a ser atração no canal Fox de TV por assinatura. No portal do coletivo, está o registro de que o *Porta dos Fundos* “vive em função de permanecer aberto e mostrando o que a sala de estar do entretenimento não permite”⁵⁸.

Entre os materiais produzidos, está a esquete *Atendendo a pedidos*⁵⁹. Gregório Duvivier travestido de Deus, lembrando Jesus Cristo, vem atender pedidos de uma mulher,

⁵⁷ VANZOLINI, Paulo. “Ronda”. Intérprete: Márcia. In: VANZOLINI, Paulo. Acerto de Contas. Rio de Janeiro: Biscoito Fino, 2003. 1 CD. Disco 2, faixa 1.

⁵⁸ “Sobre a Porta”. In *Porta dos Fundos*, <http://www.portadosfundos.com.br/sobre/>, acesso em 14/09/2014.

⁵⁹ “Atendendo a pedidos”. In *Porta dos Fundos*, <http://youtu.be/NTFk1Oy6x0Q>, acesso em 14/09/2014.

Fátima, interpretada por Júlia Rabello, para que ela consiga um homem de nome Valter, que está casado com outra, chamada Mirela. Mas o Deus é afobado, faz uso de palavrões e não possui tempo para dar atenção à devota. As súplicas dela são criticadas pelo divino como sendo de ordem privada e sem sentido, quando há outros assuntos de interesse e com prioridade: a morte de pessoas por ebola e AIDS na África e de palestinos no Oriente Médio. O Deus não é o mesmo que acolhe a todos, quando Fátima não é atendida. Mas o efeito provocado põe em questão os próprios pedidos da mulher – “desfazer o casamento da outra em benefício próprio”. Será que as pessoas estão desatando os laços com o comum quando pouco se importam com os outros?

Uma menção é feita ao engarrafamento na Avenida Brasil, em mais um exemplo de chamada para tomada de consciência. Deus adverte para que não depositem desejos de melhora sobre ele, quando as reivindicações devem ser direcionadas à Prefeitura. As insatisfações são trazidas para o âmbito das instituições sociais no lugar do transcendental. O movimento lembra a introdução da crítica alemã de Karl Marx à *Filosofia do Direito* de Hegel, quando comenta que a “religião não faz o homem, mas, ao contrário, o homem faz a religião [...] O homem é o mundo dos homens, o Estado, a sociedade”⁶⁰. Portanto, a Igreja é lembrada e questionada, por um movimento irônico, através do roubo de linguagem dos costumes religiosos e sátira dos fiéis.

O palhaço e ator Hugo Possolo, fundador do grupo teatral Parlapatões, comenta que o humor destrói o ícone para deixar em aberto a possibilidade de reconstrução e a sociedade reavaliar suas condições. Há um incômodo, uma provocação e desconforto por meio do apontamento de uma seta para novos limites e possibilidades: “O [Federico] Fellini tem uma imagem sobre o palhaço que é muito interessante: que ele é disforme porque pega a luz – a única luz que não pode pegar nele é a luz a pino, a do meio-dia, porque a sombra dele sumiria. Nesse caso ele deixaria de ser tão disforme.”⁶¹

As reapropriações de figuras cristãs, de temas como a Santa Ceia, correndo junto e por fora da Igreja; as regras das profissões esvaziadas na linguagem teatral; a música narrando a ordem estilhaçada do cenário paulista; advertimos que os exemplos citados como atos de

⁶⁰ “Introdução à crítica da filosofia do direito de Hegel”. In **Marxists Internet Archive**, <http://www.marxists.org/portugues/marx/1844/criticafilosofiadireito/introducao.htm>, acesso em 15/09/2014.

⁶¹ Depoimento de Hugo Possolo. In COSTA, Maria Cristina Castilho (Org.) **A Censura em debate**. São Paulo: ECA/USP, 2014.

paródia podem conter indícios da alegria mencionada por Sodré (2006) - uma performance implicando ponto de vista dos fatos que os transcenda, funcionando no limite. Uma atitude positiva a um grau crítico pode requerer minimização das necessidades, memórias, demandas, hierarquias e medo. Mas resta saber se tal desgarramento causa um desvio tamanho, a ponto de afetar a tendência de uma indústria do espetáculo que toma o lugar das festas e do hilário.

O coletivo *Porta dos Fundos* trabalha com o riso, mas também ganha com recursos de publicidade, sendo conteúdo vendável. Assim como também o é o disco de Caetano com a canção “Sampa” e o trecho de poema de Oswald de Andrade que está inserido em livro posto para comercialização. Os exemplos relatados acompanham um extravasamento pelo humor, mas junto à inserção numa lógica mercantil. Em seguida, voltamos o nosso estudo para as particularidades da inversão paródica do jornalismo a partir de um dos maiores exemplos na história brasileira – O Barão de Itararé com o semanário *A Manhã*, fundado em 1926.

2.2 A radicalidade da paródia do jornalismo - Apporelly, O Barão de Itararé

Um jornalista vindo do Rio Grande do Sul desembarcou na Praça Mauá no início do ano de 1925, vindo de navio com 150 mil-réis e uma carta de apresentação. O dinheiro serviu para alugar um quarto na rua Joaquim Silva, na Lapa. Procurou emprego na revista infantil *O Tico-Tico*, pioneira em quadrinhos no Brasil. Pediram para voltar outro dia. Estava difícil de arrumar emprego, enquanto as economias vinham minguando. Dias depois, ele estava sentado na mesa do Bar Nacional, no Hotel Avenida, na Avenida Rio Branco, rabiscando um texto enquanto comia. O assunto era sobre Mello Vianna, governador de Minas Gerais que tentava articular candidatura à presidência. Viu uma placa anunciando a redação do jornal *O Globo* e foi visitá-la. O jornal tinha acabado de ser fundado.

O jornalista gaúcho viu um salão com três espaços separados com divisória de madeira. O maior seria o do diretor e decidiu avançar. Ao ser barrado por um contínuo que perguntava aonde ia, respondeu: “Vou falar com aquele homem”, apontando para Irineu Marinho, fundador do jornal que conhecia por fotografia. Perguntaram pela sua graça e rebateu: “Não tenho graça nenhuma”. Insistiram em perguntá-lo como se chamava e retrucou: “Às vezes me chamam assim, psiu, psiu”. Já próximo de Irineu, foi direto: “Vim do Sul, estou doente e quero trabalhar”. De início, Irineu Marinho foi resistente: “Tenho 150 lugares nesta

casa, todos ocupados. Quando aparece uma vaga, 150 pessoas candidatam-se a ela. Veja o que quer fazer, inscreva-se e será chamado”.

Mas depois a conversa cedeu um pouco e o jornalista do Sul foi indagado sobre o que queria fazer ali:

- Qualquer trabalho serve. De varredor a diretor de jornal, até porque não vejo muita diferença.

Depois da resposta e vendo o papel que havia sido rabiscado no restaurante dentro do bolso do paletó do gaúcho, Irineu aceitou a volta dele ao local:

- O senhor disse que está doente. Pode voltar amanhã, às sete horas? Venha às sete, porque não sou desses diretores de jornal que ficam fumando charuto. Sou cozinheiro de jornal.

A crônica do restaurante trazia a assinatura “Apporelly” e foi publicada em seguida no *O Globo*. O gaúcho foi empregado, depois de afirmar que de varredor para diretor de jornal não tem diferença alguma. O nome completo dele é Apparício Torelly, que nos serve a esta dissertação como símbolo do humor no jornalismo do século XX, a ponto de ironizar a própria imprensa pela paródia. Os dados de sua biografia foram colhidos na obra *Entre sem bater – A vida de Apparício Torelly, O Barão de Itararé*, de Cláudio Figueiredo (2012). Nosso intuito não é percorrer toda a vida do jornalista, mas estimular a reflexão entre imprensa e história – a identidade de Torelly na questão do poder simbólico que os jornalistas possuem na sociedade (BARBOSA, 2005) e como a ironia pode servir de questionamento como estratégia da paródia do jornalismo.

Apparício Torelly tinha o dom de ironizar tudo, vendo o lado reverso daquilo que está à mostra. O mundo era virado do avesso pelo humor, inclusive seu próprio nascimento. No título de eleitor consta Rio Grande do Sul como naturalidade, mas ao ser matriculado no ginásio aos 11 anos, seu tio o inscreveu como natural do Uruguai. Durante entrevistas, Torelly conta que nasceu em território uruguaio com a ajuda de uma parteira e cartomante que fez profecias a seu respeito. Ele afirmava ser uma Liga das Nações. Da parte de pai, o bisavô era filho de italiano com portuguesa. Da parte de mãe, ela foi resultado de norte-americano com uma descendente de índio.

O gosto de se expressar através de jornais estava já no ginásio num Colégio de Jesuítas na cidade de São Leopoldo, Rio Grande do Sul. A publicação *O Capim Seco*, escrita a mão, trazia na capa o poema *O Caroço* e foi apreendida pelos padres. No poema, Apparício

descrevia a ira de um dos jesuítas germânicos por causa de um caroço de ameixa atirado do dormitório para o lavatório. Era proibido comer por ali. O padre, preocupado com a ordem e estigmatizado no texto, tinha o apelido de “Jararaca”. Na capa do jornal, uma cobra estava vestida de batina. O feito resultou na primeira ameaça de retenção depois da aula, mas também mostrou sua verve em pôr em questão as moralidades de autoridades constituídas.

As aulas eram alvo de deboche na Escola de Medicina e Farmácia em Porto Alegre. Certa vez, Torelly foi indagado sobre “quantos rins nós temos”? A resposta foi quatro – os do professor e os dele. O humorista justificou ainda a demora no tempo para responder porque estava pensando. Não sabia se o professor era um indivíduo normal e se estava se referindo aos rins de toda turma na coletividade. Toda encrenca causada pela expressão “nós” embutida na pergunta. Ele largou a faculdade antes da conclusão.

A assinatura “Apporelly” foi traçada pela primeira vez quando passou a publicar poemas na *Revista Kodak* em 1914. O Rio Grande do Sul contava com publicações de diversas matrizes, incluindo as que eram a favor e contra o governo. O estado era governado por Borges de Medeiros, indicado por Júlio de Castilhos em 1898, possuindo o apoio do jornal *A Federação*, assim como *O Diário Popular* no interior. Em março de 1918, Apparício vai para o jornal oposicionista *O Maneca* (de ataques a Borges de Medeiros), de onde viria a sair para fundar o seu próprio jornal *O Chico* em abril. Nas áreas mais distantes da capital Porto Alegre, ele viria a colaborar ou dirigir outras publicações de embates contra o governo republicano - *Correio do Sul* (Bagé); *O Rebate* (Pelotas); *A Tradição* (Bagé); *Diário do Comércio* (Bagé); *A Notícia* (São Gabriel); *A Reação* (São Gabriel).

Um dos momentos marcantes no Sul foi o movimento que liderou aos 23 anos contra a censura imposta pelo governo de Borges de Medeiros – conhecido como “Passeata da Rolha”. A polícia tinha divulgado pelos jornais que estava proibido ajuntamentos de mais de três pessoas. Era uma época em que informações sobre a gripe espanhola estavam proibidas. O humorista juntou um grande número de estudantes para formarem uma fila de jovens dispostos dois a dois em respeito à ordem policial. Apporelly ia na frente numa carroça puxada por um burro. O desfile era silencioso com rolhas nas bocas dos estudantes. O discurso era feito por gestos. Em determinado momento, os policiais partiram para cima. Com uma espada apontada sobre ele, Apporelly espetou nela uma rolha. Perguntado depois quem era “o cabeça” do movimento, o humorista rebateu: “Era uma manifestação sem pé, nem cabeça”.

Essas passagens pela juventude servem para mostrar como as diversas ordens eram alvos de questionamento pela ironia. Depois da vinda para o Rio de Janeiro, essa característica veio a se reforçar. Depois de trabalhar em publicações como *O Globo* e *A Manhã*, de Mário Rodrigues, Apparício Torelly fundou seu próprio jornal *A Manhã*. O semanário veio em 13 de maio de 1926 e circulou até 1959 com interrupções. Apparício esteve preso durante um ano no navio Pedro I e na Casa de Detenção, junto a outros intelectuais como Graciliano Ramos, de dezembro de 1935 a 36, no governo Getúlio Vargas. Havia repressão de comunistas aos quais estava ligado. A circulação do jornal ficou difícil na vigência da ditadura do Estado Novo, a partir de novembro de 1937 junto à censura do DIP – Departamento de Imprensa e Propaganda. *A Manhã* só iria voltar no ano de 1945, que marcou também a deposição de Vargas.

Ressaltamos momentos em que o humor de *A Manhã* circulou como suplemento de diários da época. Apporelly trabalhou no *Diário de Notícias* de Orlando Dantas, com a coluna “A manhã tem mais...” em 30/01/1938, mesmo nome do espaço que mantinha no jornal *A Manhã* nos anos 20. As piadas eram mais amenas devido à censura. Antes, houve uma colaboração com o *Diários Associados*, de Assis Chateaubriand. Depois de um negócio mal sucedido em vacina contra febre aftosa que interrompeu a confecção do semanário, *A Manhã* veio como caderno do *Diário da Noite*, que fazia campanha por Getúlio Vargas contra Júlio Prestes nas eleições de março de 1930. A negociação não foi fácil, apesar de ter sido selado o acordo que durou cinco meses.

Quando foi chamado por Chatô, Apporelly deu uma resposta com tons de ironia sobre o jornalismo da época. Ele rejeitou inicialmente a proposta de trabalho, dizendo que faltava com a verdade em *A Manhã*, mas era verdadeiro em admitir isso, ao contrário do restante da imprensa. Alegava que o segredo do semanário era ter uma unidade mental. Para o biógrafo Cláudio Figueiredo, “a explicação é um tanto obscura, insinuando que a imprensa convencional faltava com a verdade” (FIGUEIREDO, 2012, p. 146).

Havia relações na época que os representantes da imprensa mantinham e que não estavam necessariamente à mostra para o grande público. Envolviam fluxo de doações, empréstimos oficiais, compra de publicidade e pagamento de propina. Um relatório confidencial encomendado pelo Presidente da República Washington Luís à Quarta Delegacia Auxiliar, encarregada da ordem política e social, apontava contabilidade nebulosa em diários da capital federal. *A Noite* e *A Vanguarda* contavam com o dinheiro de empresas estrangeiras,

como a *Light*. *O Paiz* recebia empréstimo do Banco do Brasil para assegurar fidelidade ao governo. Os estados também contribuíam com recursos para *A Manhã*.

O semanário *A Manhã* surgiu nesse contexto. O nome era um trocadilho com a publicação *A Manhã*, de Mário Rodrigues. No cabeçalho, o trecho “Diretor-proprietário: Mário Rodrigues” virou “Diretor-proprietário: Apporelly”. O humorista usava nos textos o tratamento “Nosso querido diretor”, para se referir a ele mesmo. O recurso era uma forma de ironia com que os redatores de *A Manhã* se referiam a Mário. O lema da publicação era “Quem não chora não mama”. Um bebê chorão podia ser visto na letra “A” de *Manha*; um jacaré repousando sobre a “M”, ao lado de uma pena de duas pontas atravessando o olho de uma máscara. O desenho do cabeçalho era de Max Yantok, pioneiro nos quadrinhos no Brasil.



Reprodução *A Manhã* (1926) a partir de Figueiredo (2012)

Apporelly apresentava *A Manhã* como “Órgão de ataques...de riso”, a mesma frase que empregava quando fundou o jornal *O Chico* em Porto Alegre. No expediente, lia-se “Não tem. Jornal sério não vive de expediente”. Quando ainda predominavam os desenhos, *A Manhã* inovou com a manipulação nas fotografias de personalidades. Retocadas com guache ou com nanquim, as fotos do Presidente Washington Luís eram transformadas numa careta, num bebê chorão ou macaco. Um dos principais ilustradores foi o paraguaio Andrés Guevara, grande colaborador que passou ainda por publicações como *O Paiz*, *O Globo*, *Crítica*, *A Manhã* - seria o responsável também pelas inovações do *Última Hora*. Num contexto de vinda de imigrantes italianos, alemães e japoneses, foram lançados suplementos com uma mistura de linguagens – “Supprimenti d’Intalia”, “Suprimento di Portugali”, “Zubblement to Alle...Manha”, além do “Suplemento Jeca” na língua caipira.

Apporelly tinha o dom de revolver os assuntos, as personalidades e autoridades para revelar aspectos através do humor irônico. Enquanto estava detido na Casa de Detenção, parodiou o Tribunal de Segurança Nacional por uma encenação teatral. Bancos do refeitório foram arrastados, cordas esticadas, mantas e lençóis pendurados para virar um palco improvisado. Presos encarnavam o papel de promotor e advogado. Apporelly presidia a sessão do tribunal, enrolado num paletó preto (toga), com um rolo de algodão em volta do pescoço (o arminho). Ele coçava a barba e bocejava, como se aquilo fosse um tédio. O réu era um detento franzino com as mãos amarradas às costas e um lenço tapando a boca. O humorista fazia rosnados e resmungos e gritava “Defenda-se!”. Até os guardas riam.

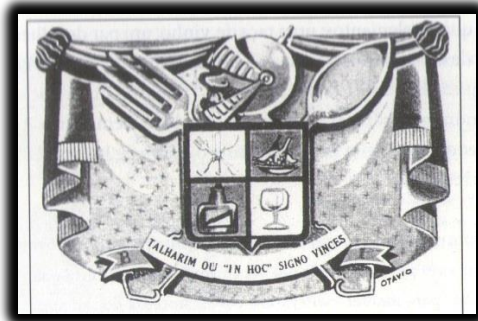
Pelas páginas de *A Manhã*, foi retratada a disputa por pastas no Governo Vargas, similar à corrida por ministérios de hoje em dia. Foi publicada brincadeira com um creme dental da época, mas com uma crítica embutida: “O nosso querido diretor não quer pasta alguma [...] Só quer pasta Odol”. Ao redor gravitavam os nomes Viação, Justiça, Interior, Fazenda. Ainda que tenha aderido ao Partido Comunista, tornando-se vereador na década de 40, a filiação de Luiz Carlos Prestes pelo manifesto ao comunismo também foi ironizada. Questionava por que o general pleitear oito horas de trabalho nas fábricas, quando se poderia abolir logo o trabalho todo. Os integralistas eram chamados de “intrigalistas” e os fascistas (em época de ascensão de Mussolini e Hitler) de “farsistas”. Sobre a Igreja, dizia que o Papa era feito da mesma “papa” que nós, ainda que aceitasse a infalibilidade em matéria de fé.

Apporelly propôs ainda um novo sistema de eleições para as cadeiras que vagavam na Academia Brasileira de Letras, para relaxar a ânsia por lugares. Era o método ônibus. A ABL admitiria quarenta imortais sentados e outros vinte em pé. Dizia que era difícil acreditar como figurões que via pela rua com as farpelas surradas fossem os que usavam fardão bordado a ouro. E que a consagração viria quando os imortais fardados andassem de graça de pé nos estribos dos bondes. Em um artigo “A Light e os perturbadores da ordem” comentava sobre a greve de funcionários da companhia, mas destilando veneno contra a empresa. Era dito que o polvo canadense que abraça o povo brasileiro com tentáculos de alta sucção era alvo de sindicalistas tidos como agitadores. Eles eram considerados perigosos estrangeiros afetando acionistas estrangeiros considerados nacionais.

O ápice foi quando Apporelly fez uma caricatura de si, proclamando-se Barão de Itararé. Um decreto fictício foi inventado como se tivesse sido expedido por Getúlio Vargas contendo o informe da condecoração. O pomposo nome de Barão vinha num contexto em que

as autoridades se referiam umas às outras com elegâncias, a ponto do Ministro da Fazenda Rui Barbosa ser tratado em carta como “eminente cidadão-general-doutor”. Itararé era uma região do sudoeste de São Paulo quase na fronteira com o Paraná aonde era esperada uma batalha sangrenta durante a Revolução de 30 que resultou na ascensão de Vargas ao poder e derrubada da República Velha. Apesar de ser propalado pela imprensa, o conflito belicoso não aconteceu. Torelly passou a ser mais conhecido pelo apelido de Barão na sociedade, misturando-se com a sua criatura.

O brasão do Barão foi desenhado por Andrés Guevara: Na parte superior, trazia um capacete, de viseira erguida, dos Dragões da Independência, descansando sobre uma máscara contra gases asfixiantes e mau hálito. O machado pingava sangue sobre uma tigela. A pena de um pavão estava cruzada sobre o machado, numa alusão aos brios conquistados através da escrita. O escudo da Casa de Itararé era dividido em quatro campos: uma taça com vinho, um par de talheres cruzados, uma garrafa de bebida e um frango assado. Inversões paródicas ocorriam no reino do Barão. Empregados eram promovidos. O encarregado da portaria era o Sr. Comendador Chefe de Protocolo e o varredor, o Sr. Conde Mordomo. Profissionais da administração e redação recebiam os títulos de marquês e de barão.



Reprodução *A Manhã* (1931) a partir de Saliba (2002)

O período de *A Manhã* rendeu recursos a Apporelly com o sucesso do jornal. Certa vez, ele escreveu um artigo “Rebatendo torpes calúnias”. O texto ironizava seus próprios bens, mas para mirar na família do empresário Eduardo Guinle, que chegou ao Rio em 1871 e se tornou símbolo do capital. Os Guinle tiveram o nome associado ao Hotel Copacabana Palace. Também se envolveram na construção da Companhia Siderúrgica nacional (CSN), fundaram o Banco Boa Vista, participaram na descoberta de petróleo no país e na gestão do

Porto de Santos. Apporelly dizia que para pagar seus bens, havia combinado de pegar um dinheiro com a família, mas sem sucesso. Era assinalado que o edifício do cinema Império tinha sido comprado por apenas dez mil contos de réis. Mas a carteira foi esquecida em casa. Um cheque sem fundos foi então emitido contra o Banco do Alto da Boa Vista Ltda, contando com a amizade dos Guinle, que não entregaram o dinheiro de ajuda.

Torelly era dono do jornal, além de editor, redator e repórter. De todas as ironias destiladas, reservamo-nos a nos concentrar agora naquela feita à própria imprensa, tida como bajuladora e sujeita a negociatas. Para o biógrafo Cláudio Figueiredo, esses “eram vícios que prosperavam nos seus bastidores quando Apporelly virou a imprensa pelo avesso nas páginas de *A Manhã*”. (FIGUEIREDO, 2012, p. 15).

Certa vez, o semanário estampou a foto de um homem amordaçado e amarrado próximo a um sujeito encapuzado com um punhal e uma carteira cheia de notas. A imagem era acompanhada pela manchete: “Miserável tentativa de suborno - O nosso querido diretor é intimado a aceitar importante quantia, sob ameaça do punhal, mas repele com energia a proposta indecorosa!”. Segundo o texto, o mascarado pretendia obrigar “o nosso querido diretor” a aceitar o dinheiro. “Embora amordaçado, com seu olhar inteligente, vibrante de indignação”, descrevia *A Manhã*, “nosso chefe soube traduzir com rara eloquência sua formal repulsa, repelindo com máxima energia mais essa tentativa de suborno”. No relato do jornal, o encapuzado frustrado “retirou-se do nosso gabinete, tendo antes posado gentilmente para a nossa objetiva”. (p. 15)

Houve outra situação na década de 40 em que fez referências sobre a postura da imprensa, mas na condição de vereador. Na época, um jornalista soviético havia feito declarações sobre a situação política nacional e que foram tratadas como um insulto ao povo brasileiro. Torelly leu no plenário da Câmara do Rio uma notícia publicada pelo *O Globo*, transcrita do *Journal of the American Medical Association*. No texto, um jornalista americano denunciava o estado de saúde pública no Brasil e o aumento da incidência de doenças como a tuberculose. Depois de ler o artigo, indagou: “uma apreciação dum jornalista soviético, diz este jornal que é um insulto gravíssimo [...] comentários de um especialista americano, classificam-se [...] como uma elevada crítica dos Estados Unidos à medicina brasileira e não se vê mais nenhum insulto” (p. 382)

Apparício Torelly colaborava com os comunistas a exemplo do cargo assumido na direção do *Jornal do Povo* na década de 30 e também pelas contribuições na *Folha do Povo* por convite de Luiz Carlos Prestes nos anos 40. Mas, como relatamos, o próprio Prestes já foi alvo de suas ironias e a força de seu pensamento atravessava tendências partidárias. O tom nos textos possibilitava a crítica aos diversos setores da sociedade mostrando o lado oculto das coisas sujeitas à suspeição. Por isso suas atuações eram provocadoras. Perguntado sobre erros e crimes de Stálin praticados pela União Soviética, um depoimento gravado por sua amiga, a escritora Antonieta Dias de Moraes, é ilustrativo na referência que Torelly faz à vida. O erro é encarado como inerente a todos em meio a pontos de vista diversos.

Posso imaginar tudo o que está havendo ou não havendo, as coisas erradas sob o nosso ponto de vista, mas que estão certas para eles. Ninguém faz as coisas certas. Os espanhóis dizem: é aos tombos que se fazem os homens. É errando que se aprende. A experiência da Rússia. A maneira como está se desenvolvendo a revolução na China. O homem que não erra é o que não fez nada. O erro é uma experiência. E toda experiência traz um novo conhecimento. FIGUEIREDO, 2012, p. 403

Ninguém faz as coisas certas. O erro é inerente e varia segundo os pontos de vista que podem ser imaginados. O erro é ainda experiência e traz conhecimento. As palavras são semelhantes às empregadas por Nelito Fernandes, idealizador do *Sensacionalista*, que inspirou outros sites de paródia do jornalismo no Brasil: “a imprensa erra pra cacete, mas que instituição não erra? O humor erra também, às vezes perde o tom [...] e vai assim, vai todo mundo errando, aprendendo [...] e fazendo até acertar [...]”⁶². A crença na compreensão é assegurada pelo mal-entendido partilhado, independente de toda intenção. O convencimento não se funda por uma certeza, que se coloca como pressuposta. A convicção é virtualmente falaciosa, verificando-se a ironia nas reviravoltas dos efeitos de sentido. (JEUDY, 2001).

No caso, Apparício Torelly punha em questão sua própria identidade. Ele discutia consigo mesmo ao comprar bilhete de loteria ou tomar o bonde errado. Certa vez, olhou para si no espelho de terno quadriculado e sapatos de jacaré, gritando: “Cretino!”. E retrucou: “Cretino é você, malcriado!”. Começou a se agredir, rasgou a roupa e jogou os sapatos contra o espelho que ficou quebrado (FIGUEIREDO, 2012, p. 307).

⁶² FERNANDES, Nelito. Entrevista ao autor, em 17/04/2015. Ver anexos.

Lembramos de Apparício como quem pôs a imprensa diante do espelho. Os elementos parodiados de *A Manhã* pelas páginas de *A Manha* trouxeram uma imagem possível do jornalismo, que permitiu tecer ainda críticas sociais envolvendo personalidades e autoridades. Salientamos que os recursos usados naquela época podem servir de imagem espelhada dos empregados hoje em dia pelos sites de paródia do jornalismo na internet – só que pela ótica do contexto atual.

Frisamos ainda que pela obra em vida de Apporelly, as ironias chegaram a pôr em questão a própria imprensa com críticas aos seus financiamentos e comprometimentos. O mesmo parece ter sido feito recentemente pelo blog censurado *Falha de S. Paulo* em relação ao jornal *Folha de S. Paulo*. Cada caso precisa ser analisado em sua singularidade. No próximo capítulo, dedicaremos as considerações a outros dois sites – *Meiu Norte* e *G17*.

3 Estudo de caso: *Falha de São Paulo, Meu Norte e G17*

“No século XXI e em uma democracia, promover a censura não faz o menor sentido”

(Lino Bocchini, idealizador do *Falha de S. Paulo*)

Neste capítulo, faremos a análise de três estudos de caso de paródias do jornalismo. O *corpus* foi constituído por uma abordagem representativa (LOPES, 2003) que procurou perceber determinados pontos: 1) A intensidade do aparecimento da paródia, uma vez que o grau do humor chegou ao ponto de realizar um trocadilho com os nomes de portais de jornalismo, além de envolver elementos semelhantes como organização estrutural do texto e design. 2) A heterogeneidade do efeito produzido pela paródia, já que um dos casos - *Falha de S. Paulo* - foi censurado; outro - *Meu Norte* - cessou as atividades; e um terceiro - *G17* - ainda persistia até então. 3) A relevância do fenômeno no contexto de um tipo de humor sobre a imprensa, que é formadora de opinião, pelo crescimento na quantidade de sites de paródia e pela repercussão a exemplo da censura sofrida pelo *Falha*, chamando atenção no âmbito nacional e internacional.

Analisaremos aspectos ligados ao conteúdo (temas, assuntos), estilo (tipo de linguagem, formatação) e composição (organização do texto). No segundo eixo de análise, verificamos modos de endereçamento, sendo todo enunciado estruturado e constituído por sua orientação externa; neste caso, o ambiente da rede. (BAKHTIN, 2011; RIBEIRO, SACRAMENTO & ROXO, 2014). O texto dos sites aparece por zonas contendo links, que ligam blocos de textos a outros blocos (hipertextos), respondendo aos comandos do internauta.

O convite à leitura vem por elementos paratextuais, como os títulos das matérias, logotipos e editoriais. (GENETTE, 1997; PALÁCIOS & MIELNICZUK, 2002). Em paralelo, observamos o contexto na rede pelo qual os sites estão em atividade. O *sociograma* foi o tipo de representação escolhida, pelo método da Análise de Redes Sociais (FRAGOSO, RECUERO & AMARAL, 2013) em complemento ao diagrama das mediações de Jesús Martín-Barbero (2003).

Entrevistas semiabertas foram tentadas por email com os responsáveis pelos blogs e sites estudados nesta dissertação, a partir de questões-chave, para buscar o olhar deles sobre

suas produções e o contexto geral da paródia sobre o jornalismo. Chamamos a atenção para a diversidade de respostas havendo desde a preferência por não se manifestar até o atendimento pleno às questões.

Conjugaremos, ao final do estudo de cada caso, a análise da paródia do jornalismo com a avaliação de seu potencial crítico. A radicalidade do processo estaria no questionamento da própria prática jornalística – similar ao que Jeudy (2001) chama por desarme irônico com uma ferida na memória profissional antes legitimada. Ou então próximo ao que Sodré (2006) denomina por alegria, através da minimização da memória profissional por uma performance que a transcenda.

3.1 Sociograma

Ressaltamos que a internet é considerada como uma rede de hardware e software, com os primeiros nós estabelecidos nos Estados Unidos no final dos anos 60. Já a *world wide web*, criada mais tarde, corresponde a uma parcela das informações da internet com acesso através de navegadores a exemplo do Firefox, Internet Explorer, Chrome. Focar um grupo como rede diz respeito a sua estrutura. Para esta dissertação, investigamos as possibilidades de produção social de um discurso dos sites e blogs de paródia da imprensa no Brasil com lugar na rede.

Propomos o *sociograma* como modo de representação do ambiente dos sites de paródia do jornalismo - as linhas são conexões, laços e interações; os pontos são atores, com referência a sites ou blogs (FRAGOSO, RECUERO & AMARAL, 2013, p. 115-138).

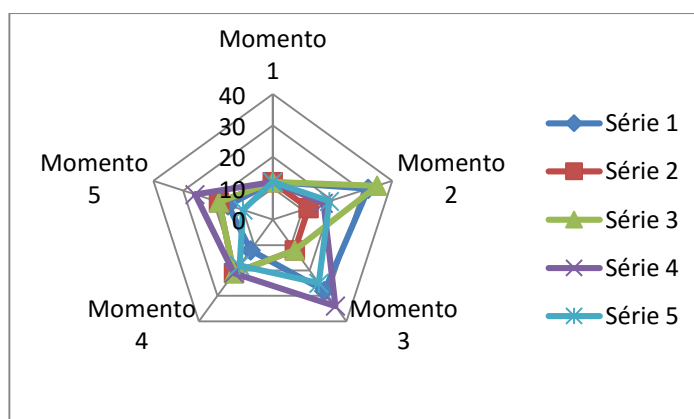


Figura 1 - Espelho de um *sociograma*

A **figura 1** é o espelho de um *sociograma*, pelo qual é possível observar pontos e linhas. Cada site corresponde a uma série de pontos, relacionada à sua vigência. Em determinados momentos este site, em suas características, pode se aproximar ou se distanciar de outro site, ao qual corresponde outra série. Esse movimento só é possível mediante o dinamismo na tomada de contato através da rede. A série de um site pode ser resumida em um ponto através do qual são verificadas suas relações com outros sites. As relações são codificadas em linhas assumindo aproximações e distanciamentos a um centro de referência com características comuns aos sites estudados, conforme a **figura 2**.

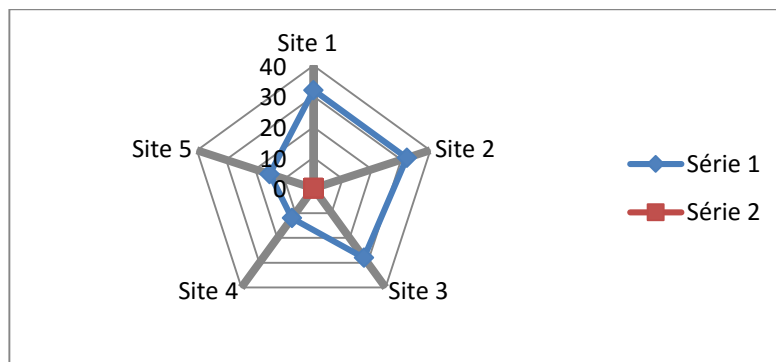


Figura 2 – Espelho resumido do *sociograma*

Esse tipo de representação nos parece mais adequada para complementar os estudos latino-americanos de comunicação no escopo da internet. Propomos que os sites de paródia do jornalismo causam um efeito no mapa das mediações sobre as relações constitutivas entre comunicação, cultura e política, proposto por Barbero (2003):



Diagrama das mediações de Barbero (2003)

O diagrama das mediações se move sobre dois eixos: um diacrônico e horizontal entre **Matrizes Culturais** e **Formatos Industriais**; e um vertical e sincrônico entre **Lógicas de Produção** e **Competências de Recepção ou Consumo**. As relações entre as **Matrizes Culturais** e os **Formatos Industriais** se referem a como discursos da sociedade foram sendo absorvidos por outras formas de hegemônicas de comunicação. O melodrama, por exemplo, guarda raízes com os movimentos populares no começo da Revolução Industrial apropriados pelo teatro, depois pelos folhetins e ainda pelas novelas no rádio e televisão. Assuntos do popular vão se hibridizar com outros imaginários que permeiam a produção nos meios de comunicação para uma forma de narrativa.

A relação das **Matrizes Culturais** com as **Competências de Recepção** e com as **Lógicas de Produção** é mediada por duas esferas. A **socialidade** é a trama das relações do dia-a-dia que permeiam os homens, suas negociações e embates, em seus diversos usos da comunicação. Já a **institucionalidade** vem na esteira de interesses específicos que buscam a regulação dos discursos na forma da lei, por exemplo. Os direitos e deveres do cidadão são dignos de uma questão de cidadania, a partir do comportamento conforme o que rege a Constituição.

As **Lógicas de Produção** mobilizam aspectos sobre uma estrutura empresarial em recursos, ideologias e rotinas de produção; o público é interpelado com o uso de uma tecnicidade, que é uma destreza discursiva perpassando computador, televisão, celular e outras mídias. A pergunta que se faz pela esfera da **tecnicidade** não é o aparato, mas a busca do estatuto social da técnica para construção de sentido. O modo de vida de uma sociedade guarda a memória de gramáticas da ação - como as pessoas se comportam, olham umas para as outras e organizam seu tempo. A esfera das **ritualidades** grava as memórias e hábitos da população, relacionando-se às **Competências de Recepção** (o ato de estar em silêncio, a sala escura voltada para a tela no cinema) e aos **Formatos Industriais** (um programa transmitido na hora que uma pessoa acorda difere no cenário de um ao fim de noite).

Os sites de paródia do jornalismo são séries com lógicas de produção com vínculos junto à discursividade jornalística, mas comportando também distanciamentos. O humor reclama outro estatuto para a técnica usada na criação de narrativas na rede. Em tese, o público que consome o conteúdo ativa competências específicas que diferem das de quem vai ler notícias acreditadas como verídicas - ainda que o internauta trafegue por tipos de formatação e recursos parecidos ao clicar nos links. A narrativa que acompanha o

aparecimento e o fim das atividades dos sites de paródia nos leva à análise de caso a caso. O humor parece uma espécie de reapropriação das brincadeiras e jogos de linguagem públicos, incluindo a paródia que já foi praticada por folhetins impressos do início do século XX.

3.2 Paratexto

A internet possibilitou um ambiente composto por novos territórios de informação, em que a localização se tornou fundamental. Lemos (2014) comenta que informação vem a ser o que “dá forma” a algo e que só faz sentido se for localizada e localizável, por e para quem produz, distribui e consome o conteúdo - um post no *twitter* ou no *facebook*, além de uma foto no *instagram* são exemplos. Apontamos que o jornalismo acompanha este processo com a produção de informação, sendo as mídias locativas ampliando os instrumentos para o exercício da profissão.

A paródia sobre o jornalismo também envolve conteúdo produzido com rastro e referência na rede. É possível reparar inclusive que as redes sociais fazem parte do universo de atuação dos portais do gênero, havendo janelas em suas páginas para os comentários via *twitter* e *facebook*. Os meios de conectividade e as mídias locativas se expandem acompanhando aparelhos como os smartphones, que tornam o acesso à internet móvel e imediato para a localização da informação.

A paródia do jornalismo, como vimos, apresenta graus de vínculos com a discursividade jornalística com níveis de inversões. Os textos não são de mesma natureza, o que impossibilita que apliquemos diretamente categorias de análise de um em outro, a exemplo de estruturas como o *lead* jornalístico. Mas não deixa de ser possível a comparação do jornalismo e a paródia, em suas aproximações e distanciamentos, o que nos pede um recurso metodológico. Diante disso, acenamos para o elemento paratextual como de utilidade neste estudo, a partir das considerações de Genette (1997).

O paratexto se refere a elementos que rodeiam e esticam o texto, no sentido de apresentá-lo assegurando sua presença no mundo, sua recepção e consumo com uma força pragmática⁶³. Citamos como exemplos o nome do autor, o título, o prefácio, estilo tipográfico

⁶³ “[...] they surround it and extend it, precisely in order to present it, in the usual sense of this verb but also in the strongest sense: to make present, to ensure the text's presence in the world, its "reception" and consumption in the form (nowadays, at least) of a book. These accompanying productions, which vary in extent and appearance, constitute what I have called elsewhere the work's paratext” (GENETTE, 1997, p. 1).

e ilustrações em um livro. Em francês, o título *Seuils* (GENETTE, 1987), para a obra original contendo pesquisa sobre o tema, possui tradução para o inglês como *threshold*. Em português, o sentido vem a ser do que está na divisa para a manifestação de algo. Há correlações ainda do paratexto com o termo inglês *vestibule*, com referência a um hall de entrada, o primeiro corredor de uma casa ou prédio, que também dá para o lado de fora. De fato, o prefixo “para” é ambíguo, em proximidade e distância com o que diz respeito, na fronteira, permitindo a passagem e contato com o que cerca.

O paratexto é zona privilegiada de estratégia e influência sobre o público. Os estudos de Gérard Genette são extensos com um inventário sobre os elementos do livro. Há peritextos que são elementos dentro da obra, como o título, o prefácio, capítulos e notas; já os epitextos correm por fora sem deixarem de estar relacionados ao texto, como uma entrevista do autor. Há paratextos antecedentes à obra (prospectos, anúncios, pré-publicações), originais publicados junto ao lançamento do livro (prefácio) e sucessores (agradecimentos em uma edição tardia). Existem ainda elementos paratextuais conforme o tipo de manifestação: iconografia (ilustrações); materialidade (escolha tipográfica); factualidade (índices sobre idade e sexo do autor, premiações, contexto autoral, de gênero literário, posição na história).

Há uma força elocutória envolvida na decisão de nomear algo de uma forma com um comprometimento. Genette argumenta que indicações dos gêneros autobiografia, história e memória têm um revestimento contratual mais forte (em se comprometer a contar a verdade) do que uma novela ou ensaio. O aspecto funcional do paratexto é de ser um discurso heterônimo, auxiliar e dedicado a servir ao texto marcando sua singularidade. (GENETTE, 1997, 1-15)⁶⁴. Uma vez que a paródia do jornalismo acompanha um texto base enquanto desloca seu sentido; que o texto base para efeito desta dissertação é o jornalístico; e que a localização é o princípio norteador dos novos processos comunicacionais na rede; verificamos que a paródia atua na internet imitando formatos de diversos elementos que chamam atenção para informação a ser localizada - cor, elemento tipográfico e link de endereço dos sites.

O título de um livro como elemento paratextual está para o link indexado às chamadas das notícias em sites, segundo Palácios & Mielniczuk (2002). Os autores adaptaram a noção de paratexto para análise de portais de jornalismo expostos de uma forma no ambiente da rede. O paratexto é zona de transição e transação, pois é a partir dele que o leitor entra no

⁶⁴ “The paratext in all its forms is a discourse that is fundamentally heteronomous, auxiliary, and dedicated to the service of something other than itself [...] This something is the text.” (GENETTE, 1997, p. 12).

texto e o elege. A partir do site *Último Segundo*, hospedado no portal *iG*, foi possível aos pesquisadores tecerem conclusões a respeito do link realizando as funções de paratexto. A verificação foi feita com os pressupostos de que o texto principal do site é a notícia; já o link se caracteriza como a novidade do hipertexto digital, sendo o hipertexto envolvendo três elementos básicos: blocos de texto; ligações entre eles e o meio digital⁶⁵. O site foi dividido em zonas, contendo links para notícias, seções, publicidade, outros sites externos e o próprio portal *iG*, que hospeda o site analisado.

Foi observado que o link faz uma apresentação do texto principal, em união com o título como um elemento só. Em consequência, se o título é considerado um elemento paratextual, não há razões para o link não ser. Através do link o leitor elege a próxima *lexia*, bloco de texto e, no caso, a notícia. É como numa estante de livros saber identificar a obra desejada pela lombada do livro com o título e o nome do autor. O link torna possível a ligação do mundo do leitor com o informativo da rede, tornando as escolhas operacionalizadas por meio do clique. O endereço de link do título está ligado a outros, correspondentes ao texto correlato da matéria. A notícia é emoldurada pelos links, sendo a moldura funcionando como zona de contato e passagem de um texto para outro (PALÁCIOS & MIELNICZUK, 2002).

Utilizamos os mesmos recursos de dividir os sites em zonas de análise, através das quais identificamos os elementos paratextuais tanto do jornalismo como de sua paródia. Acreditamos que os sites de paródia se apresentam no ambiente da rede de uma determinada forma, assim como os portais de jornalismo. Ambos são imbuídos de elementos que chamam a atenção do leitor para a navegação com uma força elocutória e estratégias. Observaremos a seguir como se posicionam os três estudos de caso de paródia selecionados por metodologia especificada – *Falha de S. Paulo, Meu Norte, G17*. Buscaremos perceber os efeitos de vínculos, aproximações e distanciamentos com a discursividade jornalística na internet.

⁶⁵ “Lexia” é uma expressão utilizada pelo francês Roland Barthes (1915-1980) para denominar “unidade de leitura”. O inglês George Landow (1995), teórico do hipertexto, se apropriou do termo para descrever blocos de texto unidos por hiperlinks que formam os hipertextos. Landow teve como referência o autor da definição de hipertexto norte-americano Theodor Nelson, para quem o hipertexto é uma escrita não-sequencial, num texto que se bifurca, permitindo ao leitor escolher e ler melhor na tela interativa; trata-se de uma série de blocos de texto conectados entre si por nexos, que formam diferentes itinerários para o usuário. Cf. Fragoso, Recuero & Amaral (2013); Palácios & Mielniczuk (2002). A fragmentação do texto é algo antigo na história. A Biblioteca de Alexandria, no período helênico, por exemplo, era constituída de volumes cujas páginas eram tabuinhas, com textos fragmentados, organizados em grupos e conectados por cordas. Os pergaminhos permitiram armazenamentos maiores, que depois eram retalhados para formar páginas agrupadas em códices. Se antes os limites dos blocos de textos de tabuinhas eram a madeira ou argila, agora é a tela do computador com material digitalizado e as ligações feitas por links.

3.3 Falha de São Paulo

“Para mim e meu irmão, tornou-se um marco de luta pelo coletivo em nossas vidas”

(Lino Bocchini, um dos autores do blog *Falha de S. Paulo*)

O blog *Falha de S. Paulo* veio de uma iniciativa dos irmãos Mário e Lino Bocchini (o primeiro, programador e designer; o segundo, jornalista), pela qual houve paródia do jornal *Folha de São Paulo*. O caso foi o primeiro de repercussão envolvendo censura. Em entrevistas e seminários, um dos responsáveis, Lino Bocchini, disse que havia uma inquietude com o que achava uma postura tendenciosa politicamente da *Folha*. A empresa reclamou do blog de paródia na justiça dizendo ter havido prejuízo à marca. Após a decisão judicial, foi posto em atividade um site em memória do *Falha de S. Paulo* com o histórico do processo e criticando a censura.



Imagem do **Falha de S. Paulo**, <http://desculpeanossafalha.com.br/caso-folha-x-falha-chega-ao-stj/>, acesso em 01/04/2015

É possível perceber pela ilustração, a disposição de elementos em zonas comuns às da *Folha* com o cabeçalho na parte de cima, contendo o logo, as três estrelas, o fio vermelho e o slogan. Na parte abaixo o conteúdo, conforme o espelho abaixo:

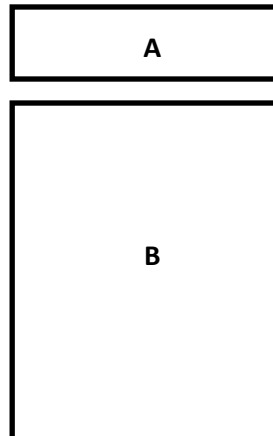


Figura 3 – Espelho do blog *Falha de S. Paulo*

O ato de inversão pela paródia se revela na análise do conteúdo. Na **Zona A**, dedicada ao cabeçalho, o trocadilho aparece na palavra *Falha* (diferindo de *Folha*). Enquanto no jornal *Folha de S. Paulo* o slogan é “Um jornal a serviço do Brasil”; no blog *Falha* é “Um jornal a serviço do BraZil”, escrito com Z de modo a criar ruído. Uma tarja está ainda posta no blog advertindo “Isto não é um jornal”. Na **Zona B**, contendo o material do blog de paródia, há uma ilustração de Otavinho Vader: uma fusão do diretor editorial da *Folha* Otávio Frias Filho com o personagem antagonista do filme *Guerra nas Estrelas* Darth Vader. Há a mistura, portanto, do diretor com elementos da ficção. Em outra fotomontagem, verificamos a mescla de jornalistas da *Folha* a políticos do partido PSDB.



Fotomontagem do Falha de S. Paulo(político Alberto Goldman, jornalista Otavio Frias, colunista Bárbara Gancia, José Serra, colunista Gilberto Dimenstein, político Geraldo Alckmin e ministro do STF Gilmar Mendes), <http://desculpeanossafalha.com.br/caso-folha-x-falha-chega-ao-stj/>, acesso em 01/04/2015

Muitos blogs refizeram a capa do *Falha* à maneira deles mesmos, como no exemplo abaixo:



Retirado de <http://falhadesaopaulorat.blogspot.com.br/>, acesso em 02/09/2014

Chamamos atenção para a repercussão, com post contendo a imagem do *Falha*, mas cujo ato de postagem e reelaboração o transcendeu, partindo de terceiros nas redes sociais. Esse exemplo de imagem replicada do *Falha* está dividido em duas zonas básicas, sendo uma delas com subzonas, conforme o esquema:

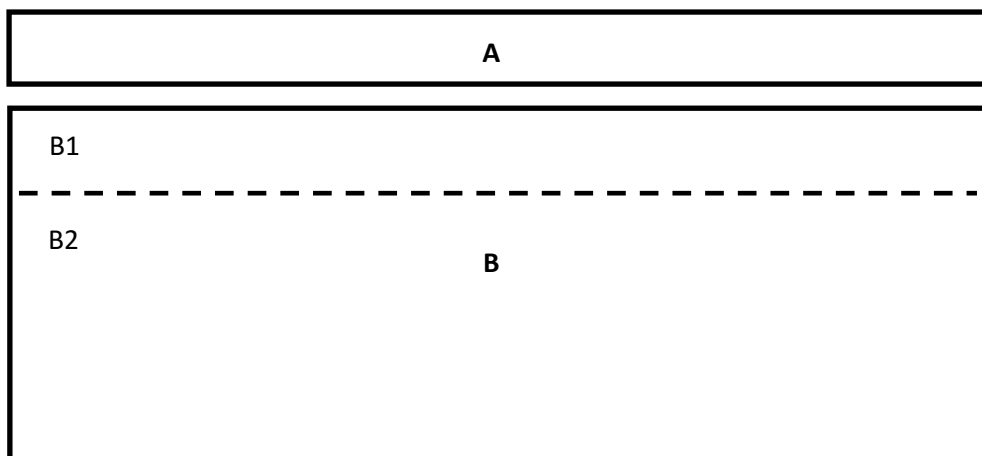


Figura 4 – Espelho de capa de site reelaborador do *Falha de S. Paulo*

A **Zona A** corresponde ao cabeçalho, contendo seu nome, slogan, data, endereço na web, edição, preço, nome do diretor de redação. Há uma mistura de elementos fictícios com verídicos, uma vez que há menção ao nome diretor editorial da *Folha* Otávio Frias Filho. A intenção de atingir a semelhança com o formato da *Folha* se verifica ainda no tipo de fonte e disposição dos elementos do cabeçalho.

A **Zona B** é subdividida em duas, dedicada às notícias. A **Zona B1** se configura como o lugar da manchete principal. A **Zona B2** é destinada a pequenas chamadas com pequenas notas de convite para os assuntos tratados, acompanhadas de ilustrações. O formato copia a primeira capa de um jornal. A semelhança com a *Folha de São Paulo* está não só no cabeçalho, na tipografia e no trocadilho com o nome, mas também em seções – a de nome Ilustrada com uma nota abaixo guarda referência ao segundo caderno da *Folha* sobre cultura.

Enquanto o formato da *Folha* é copiado, os temas dos assuntos tratados cheios de ironia marcam distância em relação ao jornal. A chamada principal “Somente a Folha deve definir o que é Democracia” sugere uma provocação – o que define a democracia é aquele também que se fecha à opinião dos demais, uma vez que “somente” a definição do jornal é que vale. Além do mais, o histórico da *Folha de São Paulo* corrobora para o efeito de humor nesta chamada. Octávio Frias de Oliveira, que adquiriu a *Folha de São Paulo* durante a ditadura, tinha visão positiva do regime, conforme depoimentos à Comissão da Verdade da cidade de São Paulo prestados pelo ex-delegado de polícia civil Cláudio Guerra, que o citou em visitas ao Dops⁶⁶.

Entre as pequenas chamadas que permeiam o texto do blog estão o “Empresariado é amigo da sociedade” (acompanhada de uma caricatura de um senhor de terno, gravata e mãos grandes); “Ditadura brasileira nunca existiu”; “Não existe corrupção no Brasil. É tudo acusação falsa” e “Pobre tem mais é que se fuder” com uma foto de Justo Veríssimo, personagem de Chico Anysio representando um político corrupto que desprezava a miséria e tinha essa frase. Os elementos compõem o cenário de quem tem interesse em esconder os

⁶⁶“SP: Ex-delegado diz que ditadura fez atentados para desmoralizar a esquerda”, publicado por portal Terra, <http://noticias.terra.com.br/brasil/cidades/sp-ex-delegado-diz-que-ditadura-fez-atentados-para-desmoralizar-esquerda,cddb71b72593e310VgnVCM5000009ccceb0aRCRD.html>, acesso em 08/07/2013. A Comissão da Verdade de São Paulo junto a outras regionais colaborou com as investigações da Comissão Nacional da Verdade (CNV) sobre violação de direitos humanos durante a ditadura. O relatório final da CNV saiu em dezembro de 2014 depois de dois anos e sete meses de trabalho.

acontecimentos da ditadura, tira vantagens próprias no regime democrático, busca o apoio do empresariado e mantém distância de parcela da população brasileira.

O pobre é zombado e o funk carioca é referenciado com estereótipos. Na seção Ilustrada está “Funk Carioca e Rebolation são Patrimônios Culturais da Humanidade” com a foto de uma “bunda”. Outra gravura envolve um tanque de guerra guardando relações com o regime militar. O político José Serra (PSDB) aparece em montagem com uma arma na mão e a legenda “José Serra: Herói da Democracia”, sugerindo uma tendência partidária da publicação sendo parodiada. Somado a zombaria do texto das notas permeadas de gagueira – onononono....– e ao palavriado no cabeçalho – “Um jornal da puta que pariu” – observamos o ato de paródia.

Tanto no exemplo do *Falha* como nos dos blogs que o refizeram à sua própria maneira, o formato do jornal *Folha de São Paulo* sofre uma imitação, porém cômica, quando analisado conteúdo que inverte e rebaixa a situação original (PAIVA & SODRÉ, 2002). O movimento sugere uma negociação de vozes, uma correndo ao lado da outra (ALAVARCE, 2009; HUTCHEON, 1985; SANT’ANNA, 2003). Avaliações e forças sociais vivas podem se cruzar nesse movimento polifônico pela linguagem (BAKHTIN, 2011, p.195). A paródia usa os formatos da *Folha*, mas sugerindo outras posturas: a favor de empresários e distante de pobres; jornal preconceituoso, antidemocrático e tendencioso politicamente. Pela semelhança, distância e inversão, a paródia atravessa suas avaliações críticas pelos valores do jornal *Folha de São Paulo*.



Notamos o ponto de cruzamento entre a *Folha de S. Paulo* e o *Falha de S. Paulo* pelos elementos paratextuais, que apresentam o texto ao leitor, funcionando como um convite à leitura (PALÁCIOS & MIELNICZUK, 2002). Chamamos atenção para o tipo e tamanho da fonte usada na chamada e a disposição dos elementos. No caso do trocadilho com o nome do jornal, a paródia guarda o efeito ainda de conseguir notoriedade por intermédio do conhecimento prévio da marca *Folha de São Paulo* junto ao público. Segue-se que, na rede, tais elementos paratextuais são indexados a um link pelo qual é possível o leitor acessar o conteúdo. No caso, o endereço exposto no cabeçalho do blog *www.falha.com.br* faz paródia ao *www.folha.com.br*. As três estrelas coladas à marca são mais um ponto em comum.

Propomos analisar o contexto e o modo endereçamento através do *sociograma*. Pelo gráfico, o blog *Falha de S. Paulo* e o portal *Folha de S. Paulo* são pontos; já as conexões ou laços que os perpassam se referem às linhas. Ressaltamos que a representação é uma espécie de fotografia com caráter pedagógico, mas que deve ser enxergada num processo dinâmico, passível de transformações. Os sites tratados, por exemplo, podem encerrar suas atividades; e o público que os acessa assumir diversos perfis, assim como tipos de relações que mantêm com os sites a partir de diversas intenções.

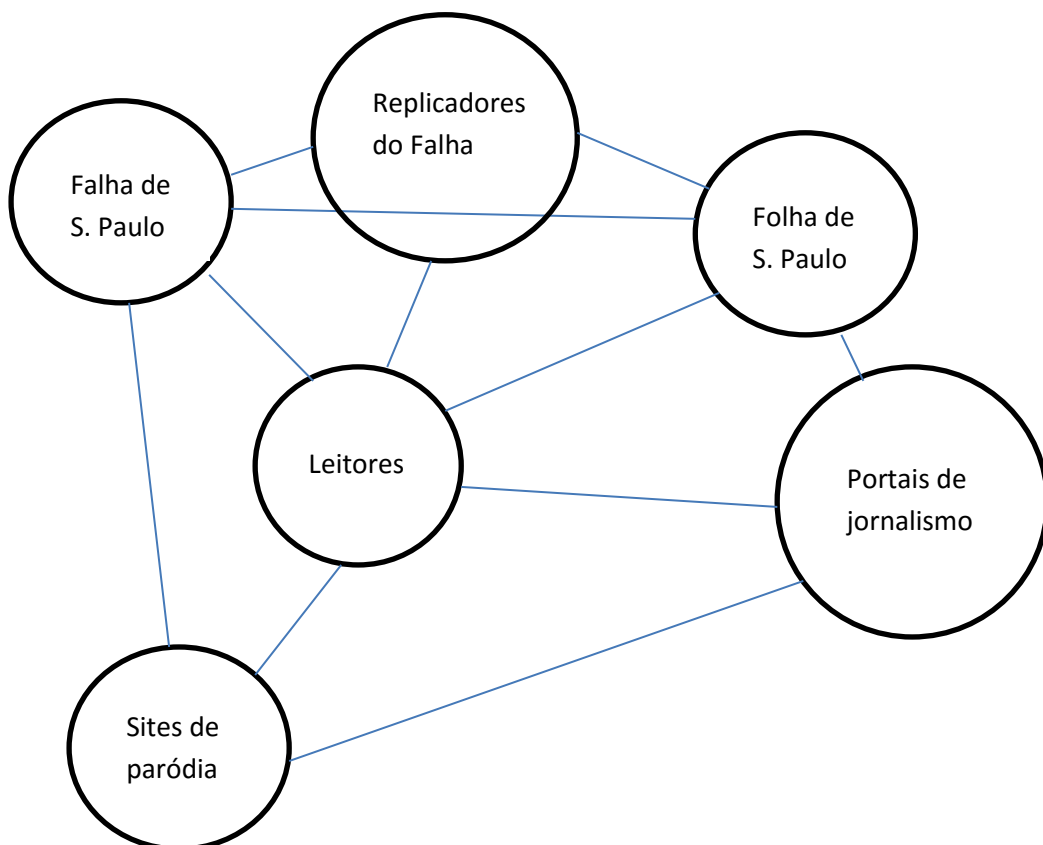


Figura 5 – Espelho do ambiente na rede do *Falha de S. Paulo*

Observamos que o blog de paródia *Falha de S. Paulo* mantém zonas de contato com o portal de jornalismo *Folha de S. Paulo*. Por sua vez a *Folha* se insere em uma série ligada a portais de jornalismo, enquanto a série a qual o *Falha* está ligado é a de sites de paródia. Levando-se em conta que a série de paródia assume contatos com a de jornalismo, novamente pontos de contato aparecem com os portais da imprensa. Os leitores trafegam no ambiente da rede, conectados ao fluxo de informação desses vários sistemas. Conforme sublinha Lemos (2007), o território de informação é um híbrido, estando o internauta em movimento imbuído de suas posições políticas, imaginárias e culturais. Advertimos que esse movimento não é pacífico, mas permeado de negociações e embates.

Os autores do *Falha de S. Paulo* comentam que a paródia da imprensa já vinha sendo praticada, exemplificando com o folhetim *A Manha*, que surgiu no final dos anos 20. Dizemos que, a partir da **matriz cultural** do humor no Brasil, o *Falha de S. Paulo* se relacionou de uma forma específica com folhetins nacionais de humor. A paródia tomou contato com **formatos industriais** da imprensa com intenções próprias, mas que estão sujeitas a uma negociação.

Uma vez que aconteceu a censura judicial sobre o *Falha*, a **institucionalidade** das relações sociais pesou de uma maneira significativa a partir da regulação da lei. Segundo os autos do processo, a manifestação do humor era permitida, mas desde que não ferisse a *Lei de Propriedade Industrial*. O domínio do blog foi retirado do ar, uma vez que houve uma queixa ao seu estatuto social, pelos recursos usados na esfera da **tecnicidade**. Acrescentamos a especificidade de mesmo após ser censurado, o *Falha* ter contado com pessoas na internet que replicavam a capa do blog, como forma de solidariedade e fazendo ataques à postura da *Folha* de entrar na justiça, reclamando direito de marca⁶⁷.

O registro do blog *Falha* estava em nome de Mário Bocchini e por isso, foi citado no processo original. Ele era responsável pela parte de programação e design e o irmão e jornalista Lino, pela parte de conteúdo. Em entrevista para esta dissertação Lino conta que os dois fizeram questão de registrar a marca com nome, endereço e cpf: “Não estávamos fazendo nada de errado. Não havia motivo algum para se esconder [...] não havia ninguém ‘por trás’ da Falha. E nunca ganhamos um centavo com o blog [...] Nunca teve um único banner de publicidade nem link promocional”. Por recursos impetrados, o processo judicial estava no

⁶⁷ No capítulo 1, entre os endereços de sites que replicaram as imagens do *Falha de S. Paulo*, mencionamos: <http://falhadesaopaulorat.blogspot.com.br/>, acesso em 02/09/2014; <http://falhadespaulo.tumblr.com/>, acesso em 02/09/2014.

âmbito do Superior Tribunal de Justiça na ocasião da confecção desta dissertação, como conta o autor do blog: “Estamos agora gastando dinheiro do nosso bolso com nossa defesa na justiça [...] Fizemos a Falha porque acreditávamos que era uma boa iniciativa para desmascarar a Folha, apenas isso. A reação violenta do jornal mostrou que estávamos certos [...]”.

Na entrevista prestada, Lino Bocchini deixa a entender que foi uma iniciativa de trazer o jornal *Folha de S. Paulo* para uma esfera da **socialidade**, em que se verificam as negociações e embates sociais: “A imprensa não é um ser sagrado. Faz parte da sociedade tanto quanto qualquer outra empresa ou iniciativa. E, ao fazer parte da sociedade e influenciá-la, é obrigatoriamente alvo de críticas, sejam elas pela forma que for, paródia ou não”.

Em uma das passagens, deixa frisado o porquê de focar a *Folha* como alvo de paródia: “Era a Folha, especificamente. Porque entendemos ser ela o exemplo máximo de hipocrisia da imprensa e do mito da imparcialidade no jornalismo. E por isso mesmo adotamos uma fonte e um logotipo semelhantes. Foi proposital.”. Lino afirma que a *Folha* “tem um lado claro, tem suas preferências – como todo veículo de comunicação, aliás. E aí o problema não é a parcialidade. É a negação dela, é a falta de transparência com o leitor”.

Depois de comentar que a paródia da imprensa é antiga, realizada tanto no Brasil como no exterior, Lino Bocchini opina sobre o fato de outros sites de paródia permanecerem no ar, como o *G17*: “Vejo que o G1, ao contrário da Folha, está mais antenado com o que acontece no mundo todo [...] outras empresas parodiadas tiveram, primeiro, senso de humor [...] perceberam que, no século XXI e em uma democracia, promover a censura não faz o menor sentido”. Como gesto de vida, declara que o *Falha* “cumpru sua missão, sem dúvida. Para mim e meu irmão, tornou-se um marco de luta pelo coletivo em nossas vidas [...] Resolvemos manter a memória do caso até pela enorme repercussão que teve, e porque virou objeto de estudo em universidades de direito e de jornalismo”⁶⁸.

Sugerimos que a paródia feita pelo blog *Falha de S. Paulo* acarreta uma postura irônica, tal qual mencionada em Jeudy (2001). A alegação de Lino Bocchini de que a *Folha* nega a parcialidade e tem ainda falta de transparência com o leitor nos leva àquela máxima de que “ninguém é bobó” a ponto de acreditar. As fotomontagens de jornalistas com políticos e o trocadilho feito com o logo do jornal – são artifícios usados para reverter a marca da *Folha*

⁶⁸BOCCHINI, Lino. Entrevista ao autor, em 01/04/2015. Ver anexos.

contra ela mesma, propondo um outro entendimento sobre o veículo. A imagem espelhada duplica o objeto “Folha de S. Paulo”, mas para revelar e satirizar um jornal comprometido com interesses.

A censura do blog *Falha* não acalmou os ânimos. Os irmãos Bocchini mantiveram o histórico do processo e a memória do caso por uma página na internet. A ironia chega ao ápice pelo nome dado: “Desculpe a nossa fAlha”. Neste momento original, os autores do blog caricaturam a si mesmos como se tivessem cometido uma falha já que foram censurados. A subversão transformando o nome *Folha* em *Falha* era inaceitável para a *Folha de S. Paulo*. Mas os blogueiros não só provocaram com o trocadilho, mas ao serem censurados riram de si mesmos na condição de censurados em prol da legitimidade da paródia. A página nova pede desculpas não como repreensão de si, mas para agir no desejo de manter ali exposto todo o histórico do embate na justiça e as marcas do gesto. O criador censurado se torna inseparável da criatura que ressuscita e ganha vida. Na parte de cima um contador não para, mudando e registrando a cada dia o tempo em que a censura continua a valer.

Concomitantemente, internautas replicaram o logo censurado do *Falha* por meio de blogs e redes sociais, fazendo outras páginas em solidariedade. O caso ganhou repercussão pelo Observatório da Imprensa e pela organização Repórter sem Fronteiras. Todos com críticas à atitude da *Folha* de pedir a censura. O movimento é bem similar à ironia coletiva por um desejo comunitário de ter expressão. Apontamos ainda que a apropriação da marca *Folha* passando por jogos de linguagem resultou em efeitos com rebatimentos vários e afetando diversos atores sociais.

A credibilidade que a *Folha de S. Paulo* buscava sustentar foi suspensa por um momento de hilaridade, similar a alegria mencionada por Sodré (2006). Exigências e impressões da marca comercializada foram minimizadas em prol de um desejo coletivo de mostrar um lado tido como oculto do veículo. A caricatura do diretor do jornal Otávio Frias Filho como personagem Darth Vader de *Guerra nas Estrelas* e as montagens com políticos e um ministro do STF fazem aparecer a *Folha* de outro modo, com relações que antes estavam veladas. Concluimos ainda que o blog *Falha de S. Paulo* foi exemplo de paródia jornalística com alto grau de intensidade a ponto de caricaturar ironicamente de forma explícita a imprensa contemporânea em sua própria prática.

A fundação do blog *Falha* permitiu remontarmos ao tempo de *A Manhã*. Nos anos 20, Aparício Torelly lançou a publicação como paródia do jornal *A Manhã* de Mário Rodrigues.

A época era de uma imprensa mais pessoal, porém combativa em abordar os assuntos. No caso do jornal de Torelly, o governo, empresas, igreja e entidades como a ABL estiveram na mira de críticas, assim como a imprensa, que tinha veículos comprometidos com verbas do governo e de empresas como a Light. O próprio Torelly também se caricaturava como Barão de Itararé, desfilando suas ironias.

Talvez ainda hoje o politicamente correto perdure. Mas o blog de paródia censurado pôs em questão o sacro santo dever de informar, por uma revisão crítica. O *Falha*, que aponta a *Folha* como *Falha*, admite ser *Falha*, num contexto em que a legitimidade e credibilidade de todos estão sujeitas à *falha*, mas sob a vigilância coletiva. O convencimento público partilha a suspeita da falha – mesmo na imprensa.



Desculpe a nossa fAlha, <http://desculpeanosafalha.com.br/#>, acesso em 02/09/2014

3.4 Meu Norte

“Tanto site nacional, e eu quero fazer uma crítica piauiense é voltada pra gente”

Tiago Rubens Peres, criador do Meu Norte

O *Meu Norte* (2011 – 2013) foi um caso de paródia da imprensa que já encerrou suas atividades. Tentamos contato com o responsável pela criação do site, mas sem sucesso, pois o mesmo não nos deu resposta às perguntas. Contudo, foi possível rastrear uma dissertação de

mestrado defendida no curso de letras da Universidade Federal do Piauí, em que há uma entrevista prestada por ele a Sousa (2013).

O criador do *Meiu Norte* foi o artista plástico do Piauí, Tiago Rubens Peres. Segundo reportagem da *Revista O Globo*, o projeto rendeu a ele cerca de duzentos dólares ao mês em publicidade, com autorização do jornal alvo da paródia⁶⁹, embora no espaço “Sobre Nós” do site viesse registrado que a paródia remetia “aos mais conhecidos portais de informação piauienses, sem vínculos mantidos”⁷⁰. O trocadilho no nome era feito com o do jornal da região *Meio Norte*. O responsável pelo site de humor contou que a inspiração no início veio a partir de outros dois portais de paródia do jornalismo – *Sensacionalista e G17*.

Contudo, incomodava ao autor do *Meiu Norte* o ponto de não existir um site do tipo mais regional, voltado para assuntos do Piauí: “Tanto site nacional, e eu quero fazer uma crítica piauiense é voltada pra gente. Aí se os caras satirizaram o G1, eu vou pegar um site local para fazer uma crítica piauiense mesmo, aí eu peguei e satirizei o Meio Norte, que é um dos mais acessados”. Tiago comenta ter achado que havia uma falta de atenção dos internautas, acreditando nas notícias de humor como verídicas. Para ele, o que estava na mídia podendo gerar polêmica, era passível de ser aproveitado para fazer humor e gerar polêmica também com o intuito de abrir a discussão para o tema: “O meu objetivo, quando criei [o portal], foi de chamar atenção para discutir e criticar as coisas que aconteciam de errado [...] essas coisas que acontecem no Piauí, e que vinham acontecendo depois e, através do humor, realmente levantar a discussão”⁷¹.

Chamamos atenção para a força da crítica presente no discurso do responsável pelo *Meiu Norte*. O intuito era debater e estimular a polêmica sobre assuntos que vinham sendo abordados na mídia. É como se a discussão sobre temas na imprensa fosse ainda insuficiente. Pela **matriz cultural** do humor e seus recursos seria então possível abrir para maior reflexão. Observamos o aproveitamento de **formatos industriais** da imprensa na internet, mas com base em outra matriz e com outra **lógica de produção** que se assemelha ao jornalismo, mas

⁶⁹ “É tudo mentira” in *Revista O Globo*, Rio de Janeiro, n 404, 22/04/2012, p. 24-29.

⁷⁰ “Sobre Nós”, publicado por portal *Meiu Norte*, <http://meiunorte.com/sobre-nos/#.UjtAO8u5cy4>, acesso em 19/09/2013.

⁷¹ Tiago Rubens Peres, criador do *Meiu Norte*, em entrevista a Sousa (2013). Cf. SOUSA, Emanuel Barbosa de. **Estudo sociorretórico do Gênero Notícia Satírica: o caso do Portal Meiu Norte**. 2013. 233 f. Dissertação (Mestrado em Letras) — Universidade Federal do Piauí, Teresina, 2013. <https://drive.google.com/file/d/0B-roQVeogMnGRDBCZ2M0SnJpcVk/edit?pli=1>, acesso em 27/03/2015.

também o inverte pela paródia. Ressaltamos quanto às **competências de recepção** ser fundamental o público local, pertencente ao estado do Piauí.



Portal Meiu Norte, www.meiunorte.com, acesso em 12/07/2013



Portal Meio Norte, www.meionorte.com, acesso em 12/07/2013

Analisamos o espelho da primeira página dos portais *Meiu Norte* e *Meio Norte* para perceber melhor semelhanças e diferenças entre ambos.

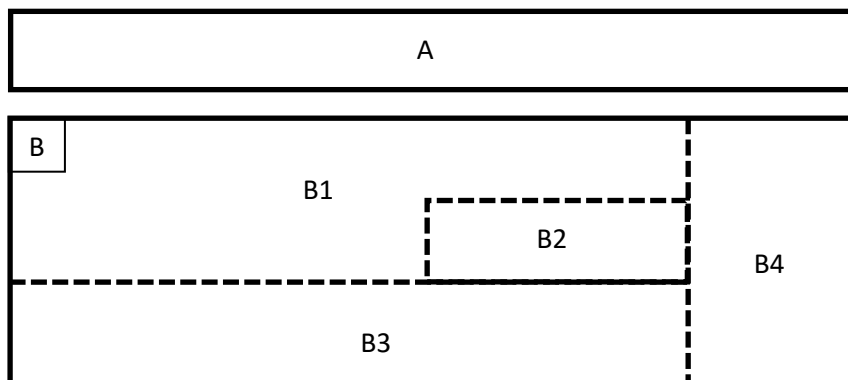


Figura 6 - Espelho do *Portal Meiu Norte*

A **figura 6** demonstra uma síntese dos elementos da primeira página do *Portal Meiu Norte*. Na **Zona A**, está o cabeçalho do site, contendo a identificação do portal de paródia junto ao slogan “A sátira do jornalismo piauiense!”. Observamos ainda links intratextuais⁷² das editorias, que categorizam os assuntos; as notícias de destaque em uma linha, a data de visualização da página e os links institucionais - “Sobre Nós”, “Falam da gente” e “Seja um colaborador”. O “Sobre Nós” continha informações identificando o site e seus objetivos; o “Seja um colaborador” estabelecia um canal de contato com os leitores. O “Falam da gente” mostrava casos de repercussão do portal. Era citada a notícia “Justiça proíbe lojas de Teresina de tocar Simone no Natal”, de 21 de dezembro de 2011. A informação foi publicada como verídica na coluna de Claudio Humberto do portal *Jornal do Brasil*, conforme comentamos no capítulo 1.

A **Zona B** da **figura 6** é dedicada às notícias. Dividimos esta área em quatro. A **subzona B1** tem o link de uma notícia de destaque principal com foto. Na **B2**, há links de notícias com fonte menor. Na **B3** verificamos outras notas com destaques colados a fotos. E na **B4** havia um painel com as principais notícias. Observamos que esse mesmo painel aparecia no portal alvo da paródia *Meio Norte*, ainda que disposto em outro ponto da página (**B4'**). Havia também o link de uma notícia principal (**B1'**), assim como outros destaques em fonte menor em área próxima. Mais abaixo também ilustrações com links envolvendo pequenas notas passíveis de serem acessadas (**B3'**).

⁷² Links intratextuais se referem aos links que ao serem clicados redirecionam o leitor para outras áreas do universo do site. Os intertextuais realizam esse redirecionamento para sites de fora. Sobre um estudo de caso utilizando essa nomenclatura na observação do portal *Último Segundo*, ver Palácios & Mielniczuk (2002).

O posicionamento do cabeçalho do *Meio Norte* e *Meiu Norte* é semelhante, mas como distanciamentos no conteúdo. O do *Meio Norte* (A1'), no canto superior à esquerda do topo da página, continha o nome de identificação do portal “Meio Norte”, além do slogan “Tudo para estar perto de você”. Já no site paródia, junto à identificação Meiu Norte, vinha o lema “A sátira do jornalismo piauiense”. Observarmos ainda, em ambos, links intratextuais de editorias. A diferença no *Meio Norte* estava em uma ferramenta de busca e links intertextuais para outros sites do mesmo grupo empresarial – A *Rede Meio Norte*, *FM Meio Norte*, *Boa Fm*. Em paralelo, o site de paródia *Meiu Norte* mantinha como traços distintivos no cabeçalho os links institucionais que o identificavam como portal de humor. No aspecto geral, os links intertextuais para redes sociais como *facebook* e para publicidade são pontos em comum.

Optamos por apresentar o espelho do site *Meio Norte* como as mesmas letras das zonas referentes ao portal *Meiu Norte*, mas com apóstrofo (X-X') a fim de comparação de onde se encontram os elementos similares a ambos dispostos.

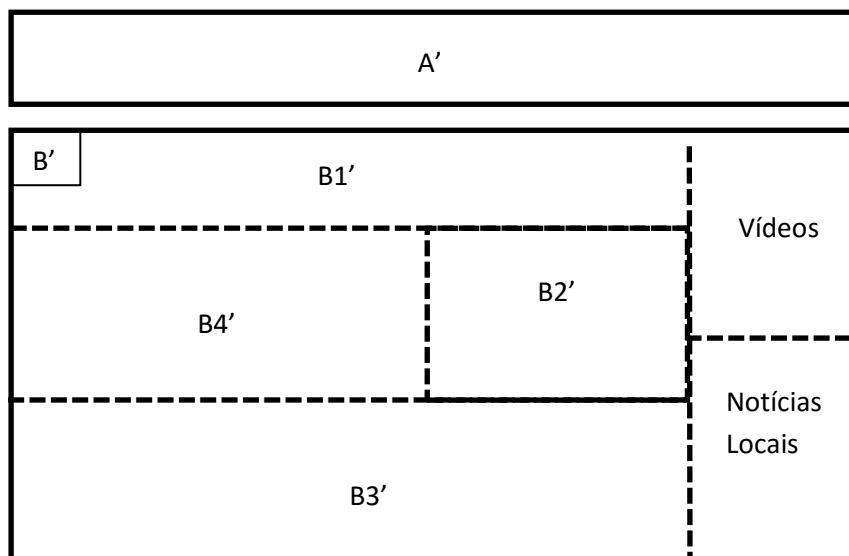


Figura 7 – Espelho do *Portal Meio Norte*

A partir dos estudos de Sousa (2013), selecionamos uma notícia emblemática que serve de ilustração do perfil de crítica na atividade do portal *Meiu Norte* - sobre as péssimas condições da Universidade Estadual do Piauí – UESPI. O título era “Reitor inscreve a UESPI no quadro ‘Lar Doce Lar’ do Caldeirão do Huck”.

Reitor inscreve a UESPI no quadro “Lar Doce Lar” do Caldeirão do Huck

CLIQUE AQUI e agende já sua prova









O quadro *Lar Doce Lar* realizado pelo programa do apresentador Luciano Huck é famoso por ajudar famílias de todo o Brasil a conseguirem reformar e transformar a casa dos seus sonhos. Nenhuma novidade nisso.

O curioso aconteceu no Piauí, o reitor da UESPI (Universidade Estadual do Piauí) enviou uma carta inscrevendo a Instituição pública para participar do quadro e conseguir ser reformada. De acordo com o reitor faltam recursos para a manutenção dos campus da universidade, 98 por cento do orçamento são aplicados na folha de pagamento dos servidores.

“Somente dois por cento dos recursos se destinam à manutenção da Universidade, não temos dinheiro nem para pagar professores efetivos. São alunos de outras instituições que se voluntariam para dar aula aqui.” declarou o reitor.

De acordo com o presidente da Associação dos Docentes, a Uespi vem se mantendo através de doações dos próprios alunos, e com as taxas da realização de vestibular.

“Sempre que tiro as xerox das aulas sobra algum trocado que uso pra colaborar com a catimba de manutenção da UESPI, acaba se tornando uma obrigação pra gente que passamos praticamente todo o dia aqui, a universidade é realmente como nossa casa”, completou a estudante Jéssica Coelho.

O reitor está confiante na aceitação da sua carta, e espera que Luciano Huck se sensibilize e considere a educação do Estado, que já foi um dos grandes campeões do quadro “Soletrando”.




Teto da nova biblioteca da UESPI inaugurada recentemente, desabou nesta manhã (05/01). Agora mais do que nunca está na hora de apoiar a campanha pela UESPI no Lar Doce Lar.

Veja aqui matéria na íntegra que mostra a situação do estado da biblioteca.

Teto da biblioteca recém inaugurado desabou. Foto: Portal São Graça

“Reitor inscreve a UESPI no quadro ‘Lar Doce Lar’ do Caldeirão do Huck”, **Portal Meu Norte**, a partir de Sousa (2013)



<http://www.meionorte.com/noticias/parte-do-teto-da-biblioteca-da-uespi-desaba-e-motivo-seria-forte-chuva>

NOTÍCIAS

O Globo Grátis - 30 Dias
 Aproveite Todo Conteúdo Digital do Globo Grátis por 30 dias.

05 de Janeiro de 2012 às 07:48

Parte do teto da biblioteca da Uespi desaba e motivo seria "forte" chuva

Nenhum comentário

Compartilhe no Facebook

Compartilhe no Twitter

PUBLICADO POR **Kaio Eduardo** Reporter

11:10 05/01/2013

“Parte do teto da biblioteca da Uespi desaba e motivo seria ‘forte’ chuva”, **Portal Meu Norte**, <http://www.meionorte.com/noticias/parte-do-teto-da-biblioteca-da-uespi-desaba-e-motivo-seria-forte-chuva-153732>, acesso em 05/04/2015

A situação precária da universidade já vinha sendo abordada por portais de notícias verídicas, mas o modo de trabalho do *Meio Norte* difere pelo uso do humor. O quadro “Lar Doce Lar” do programa “Caldeirão do Huck”, do apresentador Luciano Huck, costumava reformar casas de pessoas sem condições financeiras que se inscreviam no programa. Os

problemas na universidade eram verídicos, assim como o quadro popular de televisão, mas a mescla dos dois produziu uma notícia com dados fictícios, que estimulou a discussão sobre o assunto. Internautas criticaram o estado da universidade, assim como a Reitoria também emitiu parecer dizendo que iria tomar providências legais em relação ao responsável pelo conteúdo publicado.

Comentário 1 - “quase acreditei.....kkkkkkkkkkkkkkk”;

Comentário 2 - “ei isso é uma crítica ver o site MeiU norte kkkkkkk eu pensando que era verdade kk até que vi o U 777, mas se bem que do jeito que ta vai precisar do lata velha tbm KKK”;

Comentário 3 - “E dizem que a Educação é uma MARAVILHA. Os nossos governantes devem acha isso muito engraçado, já que seus herdeiros não estudam na UESPI, #VERGONHA”;

Comentário 4 - “vamos torcer juntos pessoal... kkk... muita onda mesmo”.



Reitor Da UESPI

30 11 2011 at 7 12 pm

É incrível o poder criativo do editor deste site. estou encaminhando para o setor jurídico da UESPI cópia do dito acima. para as providências legais. haja vista não serem verídicas as informações publicadas.

Reply

Comentários foram compilados por Sousa (2013)

Verificamos as seguintes zonas de contato do *Meiu Norte* no ambiente da web: 1) o discurso crítico e regional das notícias fictícias publicadas buscava o contato com informações que vinham obtendo destaque na mídia do Piauí. 2) O conteúdo se formava não só do humor sobre assuntos entendidos como notícia no estado, como também a partir da paródia de um portal da imprensa conhecido na região – *Meio Norte*. 3) A paródia realizada pelo *Meiu Norte* permitia partir de formatos semelhantes aos jornalísticos, para com liberdade, estimular uma discussão sobre os assuntos que afetavam o público piauiense. 4) A crítica social regional o leva a tomar contato com o público regional, que por sua vez, pode ser leitor dos veículos da imprensa que publicam informações acreditadas como verídicas. O esquema abaixo de um *sociograma* é uma tentativa de ilustrar esse contexto:

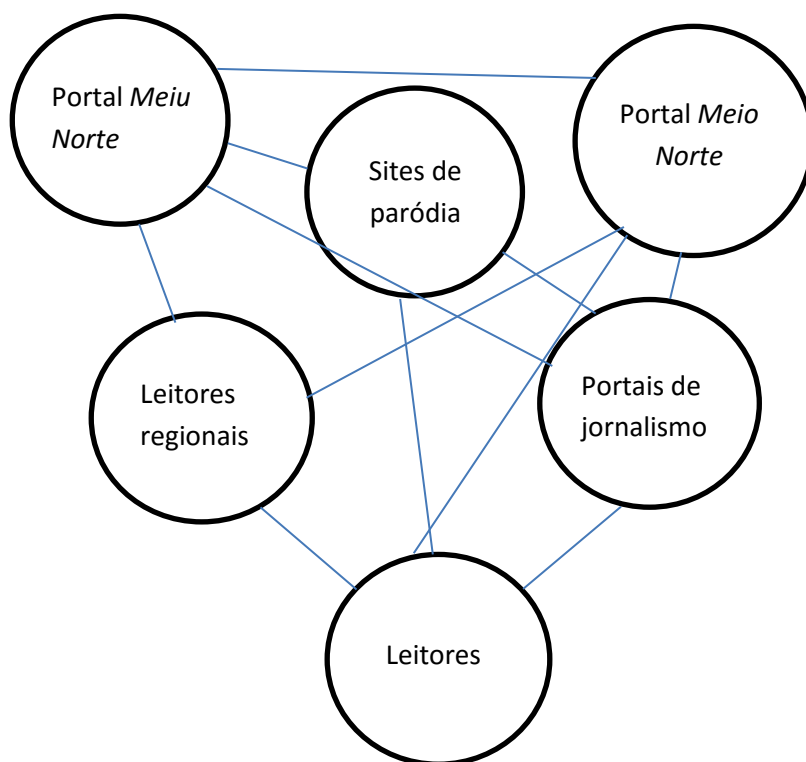


Figura 8 – Espelho do ambiente na rede do *Meiu Norte*

O portal *Meiu Norte* possui as características de um site de paródia ao realizar uma imitação cômica, com subversões do site *Meio Norte*. O uso do trocadilho no nome, a semelhança nos formatos e a exploração dos mesmos assuntos regionais, mas com dados sem compromisso com a creditação verídica – levamos em conta esses fatores nas aproximações e distanciamentos. O exemplo da abordagem envolvendo a precariedade da Universidade Estadual do Piauí – UESPI não deixa dúvidas sobre a discussão implicada no conteúdo, ao satirizar criticamente o estado da educação.

A inscrição da universidade pelo reitor num quadro televisivo de doações tem como efeito a impressão de que as autoridades fazem algo pelo local, mas pelo viés do absurdo, o que põe em questão o argumento anterior de que ações são feitas para melhoria do ensino superior na região. O tom de ironia está na reversibilidade do argumento espelhado, mas com margem a outro olhar sobre o assunto pelo humor, outra temporalidade (JEUDY, 2001).

Ressaltamos ainda que a liberdade na exploração do tema vem acompanhada de um desejo de fala da coletividade piauiense, um investimento afetivo sobre o estado da educação. O movimento alegre minimiza hierarquias (SODRÉ, 2006). A legitimidade da reitoria é posta

em questão no texto do site de paródia, que subverte os formatos de um conhecido portal jornalístico do Piauí.

Mas não podemos afirmar que o *Meiu Norte* contém o mesmo grau de ironia e movimento alegre do blog *Falha de S. Paulo*. A paródia da *Folha* foi muito mais ferina e mais clara na proposição de revisar própria prática da imprensa. A mesma provocação não foi sentida no caso do site piauiense. O *Meiu Norte* também perdeu vigor sobre o seu ato, uma vez que cessou as atividades e nem manteve outra frente de atuação, memória ou acervo de si. Lembramos que procurado, o responsável não nos deu respostas à entrevista solicitada.

3.5 G17

“A paródia com o G1 sempre existirá, na mente dos leitores [...] É divertido.”

Rafael Gustavo Neves, criador do G17

O *G17* era o único site que seguia com a postagem de conteúdo durante a nossa análise. O portal foi criado pelo administrador Rafael Gustavo Neves, que atuava com investimentos no mercado imobiliário quando entramos em contato. Em entrevista que nos foi concedida, ele comenta que ainda exerceu atividades “como ‘jornalista’, editando um jornal durante o período de 2003 - 2011” (notamos que as aspas envolvendo a palavra *jornalista* foram empregadas pelo próprio entrevistado)⁷³.

Inicialmente, Rafael explicou que o *G17* foi colocado no ar entre 2009-2010 para servir de meio pelo qual os internautas pudessem ser redirecionados para o site do seu jornal *gazetadoagreste.com.br*. Esse redirecionamento foi feito só por alguns meses. No final de 2010, o *G17* foi trabalhado como site de humor com tiras, piadas e vídeos. Ainda em 2010, houve uma desistência do site por falta de tempo de atualizá-lo. Em 2011, surgiu a ideia de criar um “jornal de humor” - as aspas são empregadas por ele na resposta da entrevista que nos foi concedida - com a marca *G17* voltando a ser usada.

O *G17* veio no estilo do jornal de humor *The Onion* e no embalo do site brasileiro *Sensacionalista*, que também foi inspirado no portal norte-americano. Os registros de

⁷³NEVES, Rafael Gustavo. Entrevista ao autor, em 23/03/2015. Ver anexos.

empresa, nome, domínio foram feitos através do jornal que mantinha, por empresas terceirizadas e amigos que auxiliaram nos negócios. Rafael lembra que o jornal acabou extinto por falta de mercado e paciência de mantê-lo sem lucros, porque se tratava de uma publicação pequena, circulando em região de poucas dimensões.

A dedicação passou a se voltar para o site não como meio de auto-sustento, mas como ferramenta de entretenimento para ele, os colaboradores e leitores: “Talvez um ‘auto-prejuízo’ hahaha. É um hobby. Não enxergo como trabalho, mas reconheço que o site tem a obrigação de ser sempre atualizado para manter vivo, os fãs, que até hoje acompanham as publicações”. As parcerias são vistas como importantes para a troca de tráfego, como era o caso do POP – portal de notícias e variedades da operadora GVT. Os projetos para o futuro dependem da boa vontade de editores, programadores, colaboradores – o sentimento de equipe é ressaltado na entrevista. Reformulações eram pensadas pelo idealizador como acréscimo de editorias, o trabalho com vídeos e design para telas de smartphones.

O *G17* entrou no ar azul. Uma consulta no INPI - Instituto Nacional da Propriedade Industrial - mostra o logotipo com essa cor na letra, diferentemente do que aparecia no site na ocasião desta análise, em vermelho. Rafael Gustavo Neves nos conta na entrevista que pensou em deixá-lo “vermelho porque ficaria mais com cara de ‘jornal’ [...] [o] *G17* é um jornal de humor que faz piadas com os fatos, exagera no conteúdo das reportagens e produz notícias fictícias com tom de piada, crítica, sátira”⁷⁴. Sobre a semelhança com o portal *G1*, confirma ter ouvido falar a respeito, mas nega que houvesse a intenção - sem deixar de rir do que diz usando um “kkk” na entrevista:

Alguns colegas disseram ‘vai ficar parecido com *G1*’. E os leitores associaram o site a uma sátira do *G1*. Não foi proposital kkk [...] A paródia com o *G1* sempre existirá, na mente dos leitores [...] É divertido. Você ler uma notícia e imagina que cômico seria se fosse verdade. O Brasil é um país piadista, as pessoas são bem humoradas e gostam de passar parte do tempo na internet vendo coisas engraçadas [...] estes formatos de sites/blogs (voltados para o humor) mesmo obtendo bom volume de acessos, não tem muito valor comercial e não rendem muito, dependem exclusivamente da força de vontade do editor para permanecer vivo [...] o visual sempre será renovado, mas continuará sempre parecido com um portal de notícias, já que se trata de um jornal, embora humorístico e fictício.⁷⁵

⁷⁴NEVES, Rafael Gustavo. Entrevista ao autor, em 23/03/2015. Ver anexos.

⁷⁵Ibid.

O *layout* do *G17* de fato mudou ao longo do tempo, mas em determinados períodos revelando maior semelhança com o portal *G1*. Não somente houve o trocadilho com o nome – ainda que o criador negue a intenção – mas também o design do logotipo chegou a ser de grande semelhança em 2013, conforme observamos as capas abaixo:



Portal *G17*, <http://www.g17.com.br>, acesso em 12/07/2013



Portal *G1*, <http://www.g1.com.br>, acesso em 12/07/2013

A capa do *G17* era composta basicamente por três zonas durante a análise: na parte superior (**Zona A**) há um cabeçalho, contendo barra do parceiro portal POP, o logotipo da marca *G17*, uma ferramenta de busca e um menu com links para um institucional sobre o site (“Sobre o *G17*”), arquivo de notícias, informações sobre como anunciar no portal, email para

contato, e direcionamento para o *E17* (página de entretenimento do *G17*). Na parte mediana (**Zona B**), existe espaço para o conteúdo com uma subdivisão em três zonas: a **subzona B1** é dedicada aos links de notícias (títulos, fotos e pequenos textos introdutórios), entremeadas por publicidade. A **subzona B2** contém links para que o leitor acompanhe o site nas redes sociais – *twitter*, *facebook*, *Google+*. A **subzona B3** mostra links da seção do *E17*, página de entretenimento do site, com curiosidades, gafes e variedades. A **subzona B4** envolve links para notícias do *G17* de menor destaque na capa, mas seguindo o mesmo formato das expostas na **subzona B1**.

Por último, na base da capa, notamos uma terceira parte (**Zona C**), com o logotipo, marca registrada e uma advertência de que é um site de humor com publicações fictícias: “FIQUE ATENTO - G17 é um site de humor e as publicações são fictícias, piadas sem qualquer fundo de verdade, produzidas para fins de entretenimento dos leitores”.





Portal G17, <http://www.g17.com.br>, acesso em 30/04/2015

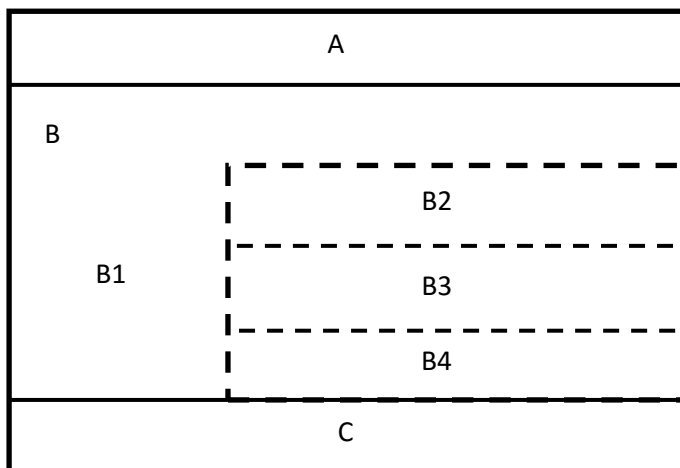


Figura 9: Espelho do *Portal G17*

Para facilitar a comparação com o site *G1*, nomeamos os elementos semelhantes por meio das mesmas letras usadas para análise do *G17*, com o acréscimo do apóstrofo (**exemplo X'**). O *G1* possui um formato bem mais complexo, mas alguns traços permitem notar zonas de aproximação que vão além do trocadilho com o nome do portal. Começamos pelo cabeçalho no topo da página principal do *G1*, **Zona A'**. Seguindo a lógica, há uma intermediária **Zona B'**, destinada ao conteúdo. A base, nomeamos **Zona C'**. Reparamos que a **Zona A'** contém uma barra do portal parceiro *Globo.com*, o logotipo do *G1*, uma ferramenta de busca por notícias, um *banner* de publicidade e um menu com links para seções do site. As seções envolvem os princípios editoriais, institucional, editoriais, notícias conforme região, sites de programas da TV Globo, utilidades, blogs e colunas, vídeos e temas relevantes de assuntos para acesso a informações. Um menu bem mais complexo, portanto.

A **Zona B'**, no *GI*, dedicada ao conteúdo, assim como no site paródia, também possui links de chamadas de notícias com pequenos textos introdutórios acompanhados de fotos. Mas reparamos uma maior hierarquia e organização mais clara do material, com uma notícia principal no topo e as restantes, vindo abaixo dela. Os espaços de publicidade são mais demarcados. As notícias são organizadas por diversos modos, podendo ser acessadas conforme as mais buscadas, as mais lidas, as últimas por editoria ou por região. Também há um espaço específico para vídeos de programas, outro para fotos; para notícias de revista, trânsito, loteria, blogs e colunas. Como forma de interatividade há uma janela de fale conosco e ainda para as pessoas enviarem material para o site.

A **Zona C'**, na base da página principal, contém links intratextuais para todas as seções internas; e também links intertextuais para sites externos de rádios, jornais, revistas e canal de televisão, todos ligados às *Organizações Globo*. Ao lado da opção de acesso para o portal *Globo.com*, há a marca registrada, princípios editoriais, política de privacidade, central de relacionamento, seção para assinatura *globo.com* e para aqueles que desejem ser anunciantes.

Apesar das complexidades, observamos que em ambos os sites *G17/GI* há um cabeçalho (**Zonas A / A'**) com um logotipo, link intertextual para um portal parceiro (POP no caso do *G17*; e *Globo.com* no caso do *GI*), ferramenta de busca e um menu trazendo links intratextuais (para seções dentro do site). O acesso a um institucional também está presente em ambos. Na parte intermediária (**Zonas B / B'**) há notícias com título, texto introdutório e fotos, além de notícias de maior ou menor destaque, sendo esta hierarquia mais observável no *GI*. A interatividade também é explorada, mas só que no *G17* via redes sociais e no *GI*, mais por contato direto com os internautas. Na base da página (**Zonas C / C'**), em ambos há a marca registrada, só que com a advertência no *G17* de que se trata de um site de notícia fictícia. A opção de se tornar um anunciante, que aparecia no menu da parte superior (**Zona A**) do site paródia, é visível na base (**Zona C'**) do *GI*. Abaixo, uma disposição por letras dos elementos com traços de semelhança ao *G17* no site *GI*:

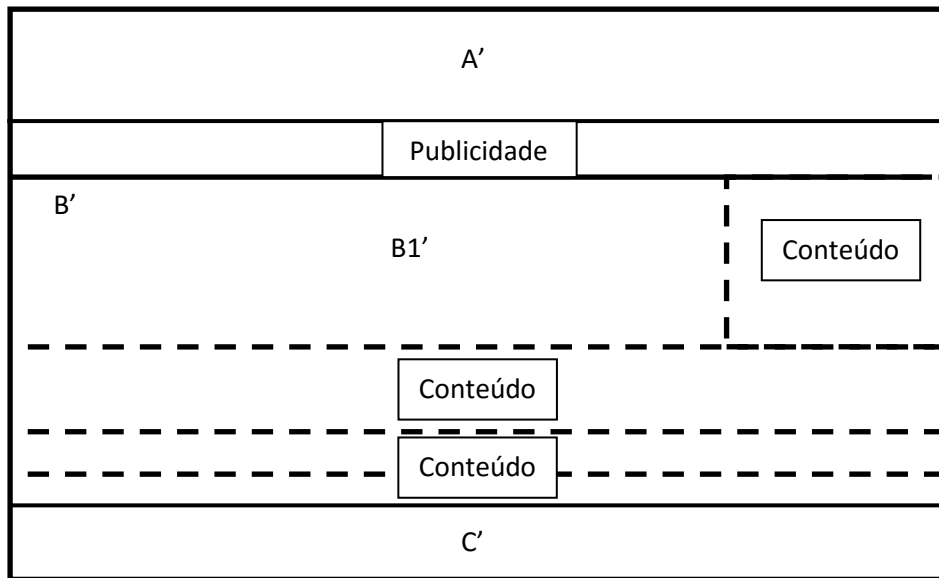


Figura 10 – Espelho simplificado do *Portal G1*



Portal G1, <http://g1.globo.com/index.html>, acesso em 30/04/2015

Notamos a inversão provocada pela paródia no site *G17* a partir do indicativo de que as notícias são de conteúdo fictício, conforme advertência exposta na base da página. As notícias publicadas com título, foto e pequenos textos introdutórios são possíveis de serem clicadas através de links intratextuais. Eles redirecionam para seções internas do próprio site, que apresentam o texto completo da matéria, podendo vir uma ilustração acompanhando.

Selecionamos para análise uma notícia emblema – de repercussão – que foi publicada no dia 08/07/2013 no *G1*, cujo assunto foi parodiado no *G17*, o que demonstra a preocupação

com a atualidade dos temas. O título é “Espionagem americana pegou Dilma paquerando ao telefone”. O texto informava que a presidente Dilma Rousseff tinha sido alvo de espionagem americana e que a Polícia Federal iria investigar o caso. Era dito que documentos revelavam a presidente paquerando ao telefone no Palácio do Planalto e que em uma das ligações a duração tinha ultrapassado três horas. Contudo, quem estava do outro lado da linha não foi descoberto. Ao lado havia uma ilustração de Dilma próxima a um aparelho de escuta e a um microfone.



“Espionagem americana pegou Dilma paquerando ao telefone”, **Portal G17**,
<http://www.g17.com.br/noticia/mundo/espionagem-americana-pegou-dilma-paquerando-ao-telefone.html>,
 acesso em 08/07/2013

No mesmo dia, foi publicada uma notícia no *GI* sobre o projeto que estava em tramitação no Congresso envolvendo o Marco Civil da internet, com o título: “Dados devem ser armazenados obrigatoriamente no Brasil, diz Dilma”, e o subtítulo “‘Não concordamos com interferências’, diz Dilma sobre espionagem”. No final de semana anterior uma reportagem havia sido publicada no jornal *O Globo* afirmando que pessoas residentes ou em trânsito no Brasil, assim como empresas, haviam se tornado alvos de espionagem da Agência de Segurança Nacional dos Estados Unidos.



“Dados devem ser armazenados obrigatoriamente no Brasil, diz Dilma”, **Portal G1**, <http://g1.globo.com/politica/noticia/2013/07/dados-devem-ser-armazenados-obrigatoriamente-no-brasil-diz-dilma.html>, acesso em 08/07/2013

As notícias no G17 poderiam conter ainda elementos totalmente fictícios e inventados com fotomontagens para chamar atenção. Em uma das capas, do dia 10/07/2013, a principal estampada era “Cachorros vestidos e penteados iguais aos donos”.



Portal G17, <http://www.g17.com.br/>, acesso em 10/07/2013

Propomos que o G17 baseia suas atividades parodiando a imprensa e em particular o site G1. O próprio criador do G17, Rafael Gustavo Neves, afirma que a paródia com o G1 fica na mente dos leitores. Ele ainda fundamenta o humor a partir do que chama de uma **matriz cultural brasileira e piadista**, levando ao uso de recursos como jogos de linguagem. Os

formatos industriais da imprensa são reinterpretados por uma **lógica de produção humorística**. Segundo o responsável pelo site, o objetivo é o divertimento, o que torna precipitado afirmar que o portal busca necessariamente uma crítica social com o humor, ainda que em determinadas postagens seja possível percebê-la.

O responsável pelo *G17* afirma que aposta em um **ritual** das pessoas passarem parte do tempo na internet para se divertirem. As gramáticas usadas em semelhança à **tecnicidade** jornalística adquirem outro estatuto com fins de entretenimento pela ficção. Sobre a censura sofrida pelo *Falha de S. Paulo*, Rafael Gustavo Neves afirmou desconhecer as razões para o caso; o mesmo sobre o fim das atividades do *Meiu Norte*. Não foi possível verificarmos efeitos maiores para o *G17* em termos de **institucionalidade** – o site tem marca registrada (ainda que tenha mudado aspectos da cor) e não sofreu até então nenhuma censura. Verificamos os efeitos de **socialidade** por embates sociais através da opinião crítica quando o tom satírico sobre política se apresenta, por vezes.

O *G17* aponta para relações com o gênero de sites de paródia da imprensa; com o portal *G1* parodiado; e com os próprios leitores na internet. O esquema de *sociograma* abaixo apresenta um indicativo do contexto de contatos mantidos pelo site na rede:

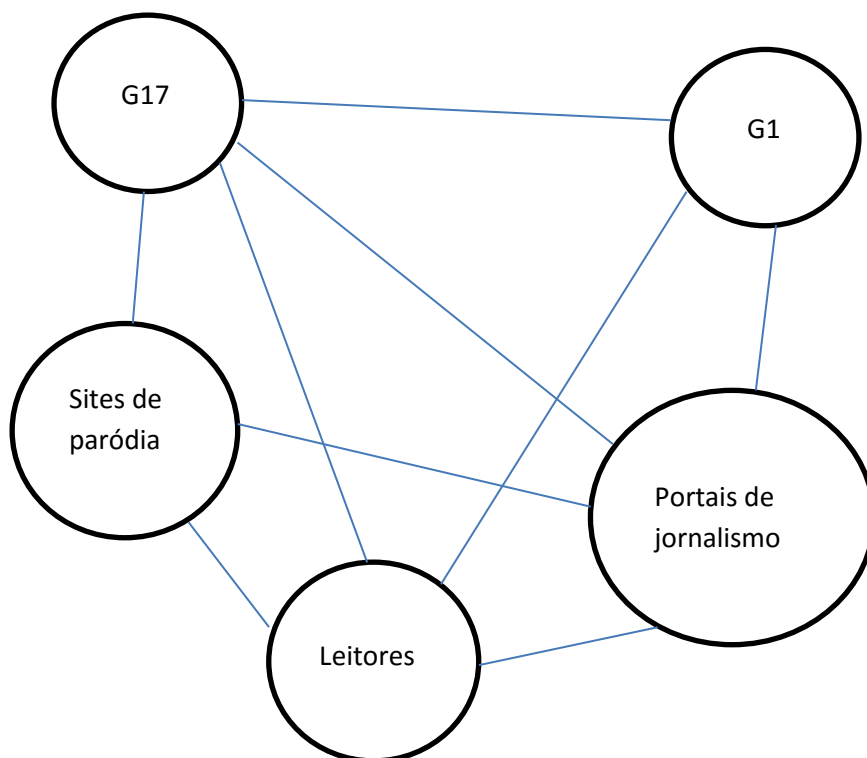


Figura 11: Espelho do ambiente na rede do *G17*

Observamos no site *G17* vínculos com a discursividade jornalística presente no portal *G1*, mas com distanciamentos. A subversão é sentida no trocadilho com o nome e na base da página, constando um aviso de que é um site de humor com notícias fictícias. As piadas com a figura da presidente Dilma deixam ainda margem a tomadas de posição com provocações. O caso de países – incluindo o Brasil – que sofreram escutas telefônicas e espionagem do setor de inteligência do governo norte-americano foi exemplo. Dilma mostrou uma atitude de repudiar atos do tipo que ferem a privacidade. Entretanto, o *G17* - ao publicar que a presidente costuma paquerar durante as ligações - reverteu contra o governo o seu próprio argumento anterior de reclamar o respeito às nações, já que os assuntos tratados pelo poder público nem sempre podem ser de interesse da coletividade.

O reverso do argumento espelhando no tema das escutas por uma maneira singular implica uma riqueza de visões de um assunto que ganhou destaque. A espionagem norte-americana fere o respeito aos países, mas que antes de reivindicarem o respeito, já vinham desrespeitando o interesse público. O tom de ironia no texto permite a circulação de outros olhares, outra temporalidade na exploração do assunto (JEUDY, 2001). Acrescentamos que a provocação feita sobre a presidente permite uma tensão e minimização sobre a hierarquia de lugares por jogos de linguagem em um movimento alegre (SODRÉ, 2006). A hilaridade mexeu com o governo com um tom satírico.

Mas ressaltamos que o site de paródia *G17* incorpora um grau de ironia, que não é o mesmo do blog *Falha de S. Paulo* e nem do portal *Meiu Norte* já estudados. O aviso de que se trata de um site de humor na base da página principal já anuncia o lugar do *G17*, demarcando-o com um rótulo. Não percebemos ainda uma provocação clara à prática da imprensa tal qual no caso do *Falha de S. Paulo*. Aliás, o criador do *G17* nega que a semelhança com o *G1* seja proposital. Precisamos levar em conta, porém, que o realizador do site pode estar ocultando seus objetivos, ao explicitar a intenção de apenas “levar o entretenimento”. O tom é mais leve do que o do *Meiu Norte* cujo criador anunciava estímulo ao debate com crítica regional. Salientamos o interesse comercial ainda como pontos em comum no *Meiu Norte* e *G17*, o que foi negado pelos responsáveis pelo blog *Falha de S. Paulo*.

Conclusões

Começamos esta dissertação com o objetivo de entender o discurso dos sites de paródia do jornalismo na internet. Partimos do pressuposto de que a imprensa ocupa um espaço na memória coletiva, enquanto que se autolegitima através de seus textos. Mas a paródia também está nos modos de expressão da coletividade, estabelecendo relações de aproximações e distanciamentos com o discurso jornalístico alvo de humor.

Sugerimos tratar a paródia como um ato de memória – por um texto que permite ver índices de outro texto alvo de imitação com inversão. A verificação de lugares de enganos em que a notícia de um site de paródia foi confundida como verídica evidencia este ponto. Mostramos ainda que o jornalismo e a paródia guardam a opção por escolhas expressivas em conexão articulada com os assuntos que afetam a coletividade. Está implicado o desejo de atingir o interlocutor pela retórica. Os textos de paródia envolvem uma inversão por notícias fictícias, enquanto que os jornalísticos se pautam pela confiabilidade pública dos relatos por um discurso acreditado como verídico.

Consideramos graus de desvios provocados pelos textos de paródia sobre os jornalísticos, conforme suas respectivas linguagens. Adotamos uma perspectiva que nos possibilitasse enxergar zonas de contato através dos elementos dos gêneros textuais que se apresentam aos leitores dos sites - chamadas, títulos, ícones com cores, por exemplo. Estes elementos – paratextos – carregam uma dupla função: convidar o leitor a eleger o texto e lê-lo. Observamos semelhanças na arrumação do conteúdo, localização e formatos. Mas as divergências encontradas levariam a diversas tomadas de posição na memória coletiva, em relações ora mais harmônicas, ora mais tensas.

Propomos chegar ao lugar do discurso para onde somos levados ao tomar contato com uma paródia sobre o jornalismo na internet. Verificamos, entretanto, que há *lugares*. Os sites ou blogs analisados apresentaram características distintas, não comportando um enquadre que os totalizassem em intenções e objetivos. Antes de nos remetermos aos estudos de caso, buscamos mostrar que as paródias sendo exercitadas na contemporaneidade marcam a atualização de um deslocamento do humor que já vinha sendo praticado em outros tempos. O exemplo do semanário *A Manhã*, fundado em 1926 pelo gaúcho Apparício Torelly (paródia do jornal *A Manhã*, de Mário Rodrigues) serve como emblema na história.

Os textos de *A Manhã* ressaltavam a oportunidade de trabalharmos com o conceito de ironia e alegria. A paródia envolve um mimetismo com inversões através de jogos com a linguagem. Mas a ironia acrescenta um vácuo de memória que permite circular sobre um assunto, fornecendo diversas considerações. O riso irônico coletivo minimiza hierarquias, regras e o peso de ideias por uma alegria implicada no desejo comunitário de fala sobre o contexto social. No caso do semanário de Torelly, esse tom alegre e irônico era espelhado em diversas visões - sobre o governo, as empresas, a Academia Brasileira de Letras, a Igreja e a própria imprensa. Analisamos os graus com que o tom do riso foi revisitado pela paródia jornalística implicada no blog e sites estudados.

No caso do blog *Falha de S. Paulo*, havia uma colagem de traços do jornal *Folha de S. Paulo*, tais como a diagramação do cabeçalho, trocadilho com o nome e remissão a funcionários do jornal. Mas o conteúdo é marcado por uma apropriação dos elementos para revertê-los como uma crítica ao próprio jornal. A imparcialidade da *Folha* foi posta em questão por fotomontagens e recursos de manipulação de conteúdos que procuraram revelar comprometimentos com um partido político, sendo citado inclusive um ministro do Supremo Tribunal Federal na teia de relações. Os blogueiros do *Falha de S. Paulo* espelharam uma outra visão do veículo da imprensa, rebatendo ainda em outras instâncias da sociedade.

O comprometimento da imprensa também era retratado por Apparício Torelly pelas edições do *A Manhã* no contexto dos anos 20 do século passado. Os jornais eram irrigados com dinheiro do governo e de empresas. Conforme relatamos, dados da época mostram que *A Noite* e *A Vanguarda* recebiam verba de empresas estrangeiras como a Light. *O Paiz* tinha os cofres contando com recursos do Banco do Brasil. *A Manhã* contava com a parceria de governos estaduais. Portanto, as postagens do blog *Falha de S. Paulo* dos diretores da *Folha* ao lado de políticos do PSDB e do ministro Gilmar Mendes atualiza uma questão sobre a credibilidade da imprensa, que pode ficar oculta diante do mito da imparcialidade.

Entretanto, ponderamos que o momento de *A Manhã* era outro, com espaço para uma imprensa mais pessoal e posicionamentos bem definidos das publicações. Os jornais se contra-atacavam inclusive, a depender da corrente que ocupavam – isso ficava claro no duelo *Jornal do Povo X A Offensiva* durante o impasse entre comunistas e integralistas após a ascensão de Getúlio Vargas como presidente nos anos 30. Após os anos 50, assumimos que - enquanto a capa da isenção ganhou força imbuída dos valores de objetividade, neutralidade e imparcialidade - aquele jornalismo artesanal, combativo e com humor perdeu espaço na

memória coletiva. A imprensa passou a simplesmente vir com o lema de garantir a livre circulação de informações, que consta na *Declaração Universal dos Direitos Humanos* de 1948.

O blog *Falha de S. Paulo*, ao tecer vínculos com a discursividade jornalística para provocar a *Folha* a ponto de ser censurado, deixou uma marca: mostrou que é possível ainda hoje uma revisão das práticas da imprensa. A emergência da paródia acarretou a apropriação de elementos jornalísticos, revocando e atualizando velhas práticas de uma imprensa combativa que incitou blogueiros nos dias de hoje – inclusive um dos autores do blog *Falha* cita Apparício Torelly para se defender da censura pedida pela *Folha de S. Paulo*.

Portanto, sugerimos que uma narrativa correu em paralelo a um veículo da imprensa contemporânea, com a apropriação de seu discurso para invertê-lo pela paródia e revertê-lo com viés de crítica à sua prática. A reversibilidade está ainda na revocação de um personagem da imprensa da primeira metade do século passado, que apesar de ter seu lugar na memória esquecido, está sendo revisitado. Haveria então uma brecha para a ressurreição alegre de um jornalismo paralelo que caricatura o jornalismo de hoje por uma ironia do destino?

Salientamos que o exemplo do *Falha de S. Paulo* deve ser visto em sua singularidade. Como demonstramos, há uma diversidade de sites e blogs de paródia do jornalismo na internet com suas respectivas propostas. Os níveis de ironia podem perpassar diversos assuntos. No caso do *Sensacionalista*, por exemplo, o idealizador Nelito Fernandes em entrevista nos afirmou que a sua tônica é o humor político. O *Meiu Norte* tinha um enfoque regional em assuntos do Piauí. Rafael Gustavo Neves, criador do *G17*, declarou ter o intuito de entreter, ainda que tenhamos percebido tons de ironia em assuntos sobre o governo.

Poderia haver humor sobre vários assuntos da sociedade, havendo inclusive divisão em editorias no *Sensacionalista*, *Meiu Norte*, *O Bairrista*. Entre as categorias estão esportes, mundo, tecnologia e até a previsão do tempo. Um veículo da imprensa optou inclusive por manter um blog de paródia de si como meio de acesso ao público leitor – caso da *Revista Piauí* e o *The i-Piauí Herald*.

Salientamos que o formato jornalístico sendo parodiado não é sinônimo de que haja uma crítica irônica ao jornalismo como reparamos no caso do blog *Falha de S. Paulo*. Contudo, admitimos que os realizadores dos sites, que através do rótulo do humor negam ter quaisquer relações críticas com a imprensa, ao desencadear a paródia, podem estar ocultando

seus objetivos. O caso de censura do *Falha* pode acionar mecanismos de autoproteção como a manutenção da identificação na base da página do *G17* de que se trata de “humor com notícias fictícias”.

Ressaltamos ainda ser quase unanimidade o ganho de recursos com publicidade, exposta nos sites. As exceções são poucas como no exemplo do blog de Joselito Müller que escapa à lógica financeira. A página é recheada de dólares e estrelas, lembrando as de Hollywood. No interior delas estão símbolos de empresas multinacionais como Coca-Cola, Mc Donald’s (Ronald Mc Donald’s) e Disney (Mickey Mouse); também uma bandeira da antiga União Soviética e uma foto semelhante a de Karl Marx. Num layout anterior, como mencionamos nesta dissertação, havia colagens do painel azul-platinado do *Jornal Nacional* da TV Globo com as letras JM no lugar do JN. As publicações são recheadas de ironias ao governo. No centro da página, está escrito “Jornalista Destemido” com a foto de um atirador - curiosamente, o jornalista Apparício Torelly antes de lançar suas ironias pelas páginas do *A Manhã* no Rio já era conhecido em Porto Alegre como franco-atirador.

Em todo caso, consideramos os gêneros textuais em suas capacidades de hibridismos, com estratégias políticas implicadas no contexto social. Diante da profusão de paródias do jornalismo, selecionamos três por uma metodologia específica para uma análise mais detida, considerando a intensidade e heterogeneidade dos sites e blogs em seus efeitos. Todos chegaram ao nível de parodiar o domínio de endereço na internet de portais da imprensa e as consequências foram diversas envolvendo constrição ou liberdade de atuação. O *Falha de S. Paulo* foi censurado (paródia do jornal *Folha de S. Paulo*); o *Meiu Norte* encerrou as atividades (trocadilho com *Meio Norte* do Piauí); e o *G17* seguia em vigor durante nossas análises (remonta ao portal *G1*).

Combinamos estratégias dos estudos latino-americanos em comunicação, de linguagem em gêneros textuais e métodos das Análises de Redes Sociais. Os *sociogramas*, como gráficos, ilustravam a partir dos sites de paródia, os possíveis relacionamentos com leitores, portais de jornalismo e outros blogs/sites de paródia. Os sites foram enfocados não só pela observação direta, mas também por entrevistas com os responsáveis e trabalhos a respeito deles. Além do mais, reparamos posturas diversas com relação à memória do próprio gesto. O blog *Falha de S. Paulo*, apesar de censurado, manteve um site com histórico de sua constituição e arquivos do processo em trâmite na justiça. O mesmo não pôde ser encontrado

sobre o *Meiu Norte*, ainda que tivesse suas atividades encerradas. O *G17*, por sua vez, mantinha uma ferramenta de busca para suas postagens antigas.

Gostaríamos ainda de acrescentar que a produção, circulação e consumo dos textos de paródia estão longe de significarem uma dinâmica inocente. De fato, o leitor é convidado a passar por visões de mundo espelhadas na linguagem, enquanto trafega na internet. A rede se mostra caracterizada pela hibridez composta de territórios de informação. Queremos dizer que os sistemas/subsistemas sociais utilizam a internet com demandas próprias, mas em um contexto de coexistência de ambientes informacionais em sua diversidade. O controle do fluxo de informação envolve a questão de ser localizado em meio à profusão de materiais e agentes produtores de conteúdo.

A multiplicação do acesso à internet ganhou força em uma escala geométrica recentemente, quando apontamos dispositivos móveis como celulares que acompanham as pessoas em circulação. Atingir internautas e ser localizado por eles virou questão de estratégia. Títulos, chamadas, memória do endereço de acesso são espécies de fontes para conquista de atenção – exatamente o ponto em que sites de paródia se apresentam imbuídos de vínculos com a discursividade jornalística.

Outros estudos poderão ser desenvolvidos visando explorar o tratamento específico que os sites de paródia do jornalismo podem dar a assuntos do cotidiano. O *Sensacionalista*, por exemplo, já produziu diversas matérias com o tema das eleições ou dos Jogos Olímpicos. Os mesmos sites que ilustraram estudos de caso nesta dissertação poderão continuar sendo acompanhados. O processo contra o blog *Falha de S. Paulo* ainda tramitava em instâncias superiores. O site *G17*, por sua vez, mudou o layout em questão de meses. A arrumação das notícias em julho já diferia do observado em fins de abril de 2015, ainda que mantivesse o espírito de ter as com maior destaque e outras com menor. Os links para as redes sociais haviam sido deslocados para o cabeçalho e o direcionamento para o portal anunciante POP News já não podia ser observado, ainda que outros tipos de publicidade existissem. Houve ainda adaptação para visualização em smartphones.

Outros sites de paródia também poderão surgir com determinadas características a serem investigadas. As pesquisas relacionadas ao tema só podem contribuir ainda mais para a construção do entendimento sobre este tipo de gênero textual, que destila ironias espelhando visões de mundo sobre setores da sociedade, incluso sobre o jornalismo. Desde já,

acreditamos ter mostrado a relevância do objeto por meio dos estudos de caso, incluindo um de censura judicial.

Os sites de paródia do jornalismo, com suas notícias fictícias a partir de colagens, fotomontagens, personagens inventados, podem aparentar ser apenas um pastiche de boatos para não serem levados a sério. Contudo, a partir dos estudos de caso e contextualização, buscamos apontar a necessidade de estabelecer um diálogo com a narrativa do humor. Não negamos ou ignoramos o gênero textual da paródia, mas correspondemos ao seu lugar de fala - que por uma ironia do destino, pode ser o nosso ou de outra imprensa que nos corresponda. As perspectivas nas narrativas podem criar alicerces para crítica. Neste caso, o boato até pode ser digno de ser notícia, ainda que fictícia - tratamos de considerá-lo imbuído de uma posição política no discurso.

Referências

ALAVARCE, Camila da Silva. **A ironia e suas refrações: um estudo sobre a dissonância na paródia e no riso**. São Paulo: Editora UNESP; São Paulo: Cultura Acadêmica, 2009.

BAKHTIN, Mikhail. **A cultura popular na Idade Média e no Renascimento: o contexto de François Rabelais**. São Paulo: Hucitec, 1987.

BAKHTIN, Mikhail. **Estética da criação verbal**. 6ª ed. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2011.

BARBOSA, Marialva. **Ficcionalidade e vestígios do passado: em cena o Barão de Itararé**. Revista Alceu, v.6, nº 11, jul-dez de 2005, p. 96 – 103.

_____. **História cultural da imprensa: Brasil – 1900 – 2000**. Rio de Janeiro: Mauad, 2007.

BATESON, Gregory; RUESCH, Jurgen. **Communication: The Social Matrix of Psychiatry**. New York: W. W. Norton & Company, 1951

BERGSON, Henri. **O riso: ensaio sobre a significação do cômico**. 2ª ed. Zahar Editores, 1983.

CHARAUDEAU, Patrick. "Identidade social e identidade discursiva, o fundamento da competência comunicacional", In : PIETROLUONGO, Márcia. (Org.) **O trabalho da tradução**. Rio de Janeiro: Contra Capa, 2009, p. 309-326, 2009 in **Patrick Charaudeau - Livres, articles, publications**, <http://www.patrick-charaudeau.com/Identidade-social-e-identidade.html>, acesso em 20/09/2014.

COLOMBO, Fausto. **Os arquivos imperfeitos: memória social e cultura eletrônica**. São Paulo: Editora Perspectiva, 1991.

CONCEIÇÃO, Ana Lúcia Corrêa da; DOMINGOS, Adenil Alfeu. "Site "Sensacionalista": Relação Jornalismo e Humor em uma Perspectiva Semiótica". In: **XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste**. Ouro Preto, 2012.

CONSTANTINO, Lucas Eduardo Marques. **The I-Piauí Herald: Uma paródia do jornalismo tradicional** Monografia Universidade Federal de Viçosa, 2013.

COSTA, Maria Cristina Castilho (Org.) **A Censura em debate**. São Paulo: ECA/USP, 2014.

DE ASSIS, Francisco & MARQUES DE MELO, José (Orgs.). **Gêneros jornalísticos no Brasil**. São Bernardo do Campo: UMESP, 2010.

DELEUZE, Gilles. **Conversações**. 2ª ed. Rio de Janeiro: Ed. 34. 2010.

FERRAZ, Salma. **Santa Ceia Profana** in Revista Brasileira de História das Religiões. ANPUH, Ano III, nº. 9, Jan. 2011.

FIGUEIREDO, Cláudio. **Entre sem bater: a vida de Aparício Torelly, o Barão de Itararé**. Rio de Janeiro: Casa da palavra, 2012.

FOUCAULT, Michel. **Microfísica do Poder**. Ed Graal, Rio de Janeiro, 1979.

FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel & AMARAL, Adriana. **Métodos de pesquisa para internet**. 2ª ed. Porto Alegre: Sulina, 2013.

GENETTE, Gérard. **Paratexts: Threshold of Interpretation (Literature, Culture, Theory)**. Trad. Jane Lewin. Cambridge: University Press, 1997.

GERSON, Deborah Cattani; DORNELLES, Beatriz. “The i-Piauí Herald e o caso Cachoeira: um estudo sobre falso noticiário”. In **Culturas Midiáticas**, v. 5, nº 2, 2012.

GOFFMAN, Erving. **Os quadros da Experiência Social: Uma perspectiva de Análise**. Petrópolis: Vozes, 2012.

GUATTARI, Félix & ROLNIK, Suely. “Subjetividade e História” in **Micropolítica: Cartografias do Desejo**. 4ª ed. Petrópolis: Vozes, 1996.

HALBWACHS, Maurice. **A Memória Coletiva**. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 1990.

HOHLFELDT, Antonio, MARTINO, Luiz C. & FRANÇA, Vera Veiga. **Teorias da Comunicação: Conceitos, escolas e tendências**. Ed 13ª. Petrópolis: Editora Vozes, 2013.

HUTCHEON, Linda. **Uma teoria da paródia – Ensino das formas de arte do século XX**. Edições 70: Rio de Janeiro, 1985.

JEUDY, Henri-Pierre. **A ironia da comunicação**. Trad. Caroline Chang. Porto Alegre: Sulina, 2001.

LEMOS, André. “City and mobility. Cell phones, post-mass functions and informational territories”. In **Revista Matrizes**, nº 1, outubro de 2007, p. 121- 137.

LEMOS, André. “Mídias massivas e pós-massivas no fluxo das redes. In **Revista IHU Online – Revista do Instituto Humanitas Unisinos**, nº 447, ano XIV, junho de 2014, p. 28-30.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. **Pesquisa em comunicação**. 7ª ed. São Paulo: Edições Loyola, 2003.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: Editora Ufrj, 2003. Prefácio à 5ª edição castelhana incluída na reimpressão.

_____. **Ofício do Cartógrafo**. São Paulo: Ed, Loyola, 2004.

MATTELART, Armand e Michèle. **História das teorias da comunicação**. 15ª ed. São Paulo: Loyola, 2012.

OLIVEIRA, Carícia Temporal Soares Raposo de. **Isentos de verdade: a nova sátira dos jornais de mentira**. Monografia Universidade de Brasília, 2011.

PAIVA, Raquel. **O espírito comum: comunidade, mídia e globalismo**. Rio de Janeiro: Mauad, 2003.

PAIVA, Raquel & SODRÉ, Muniz. **O Império do Grotesco**. Rio de Janeiro: Mauad, 2002.

PALÁCIOS, Marcos. “Fazendo Jornalismo em Redes Híbridas: Notas para discussão da Internet enquanto suporte mediático”. **Jornalismo Cultural Revista Online da PUC-MG**, <http://www.fca.pucminas.br>, 2003.

PALACIOS, Marcos; MIELNICZUK, L. “Considerações para um estudo sobre o formato da notícia na Web: o link como elemento paratextual”. **Pauta Geral**, Salvador, v. 9, nº. 4, p. 33-50, 2002.

RIBEIRO, Ana Paula Goulart; SACRAMENTO, Igor & ROXO, Marco. **Televisão, história e gênero**. Rio de Janeiro: Editora Multifoco, 2014.

ROVAI, Renato. “A mídia livre, a blogosfera progressista e a democratização da comunicação no Brasil em Creative Commons”. In: **XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Foz do Iguaçu, 2014.

SALIBA, Elias Thomé. **Raízes do riso: a representação humorística na história brasileira: da Belle Époque aos primeiros tempos do rádio**. São Paulo: Companhia das Letras, 2002.

SANT’ANNA, Afonso Romano de. **Paródia, Paráfrase & Cia**. 7ª ed. São Paulo, Ática: 2003.
SANTO AGOSTINHO, **Confissões**, Livro X. Trad. Arnaldo do Espírito Santo, João Beato, Maria Cristina. Coleção Textos Clássicos de Filosofia. Universidade da Beira Interior: Covilhã, 2008.

SODRÉ, Muniz. **Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009 a.

SODRÉ, Muniz. **A narração do fato: notas para uma teoria do acontecimento**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009 b.

SODRÉ, Muniz. **As estratégias sensíveis: afeto, mídia e política**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2006.

SOUSA, Emanuel Barbosa de. **Estudo sociorretórico do Gênero Notícia Satírica: o caso do Portal Meunorte**. 2013. 233 f. Dissertação (Mestrado em Letras). Universidade Federal do Piauí, Teresina, 2013. <https://drive.google.com/file/d/0BroQVeogMnGRDBCZ2M0SnJpcVk/edit?pli=1>, acesso em 27/03/2015.

ZELIZER, Barbie. **Covering the body: the Kennedy assassination, the media and the shaping of collective memory**. Chicago: The University of Chicago Press, 1992.

Entrevistas

BOCCHINI, Lino. Entrevista ao autor, em 01/04/2015.

FERNANDES, Nelito. Entrevista ao autor, em 17/04/2015.

NEVES, Rafael Gustavo. Entrevista ao autor, em 23/03/2015.

Gravuras:

Leonardo Da Vinci, **L’Ultima Cena**, <http://www.milaonasmaos.it/a-santa-ceia-de-da-vinci-historia-e-curiosidades/>, acesso em 24/11/2014.

Santa Ceia Holywoodiana,

http://3.bp.blogspot.com/_8q6_Nu_s0rM/T.F9qlqmL4bI/AAAAAAAAHL0/pFRd7Ao_eBM/s1600/santa-ceia_hollywood.jpg, acesso em 12/06/2014.

Músicas

VANZOLINI, Paulo. “Ronda”. Intérprete: Márcia. In: VANZOLINI, Paulo. **Acerto de Contas**. Rio de Janeiro: Biscoito Fino, 2003. CD. Disco 2, faixa 1.

VELOSO, Caetano. “Sampa”. Intérprete: Caetano Veloso. In: VELOSO, Caetano. **Muito (Dentro da Estrela Azulada)**. Rio de Janeiro: Polygram do Brasil, 1978. Disco Sonoro, faixa 6.

Pesquisas:

“Pesquisa Brasileira de Mídia: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira”, **IBOPE / Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República**, <http://www.ibope.com.br/pt-br/noticias/Documents/PesquisaBrasileiradeMidia2014.pdf>, acesso em 02/09/2014.

Processos:

Processo 0184534-27.2010.8.26.0100, 29ª Vara Cível - Foro Central Cível – Tribunal de Justiça de São Paulo.

Poemas

Gonçalves Dias. **Canção do Exílio**, http://www.ufrgs.br/proin/versao_1/exilio/index01.html, acesso em 20/09/2014.

Oswald de Andrade. **Canção de Regresso à Pátria**. http://www.releituras.com/oandrade_canto.asp, acesso em 20/09/2014.

Revistas:

“É tudo mentira” in **Revista O Globo**, Rio de Janeiro, n 404, 22/04/2012, p. 24-29.

Vídeos:

“Atendendo a pedidos”. **Porta dos Fundos**, <http://youtu.be/NTFk1Oy6x0Q>, acesso em 14/09/2014.

Web Sites:

Blog Desculpe a nossa fAlha, <http://desculpeanossafalha.com.br/#>, acesso em 2014-2015.

Blog Joselito Müller – Jornalismo Destemido, <https://joselitomuller.wordpress.com>, acesso em 2015.

Blog The i-Piauí Herald, <http://revistapiaui.estadao.com.br/blogs/herald>, acesso em 2014.

Portal Folha de São Paulo, <http://www1.folha.uol.com.br/especial/2014/eleicoes/>, acesso em 2014.

Portal Meio Norte, www.meionorte.com, acesso em 2013.

Portal Meu Norte, www.meiunorte.com, acesso em 2013.

Portal G17, <http://www.g17.com.br/>, acesso em 2013-2015.

Portal G1, <http://g1.globo.com/index.html>, acesso em 2013-2015.

Portal O Bairrista, <http://obairrista.com/>, acesso em 2014.

Portal Porta dos Fundos, <http://www.portadosfundos.com.br>, acesso em 14/09/2014.

Portal Sensacionalista, <http://www.sensacionalista.com.br/>, acesso em 2014-2015.

Portal The Onion, <http://www.theonion.com/>, acesso em 2015.

“Best-Informed Also View Fake News, Study Says” **The New York Times**. Disponível em http://www.nytimes.com/2007/04/16/business/media/16pew.html?_r=0, acesso em 21/11/2014.

“Introdução à crítica da filosofia do direito de Hegel”. In **Marxists Internet Archive**, <http://www.marxists.org/portugues/marx/1844/criticafilosofiadireito/introducao.htm>, acesso em 15/09/2014.

ANEXOS

Anexo 1 Entrevista com Lino Bocchini, feita por email, em 01/04/2015

F.M. Precisava antes só de uma confirmação do seu perfil: eu o tenho como Lino Ito Bocchini, jornalista de São Paulo (é isso mesmo, teria algo a acrescentar?) E que você criou o Falha junto ao seu irmão Mario Ito Bocchini, também jornalista (confirma?). Eu vi que quem foi citado no processo foi seu irmão. Foi só ele mesmo citado? E se ele está envolvido na organização do Desculpe a Nossa Falha junto com você também?

L.B. Sim, meu nome é este, e sou jornalista. Já trabalhei em vários veículos, aqui no meu *linkedin* tem mais detalhes: <https://br.linkedin.com/pub/lino-bocchini/64/23/923>. O Mário é programador e designer. Só ele está citado no processo original porque era no nome dele o registro do blog. Foi uma coincidência, por ele ter mais familiaridade com o tema. Éramos uma dupla, eu no conteúdo e ele na parte de programação e design. Ambos concordando com tudo o que era feito. Passei a responder solidariamente ao processo e acabei tornando-me o porta-voz, de novo pelas nossas características pessoais (sou mais extrovertido etc).

F.M. Como você enxerga a missão que teve o Falha? O ideal a ser alcançado? É uma missão que continua de outras formas mesmo após a censura? O que o Falha significou para ti como um gesto na sua vida?

L.B. O batido ditado de “fazer do limão uma limonada” aqui faz sentido. Poucos duvidam, mesmo dentro da Folha, que o tiro (processo) deles não tenha saído pela culatra. Tratava-se de um pequeno blog, iniciante, com menos de um mês de vida. Depois do processo foi notícia no mundo todo (Financial Times, Wired etc) e recebeu a solidariedade de um relator da ONU, de Julian Assange e da organização Repórteres Sem Fronteiras. Tomou uma dimensão muito grande pelo ineditismo. E cumpriu sua missão, sem dúvida. Para mim e meu irmão, tornou-se um marco de luta pelo coletivo em nossas vidas.

F.M. Qual foi a inspiração, o que você viu ao seu redor que o levou a criar o Falha (fique à vontade para escrever também se houve conselhos, colaborações, o ambiente de criação do blog)?

L.B. A inspiração maior (e única) foi mesmo a indignação com a hipocrisia da Folha, que se diz imparcial, apertadária, na verdade, tem um lado claro, tem suas preferências – como todo veículo de comunicação, aliás. E aí o problema não é a parcialidade. É a negação dela, é a falta de transparência com o leitor. A feitura do site, o dia a dia era tocado por apenas eu e o Mário mesmo, até porque a Falha não tinha toda essa sofisticação nem um enorme volume de conteúdo (apesar da atualização diária).

F.M. A semelhança em paródia com a Folha chegou ao ponto de realizar um trocadilho com o nome, além de aspectos da tipografia. Qual era o alvo do humor? Era a Folha; ou era não só a Folha, mas a imprensa em geral também; ou também autoridades; ou tudo isso? Se puder comentar também sobre a constituição do layout do site, quais eram os pontos visados?

L.B. Era a Folha, especificamente. Porque entendemos ser ela o exemplo máximo da hipocrisia da imprensa e do mito da imparcialidade no jornalismo. E por isso mesmo adotamos uma fonte e um logotipo semelhantes. Foi proposital. E aí, nem de longe, inventamos a roda. O Barão de Itararé, na primeira metade do século passado, editou “A Manhã”, satirizando “A Manhã”. No Brasil o mesmo expediente foi largamente utilizado pelo Pasquim, Cassetta e Planeta, Jaguar, Comédia MTV, Angeli e por praticamente todos os demais humoristas e cartunistas brasileiros e estrangeiros. Ao se parodiar algo ou alguém, usam-se elementos próximos ao objeto ou pessoa parodiada. É assim que funciona. Quando você vê alguém com barriga e barba falsa e uma voz rouca imitando o Lula, você sabe que não é o Lula verdadeiro. A mesma lógica foi usada pela Falha ao utilizar elementos da Folha. E aí nada tem de novo em relação ao que é feito diariamente em todos os lugares, inclusive na própria Folha – em suas charges ou na coluna do José Simão, por exemplo. A novidade foi, isto sim, a repressão por parte da empresa da família Frias.

F.M. Há outros sites G17 (ainda em vigor) e Meiu Norte (já com atividades encerradas) que também realizaram trocadilhos com o nome de veículos da imprensa. Como você vê o Falha nesse contexto tendo passado por censura? E como você enxerga a continuidade do G17, por exemplo, até hoje?

L.B. Vejo que o G1, ao contrário da Folha, está mais antenado com o que acontece no mundo todo. A sátira a veículos de imprensa é comum. Nos EUA e na Europa, chega ser banal. No Brasil, há os exemplos que você citou e muito outros, como a conta de twitter @estadaos, que inclusive utiliza o MESMO logotipo do Estadão. A grande diferença é que as outras empresas parodiadas tiveram, primeiro, senso de humor. E, segundo, perceberam que, no século XXI e em uma democracia, promover a censura não faz o menor sentido.

F.M. Sobre a decisão judicial. Como você a enxerga? Estava nos autos que havia problemas com relação à lei de propriedade industrial, com a paródia de uma marca sendo feita havendo link para a revista Carta Capital, uma concorrente da Folha. A possibilidade da paródia não estaria sendo negada, mas o lucro obtido por meio de concorrente da marca alvo da paródia. Contudo, o G17 mantém link para o Pop News, um portal de notícia. Enfim, qual a sua conclusão sobre este processo na justiça e aproveitou para perguntar se você tinha o Falha como um meio de trabalho, de conseguir lucro, ou não? O G17 comenta que tem marca registrada, vocês tinham essa preocupação? Fique à vontade para falar sobre isso...

L.B. Nós registramos a marca Falha, e foi por este meio que nos acharam, e por isso é que meu irmão quem está nominado na peça inicial do jornal contra nós. E fizemos questão de registrar normalmente, com nome, endereço e cpf, tudo certinho, porque não estávamos fazendo nada de errado. Não havia motivo algum para se esconder. Outro ponto: o proprietário do Jornal, Otávio Frias Filho e o editor-executivo Sérgio

Dávila assinaram uma carta, por ocasião da audiência pública sobre o caso no Congresso, insinuando estarmos “a serviço de alguém”. Sei que é difícil para quem leva toda sua vida sob uma ótica dinheirista entender isto, mas não, não havia ninguém “por trás” da Falha. E nunca ganhamos um centavo com o blog. Pelo contrário, estamos agora gastando dinheiro do nosso bolso com nossa defesa na justiça. Nunca teve um único banner de publicidade nem link promocional. Fizemos a Falha porque acreditávamos que era uma boa iniciativa para desmascarar a Folha, apenas isso. A reação violenta do jornal mostrou que estávamos certos...

F.M. A paródia sobre a imprensa não é antiga, mas há novos espaços para atuação com a internet. Como você situa o humor sobre a imprensa hoje? Há riscos, obstáculos, frutos a serem conseguidos?

L.B. Conforme exemplificamos com o Barão de Itararé, a paródia da imprensa é, sim, antiga. A grande novidade é a reação agressiva dos parodiados, apelando à Justiça para censurar quem os parodia. A imprensa não é um ser sagrado. Faz parte da sociedade tanto quanto qualquer outra empresa ou iniciativa. E, ao fazer parte da sociedade e influenciá-la, é obrigatoriamente alvo de críticas, sejam elas pela forma que for, paródia ou não. E é saudável para a democracia que seja assim.

F.M. De todos os sites e blogs talvez o Falha de São Paulo seja o mais emblemático em termos de documentação. Você ainda mantém um site com o histórico do processo. E as pessoas replicaram posts com as imagens do Falha. Como você vê a repercussão da censura e as pessoas replicando imagens do Falha; imagens que você fez mas cujo ato de postagem transcendeu, porque partiu depois de terceiros? Você esperava por isso? E como você, com o Desculpe a Nossa Falha, vê sua ação enquanto mantendo a memória do caso?

L.B. Resolvemos manter a memória do caso até pela enorme repercussão que teve, e porque virou objeto de estudo em universidades de direito e de jornalismo. Perdi a conta de quantas palestras já dei sobre o assunto, no Brasil todo. Credito tudo isto à gravidade e ao ineditismo do caso. Se a Folha vencer em última instância, como é a primeira vez no Brasil que um grande veículo censura pessoas físicas via justiça por uma paródia, um precedente perigoso será aberto. Haverá uma jurisprudência para que outros façam o mesmo.

F.M. Há projetos futuros sobre o Falha de São Paulo, livros, por exemplo?

L.B. Por enquanto nosso objetivo é ganhar o processo. A disputa Folha X Falha está no STJ, após as decisões negativas na justiça paulista. Esperamos que, em Brasília, os ministros compreendam que trata-se de uma questão vital para a liberdade de expressão. Após o desfecho, vejamos o que virá...

Anexo 2 Entrevista com Rafael Gustavo Neves, feita por email, em 23/03/2015.

F.M. Rafael antes de tudo precisava só de um perfil seu: nome, idade e qualificação (eu o tenho como administrador de empresas, ok?)

R.N. Rafael Gustavo, 32 anos, administrador sim, mas atuei como ‘jornalista’ editando um jornal durante o período de 2003-2011, atualmente trabalho com investimentos no setor imobiliário.

F.M. A data de criação do G17 foi maio de 2011? Qual foi a inspiração e contribuições? (Fique à vontade para discorrer sobre o que você via ao redor e que o levou a criar o site; também pode contar sobre o ambiente ao entorno se você teve/tem apoios, conselhos, amigos na iniciativa)

R.N. O G17 foi colocado no ar, inicialmente, em 2009/2010 (não lembro bem) como um encurtador de URL para facilitar o dígito no navegador para o site do jornal *gazetadoagreste.com.br*. Fiz uso do redirecionamento de G17 para *gazetadoagreste.com.br* apenas alguns meses. Removi e no final de 2010 coloquei o G17 novamente no ar, mas desta vez como um site de humor do tipo “besteirol”, com tirinhas, piadas, vídeos engraçados, no estilo dos tantos blogs de humor que tem na rede. Ainda em 2010 desisti do site, por não ter tempo para atualiza-lo. Em 2011 surgiu a ideia de criar um “jornal de humor”, lembrei o domínio G17 e resolvi utilizá-lo para este projeto que até hoje segue no ar.

F.M. Qual o objetivo a ser alcançado com o G17? É o humor sobre a imprensa, sobre personalidades, sobre políticos ou tudo isso? Como você enxerga o seu gesto na sua vida com o G17?

R.N. O G17 surgiu como um jornal no estilo do americano The Onion, também semelhante ao brasileiro Sensacionalista. G17 é um jornal de humor que faz piadas com os fatos, exagera no conteúdo das reportagens e produz notícias fictícias com tom de piada, crítica, sátira.

F.M. A semelhança do G17 com o portal G1 é enorme como paródia. Há o trocadilho do nome e num histórico do G17 o design do site foi mudando... de início era mais próximo ao G1 e depois foi se distanciando. Mas o vermelho e o trocadilho do nome persistem. Por que a paródia com o G1? E sobre a mudança do design do site ao longo do tempo, como você vê essa transformação?

R.N. O G17 entrou no ar azul. Pensei em deixá-lo vermelho porque ficaria mais com cara de “jornal”. Alguns colegas disseram “vai ficar parecido com o G1”, e os leitores associaram o site a uma sátira do G1. Não foi proposital kkk. Com relação a mudança no design, é normal em tempos em tempos lançarmos um visual novo para não cansar os leitores com aquele mesmo design. A paródia com o G1 sempre existirá, na mente dos leitores, já o visual sempre será renovado, mas continuará sempre parecido com um portal de notícias, já que se trata de um jornal, embora humorístico e fictício.

F.M. Sobre as dificuldades de implementar o site, o que pode comentar sobre isso? O G17 hoje tem marca registrada, certo? Foi difícil todo esse processo de ter um registro do nome? Por que de registrá-lo e por que isso foi necessário?

{Numa consulta ao INPI, a marca aparece vinculada à empresa G20 Representações, Participações Reppar LTDA, confirma?}

{Fique à vontade para comentar obstáculos vencidos e por vencer no trabalho com o site}

R.N. Não sei te responder com exatidão, pois os registros de empresa, nome, domínios, foram feitos através do jornal, por empresas terceirizadas e amigos que sempre me auxiliaram em alguns negócios. O jornal foi extinto por falta de mercado e paciência da minha parte de mantê-lo vivo sem obter lucros, pois se tratava de um jornal pequeno, circulando em uma região pequena.

F.M. O G17 é utilizado em que sentido? Há uma meta de vida a ser atingida, causar certo efeito nas pessoas? Seria um meio de trabalho e auto-sustento? (fique à vontade para discorrer). O site rende lucros a você, sendo possível enxergá-lo como um trabalho? Como você vê as parcerias como o portal POP da GVT?

R.N. O G17 é divertido para quem ler e para quem faz. Tenho o site como uma ferramenta de entretenimento, não só para a minha pessoa, mas também para os que colaboram e leitores. Não é auto-sustento, talvez um “auto-prejuízo” hahaha. É um hobby. Não enxergo como trabalho, mas reconheço que o site tem a obrigação de ser sempre atualizado para manter vivo, os fãs, que até hoje acompanham as publicações. Mas, às vezes, o site fica semanas sem atualizações. As parcerias são importantes, principalmente para troca de tráfego, como é o caso do POP.

F.M. Sobre o contexto do site. Como você vê a paródia sobre a imprensa?

R.N. É divertido. Você ler uma notícia e imagina que cômico seria se fosse verdade. O Brasil é um país piadista, as pessoas são bem humoradas e gostam de passar parte do tempo na internet vendo coisas engraçadas.

F.M. O G17 continua em vigor, mas o Meu Norte encerrou as atividades há dois anos e o Falha de São Paulo foi censurado. Como você enxerga a sobrevivência do G17 como site paródia e o fim de outros?

R.N. Não conheço os fatos que levaram o Meu Norte a encerrar as atividades e as razões da censura do “Falha de São Paulo”. Mas, estes formatos de sites/blogs (voltados para o humor), mesmo obtendo um bom volume de acessos, não tem muito valor comercial e não rendem muito, dependem exclusivamente da força de vontade do editor para permanecer vivo. Muitos editores de sites/blogs querem lucrar e quando não conseguem desistem para se dedicarem a outra coisa.

F.M. Quais são seus projetos futuros com o G17?

R.N. Acredito que em maio o G17 será reformulado para atender aos padrões de design dos sites atuais, mais moderno e mais fácil de ser visualizado pelas telas dos smartphones. Além do design, estamos pensando em inserir novas editorias, todas voltadas para o humor, claro. Ainda com relação aos projetos futuros, não temos como afirmar o que vem pela frente porque tudo depende da boa vontade de quem faz o G17, editores, programadores, colaboradores. Já pensamos em trabalhar com vídeos, mas esta ideia anda engavetada. Quem sabe futuramente dê certo.

Anexo 3

Entrevista com Nelito Fernandes, feita na casa dele, no Alto da Boa Vista, Rio de Janeiro, RJ, em 17/04/2015

Entrevistador: Filipe Macon

Projeto: Dissertação de Mestrado “Os Lugares da Paródia do Jornalismo na Internet”

Data da transcrição: 28/04/2015

Entrevista: 17/04/2015

F.M.- O *Sensacionalista* tá aí né, pelo Multishow e tudo, hoje em dia os projetos quais são [...] vocês continuarem no site?

N.F.- O *Sensacionalista* começou em 2009, eu era redator do *Casseta & Planeta* e eu fui demitido, o programa estava passando por algumas reformulações, e eu tava lá há três anos, eu entrei logo depois da morte do Bussunda. E o programa tava ali naquele momento já discutindo formatos e rumos, e eles decidiram fazer uma reformulação lá e eu fui demitido. E na época eu trabalhava na *Revista Época* porque eu sempre me dividi entre o humor e o trabalho jornalístico. Eu era repórter, eu sou jornalista de profissão. Eu fui repórter durante vinte anos. E [...] aí fui demitido do *Casseta* e eu sempre quis [...] eu sempre [...] quis fazer humor. Mesmo sem saber, lá no início, eu já queria fazer humor. Só que num determinado momento da minha vida, eu nem sabia que isso era possível, alguém viver de fazer humor. Mas em vez de ficar abrindo parêntesis, eu vou contar a história do site direto e depois a gente volta nisso se for o caso. Então eu fui demitido do *Casseta* em 2009 [...] aí eu pensei, bom: o que é que eu vou fazer pra continuar fazendo humor [...] né, que é que vai me permitir continuar fazendo humor [...] eu tinha tido uma experiência anterior de internet [...] há muitos anos eu fiz um blog chamado *Eu hein* [...]

F.M.- Premiado e tudo [...]

N.F.- É [...] ganhou 5 ibests [...] era [...] era [...] era um blog assim [...] que na época [...] fez muito sucesso. Inclusive o *Eu hein* teve a honra de lançar o *Kibe Loco* [risos] engraçado isso. A gente deu o link lá pra ele [...] o Pedro [Antônio Pedro Tabet, fundador do *Kibe Loco*] era colega nosso [...] gostava muito do site [...] enfim [...] o Tabet [...] né [...] e a gente chegou até na época a discutir, lá tô eu abrindo parêntesis de novo, vou voltar para o *Sensacionalista*, então eu tinha tido essa experiência com o *Eu hein*, que acabou me levando ao *Casseta*. O sucesso do *Eu hein* me levou ao *Casseta*. E eu não [...] não tava conseguindo equilibrar o *Casseta* e o *Eu hein* [...] né [...] e eu acabei fechando o *Eu hein* nesse período e [...] fazendo o *Casseta*. E o *Casseta* eu fiquei três anos, fui demitido, e fiquei pensando: bom, que é que eu

vou fazer, e como eu tinha nascido ali na internet [...] né, aí eu falei, bom vou fazer um site [...] porque [...] site não precisa de ninguém te dar emprego [...] ninguém avaliar [...] se eu quiser fazer um blog aqui agora, eu faço. E eu era muito fã, gostava muito de um [...] site americano chamado *The Onion*...e olhei [...] falei pô [...] não tem nada disso [...] não tem parecido aqui no Brasil [...] eu não sei se já existia o *Piauí Herald* na época ou não [...] eu acho que não. Não tenho certeza [*The i-piauí Herald*, blog de paródia da *Revista Piauí*, primeira postagem foi em 6 de dezembro de 2009]. Mas aí eu fiz um primeiro site chamado *Diário de Hoje*, não [...] não foi o *Sensacionalista* ainda [...] era o *Diário de Hoje*, que tinha essa cara de jornal e tal, mas ele era muito mão [...] mão pesada [...] tinha palavrão no título [...] muito humor negro [...] eh [...] não, não, não rolou [...] não decolou.

F.M.- Você tem ideia desse humor negro, ter isso contigo, mas ao mesmo tempo, você fica preocupado com os excessos né?

N.F.- É [...] na verdade assim, eu, na é [...] eu [...] eu gosto de [...] fazer humor negro [...] gosto de fazer humor politicamente incorreto [...] mas isso não é muito bem aceito hoje né [...] até o termo humor negro já é condenado [...] então [...] pessoal que gosta do humor afrodescendente não [risos] não aprovou muito aquela proposta do [...] *Diário de Hoje*.

F.M.- Aham [...]

N.F.- Mas assim, eu encaro isso com muita tranquilidade [...] porque isso é uma escolha. Você pode ficar [...] a- [...] atrelado e apegado àquela tua ideia [...] e ficar defendendo aquilo ali, mas você vai falar pra meia dúzia [...] né, ou você pode ir se adequando ao gosto do público e atingir quinhentos mil [...] né...como a gente hoje tem no *Sensacionalista* [...] a gente já teve dias que teve oitocentas mil visitas num só dia. E eu acho que é assim [...] o [...] o humorista, o comediante, o roteirista, o artista em geral né [...] embora não me considere artista [...] mas [...] é [...] você quer ter público, você quer ter plateia, não adianta você ficar falando sozinho e rindo sozinho porque aí você tá mais candidato a pinel do que a [...]

F.M.- [risos]

N.F.- Então eu fechei o *Diário de Hoje*, eu parei de fazer [...] mas fiquei com aquela coisa assim [...] poxa [...] é [...] tem alguma coisa aí que eu não consegui captar [...] né [...] primeira coisa que eu identifiquei logo de cara é que o nome, ele dava margem à confusão [...] de achar que [...] embora ele fosse uma piada em si [...] *O Diário de Hoje* [...]

F.M.- Sei [...]

N.F.- Quem entrava ali [...] não, não, não [...] não identificava que aquilo era realmente um [...] achava que era um jornal mesmo [...] entendeu? [...] Então eu falei [...]

F.M.- Coisa séria [...]

N.F.- É [...] eu falei: tem que ser um nome que [...] eh [...] já de cara a pessoa veja que [...]

F.M.- É piada [...]

N.F.- É piada, pode ter a cara de jornal, mas já de cara ele tem que deixar muito claro que seja piada [...] e eu cheguei nesse nome *Sensacionalista*. É [...]

F.M.- [risos]

N.F.- O que tava disponível [...] não [...] não tinha um domínio registrado com esse nome, falei pô [...] esse nome é muito bom [...]

F.M.- É [...]

N.F.- Antes de saber exatamente o que seria eu registrei logo o domínio [...] entendeu? [...] e já deixei ele ali [...] aí comecei a me empolgar e aí fiz [...] mas ele ainda tinha uma pegada [...] ainda forte. É [...] tanto que eu me lembro que a primeira manchete do *Sensacionalista* que eu fiz [...] foi [...] "Perna Mec" [...] o Roberto Carlos tava fazendo 50 anos de carreira né [...] quando o *Sensacionalista* foi lançado em 2009 e a primeira [...] primeira notícia do *Sensacionalista* foi "Perna Mecânica de Roberto Carlos completa 50 anos de carreira" [...]

F.M.- Ai gente [risos]

N.F.- É [...] e [...] aí fiquei naquela coisa, na época não tinha muita rede social, eu acho que só tinha o Orkut mas eu nem tinha o Orkut [...] eh [...] aí eu ficava mandando pros colegas sabe? Eu era aquele cara chato que fica mandando o link da coisa que tá fazendo né [...]

F.M.- Aham [...]

N.F.- Aí eu fazia as notícias e mandava pros colegas [...] fazia as notícias e mandava pros colegas. Numa dessas [...] o Marcelo Zorzanelli que trabalhava na Revista *Época* também comigo lá [...] só que ele era da sucursal de São Paulo [...]

F.M.- Aham [...]

N.F.- Aí falei pra ele: Cara, tô fazendo esse site aqui, dá uma olhada lá e tal [...] aí ele viu e falou pô [...] muito maneiro [...] pô vou fazer também [...] vamos fazer juntos [...] aí não sei que lá [...] aí eu [pausa para beber água] comecei assim [...] essa foi pra [...] alguém vai ouvir ou vai ser pra você transcrever?

F.M.- A gente [...] essa entrevista ela [...] a ideia é que seja um [...]

N.F.- Uma memória [...]

F.M.- Um acervo, uma memória [...] a dissertação, a ideia é que fique no anexo, mas [...] se desse pra publicar também [...]

N.F.- Tá entendi [...]

F.M.- Até depois da entrevista, eu transcrevendo, ia trazer pra você, pra você vê e tudo [...]

N.F.- Beleza, aí assim, eu só ia explicar que a pausa foi pra beber água [risos]

F.M.- Ahh tá [risos]

N.F.- É [...] e aí assim, aí o Zorzanelli começou a fazer comigo, a gente começou a dividir o [...] o site. E a Martha Mendonça, que é minha mulher, trabalhava comigo lá na Época também [...] ela começou a gostar [...] ela começou a achar engraçado e tal [...] e aí falei pô [...] por que você não faz também? Eh [...] e achava legal ter uma mulher, a gente já tinha feito algumas coisas juntos, depois a gente escreveu livro [...]

F.M.- Muitas coisas juntos [risos]

N.F.- É, mas nessa época ainda não [...] tava meio embrionário ainda a parceria literária [...] a parceria sexual já [riso] já [riso] já acontecia [risos]

F.M.- [risos]

N.F.- Aí ela começou a fazer o site também [...] e o Zorza [Zorzanelli] descobriu o [...] Leonardo Lanna, que na época tinha um [...] ainda tem até hoje um twitter chamado [...] microcon [...] microcontoscas [@microcontoscas]. Ele é um excelente frasista. Aí ele me mostrou e falou “pô [...] o que você acha de a gente chamar esse cara pra fazer junto e tal” [...] Aí eu falei "porra bicho, chama o cara, muito bom [...] muito bom" [...] eh [...] então éramos três jornalistas né, eu, a Martha e o Zorzanelli [...] e o Lanna, que não tem nada a ver com [...] com jornalismo, ele é historiador [...] professor de história, na época trabalhava numa empresa no Centro do Rio. E com essa formação [...] a gente começou a fazer e aí começou a [...] a andar, começou a ter mais acesso, começou a ter mais visitas e tal [...] logo em seguida veio o facebook, e aí a gente começou a colocar as notícias no facebook e o site começou a crescer. E rapidamente ele virou um programa de televisão. Eh [...] tanto que o site estreou em 2009 e o programa estreou em 2010, foi muito rápido [pausa para beber água]. Hoje assim, olhando em perspectiva, acho que foi até rápido demais, a gente devia ter esperado um pouco [...] pra ter ido pra TV. Mas eu tenho assim [...] eu tenho 45 anos né [...] meu pensamento é antigo [...] eu sou da época em que as pessoas queriam ir pra televisão, não encaravam o [...] a internet como um fim [...] entendeu? [...] eh [...] então [...] tanto que eu saí da-da [...] da TV, fiz um site, e do site eu fui pra TV de novo, fazer um programa de TV. Eu nunca pensei assim, ahh [...] o *Sensacionalista* vai ter um fim em si mesmo [pequenas batidas na mesa]

F.M.- Uhum [...]

N.F.- Entendeu? [...] Mas aí eu já tinha trabalhado com o Bruno Mazzeo na TV Globo, no *Domingão do Faustão* [...] e [...] falei pra ele "cara [...] pô [...] que é que você acha aí [...] a gente tá fazendo esse site e eu fiquei imaginando como seria isso na televisão né [...] uma bancada [...] né, apresentando tipo *Jornal Nacional* né [...] uma coisa séria". Aí ele falou "porra, cara faz um projeto aí que eu te [...] te apresento lá ao Christian Machado", que era [...] que ainda é até hoje o coordenador do Multishow [...]

F.M.- Uhum [...]

N.F.- E pô [...] fiz um projeto assim [...] levei três folhas impressas [...] né [...] Christian até [...] até hoje toda vez que ele me encontra ele fala assim “pô [...] o cara aparece aqui com [...] com um projeto escrito num papel de pão” [risos] e ele gostou [...] ele entendeu [...]

F.M.- Foi escrito num papel de pão?

N.F.- Não, foi escrito em folha comum, meio amassada assim [...]

F.M.- Ah tah [risos]

N.F.- É [...] levei pra ele lá e ele gostou, mostrei pra ele como o site viralizava no twitter, na época, o twitter era muito forte [...]

F.M.- Aham [...]

N.F.- É [...] e aí pô [...] depois desse encontro [...] em três meses o programa já estava entrando em produção. A gente começou a mandar notícia, fazer, fazer o [...] fechar o formato e [...] fazer [...] e a gente ficou muito feliz com isso. Pra mim então teve um [...] uma coisa de vitória pessoal porque eu tinha sido demitido né [...] no *Casseta* [...] e pouco tempo depois eu voltava como redator final num programa [...] foi um bom salto na carreira. Mas o programa tinha alguns problemas que a gente não conseguiu resolver. E o principal deles é o seguinte: Ele é um jornal [...] tá [...] mas na televisão ele era completamente dissociado do factual [...] por quê? [...] por problema de produção mesmo [...] O que é que acontece [...] a TV trabalha com uma antecedência e o *Sensacionalista* é um programa muito difícil de produzir [pausa para bebida] porque ele não tem elenco fixo [...] a gente tinha uma premissa que era o seguinte: “Pra que as notícias sejam mais críveis, você não pode repetir ator”. Então assim, se no primeiro bloco você tem uma notícia com uma mulher que é presidiária, no terceiro ela não pode ser uma dona de casa [...] Não é que fosse enganar. Mas isso fazia parte de um pacote que fazia você ver o *Sensacionalista* entrando naquela brincadeira de que aquilo era real.

F.M.- Sei [...]

N.F.- Então assim, não tinha peruca, não tinha careta, não tinha nada disso. Era tudo seco feito como era no jornalismo. Mas essa maluquice [...] eh [...] consumia às vezes 70 atores por episódio.

F.M.- Haja dinheiro né [...]

N.F.- Eh [...] e aí era muito [...] era [...] era muito dinheiro, muita locação, muita antecedência [...] e essa necessidade de antecedência e planejamento fazia com que a gente entregasse os roteiros em abril [...] não em abril não [...] entregasse os roteiros em dezembro [...] toda a temporada, treze episódios, e entregando em dezembro para ir ao ar em abril, ficar no ar durante dois meses e meio, três, né [...] evidentemente, com uma antecedência dessa, você ficava completamente descolado dos assuntos. E isso sempre foi uma demanda da gente de fazer uma coisa que fosse mais quente [...] que fosse mais quente [...] que fosse mais quente [...] que a gente não conseguiu chegar numa boa equação no canal [...] a gente fez quatro temporadas [...] nesse meio tempo também fui convidado pra fazer projeto na TV Globo, e quando o canal pediu a quinta temporada, falei que não dava pra fazer, porque já estava nesse outro projeto.

F.M.- É o do programa [...]

N.F.- Foi o *Divertics* [estreou em dezembro de 2013]

F.M.- Isso [...]

N.F.- Foi o *Divertics* [...] Martha também tava lá no *Divertics* comigo. E [...] aí nesse [...] eu falei não tenho como fazer, não tenho como conciliar as duas coisas [...] e eu acho que minha contribuição para o programa já foi dada [...] entendeu? Talvez fosse uma melhor ideia chamar alguém de fora pra trazer coisa nova, pra pensar coisa nova. Porque assim, eu acho que o humor [...] o redator de humor, nem gosto de usar redator, o roteirista de humor, eu acho que ele tem prazo de validade dentro de um projeto. Porque o humor ele é feito muito de [...] observação do cotidiano, né, e [...] a gente tem uma vida que é limitada, né? Você frequenta alguns lugares, conhece algumas pessoas, então a tua capacidade de observação não é infinita, num determinado momento você esgota as suas referências, esgota seus pontos de vista, e precisa mudar de formato. Hoje você tá fazendo esquete, amanhã você tá fazendo uma série, depois você faz um filme, que aquilo ali vai ser reciclado, vai dar um caldo novo e tal. Então enumerados esses três fatores né [...] a dificuldade de fazer coisas factuais, a dificuldade de conciliação com o que eu já tava fazendo né [...] e essa minha impressão de que realmente o estoque de coisa fria minha já tinha acabado. Porque o programa ficava só em cima de coisa fria, só em cima de observação de cotidiano, e aí eu saí [...] o programa teve mais uma temporada e depois acabou. Não só eu saí, todo mundo saiu. A equipe original do site não fazia mais o programa na última temporada. E depois acabou. Mas foi bom, acho que a experiência foi muito boa. Ehhh [...] Eu aprendi bastante ali naquele momento. Foi minha primeira redação e única redação final. Né [...] Porque [...] o que eu disse no início? Que eu deveria ter esperado um pouco mais [...] Porque eu teria ganhado um pouco mais de estofo. Ehhh [...] e talvez, com a musculatura que o site tem hoje, a gente [...] a gente conseguisse algumas coisas a mais, tanto financeiramente, quanto de infraestrutura, entendeu? Porque na época o site era pequeno, 30 – 40 mil seguidores no facebook, hoje tem 860 mil. Né [...] aí assim [...] eu falei desses quatro integrantes [...] e a gente teve um quinto que é o Vinícius Antunes, que tem uma história muito interessante [...] Num determinado momento eu resolvi fazer camisetas, abrir uma loja online de venda de camisetas, que não era vinculada ao *Sensacionalista*, mas que seria empurrada por ele, e aí eu fiz um concurso de frases de camisetas, e manchetes do *Sensacionalista*, então o premiado ia ganhar camiseta, e poderia ter algumas manchetes publicadas no site, era pelo twitter, e o Vinícius mandou assim umas 50 num dia [...]

F.M.- [risos]

N.F.- E eram muito boas, das 50, trinta eram ótimas...entendeu? Eu fiquei bastante impressionado só que eu achei que ele fosse maluco [...]

F.M.- [risos]

N.F.- Esse cara é doido [...] ninguém faz isso assim [...] 50 [pausa para beber água]. Fiquei querendo chamar ele pra [...] pra fazer o site, mas fiquei com aquela impressão de que era doido [...] Aí marquei o encontro com ele e tal, conheci ele e ele me enganou [...] me convenceu de que ele não era doido. Depois eu fui descobrir que ele é doido mesmo [risos].

Mas ele tá com a gente até hoje [...] eh... e aí foi o quinto. E é legal, porque assim, ele é, ele é um leitor que virou um membro do site, e depois ele chegou a fazer até duas temporadas do programa na TV também antes de terminar [...] Mas o programa cara era muito doido, porque assim a gente tinha que fazer, cada um, noventa ideias por temporada entendeu? E era muito rápido enfim [...] mas aí vamos trazer de volta pro site...

F.M.- Os cinco continuam?

N.F.- Os cinco continuam até hoje [...] Aí o site teve aquele momento ali de nascimento em 2009, veio o programa na TV, eh [...] e a gente fez o programa, continuou fazendo o site, continuou fazendo o site [...] Mas o site começou a dar uma desmobilizada assim [...] um foi fazendo uma coisa, outro foi fazer outra [...] eh [...] o site nunca foi de dar dinheiro, naquela época então menos ainda [...] eh [...] e...não, não, mas [...] também desanimando, ele e tal, ele [...] acabou ficando mesmo só eu e Vinícius [...] tocando o site, cada um saiu pra fazer outras coisas [...] eh [...] a gente ness [...] nesse momento teve um [...] um convite pra fazer o *Sensacionalista* na Bandnews, eh [...] antes da desmobilização [...] eu tô contando, aí lembrei qual foi o momento mesmo que a gente foi fazer outras coisas [...] E aí a gente teve um encontro aqui com o diretor de jornalismo lá [...] da [...] da Bandnews [...] o André Luiz Costa [...]

F.M.- Isso foi quando?

N.F.- Isso foi ali em 2011 [...] por aí. [...] eu sou péssimo com data cara, mas eu acho que foi mais ou menos isso...

F.M.- Aham [...]

N.F.- Foi na esteira do programa, foi, foi mais ou menos ali [...] eh [...] aí, aí, a gente teve uma primeira boa proposta financeira pro *Sensacionalista*, que era fazer o programa na [...] na Bandeirantes, na Bandnews, e [...] só que a gente teve um problema ali, porque o [...] o Multishow queria que [...] quando a gente fez o acordo [...] a marca *Sensacionalista* ficou sendo do Multishow, e hoje a marca *Sensacionalista* só é minha na internet. Entendeu? [...] Então a gente tinha duas opções: Ou fazer o *Sensacionalista* no rádio com um outro nome, ou usar o nome *Sensacionalista*, mas o Multishow queria que assinasse todo o programa assim: “O *Sensacionalista* também está no Multishow”.

F.M.- Uhm [...] sim [...]

N.F.- E a Band não quis [...] a Band entendeu que na verdade isso era um comercial. Eh [...] Como a gente também já tava, eu, Martha e o Lanna, já estávamos contratados pela TV Globo, geraria também um conflito de interesses, aí não [...] não [...] não valia a pena comprar essa briga naquele momento [...]

F.M.- Uhum [...]

N.F.- Então a gente abriu mão de fazer o programa, mas o Zorza [Zorzanelli], ele não [...] não tinha [...] nessa época não existia o Vinícius ainda tá? [...] O Zorza não tinha contrato com nenhuma emissora [...]

F.M.- Uhum [...]

N.F.- Não era justo que ele sofresse essa consequência, né?

F.M.- Sei [...]

N.F.- Sendo que dos quatro, ele era o único que não tava fazendo isso profissionalmente [...]

F.M.- Uhum [...]

N.F.- E [...] aí eu falei pra ele cara [...] faz uma proposta de fazer uma coisa que é o *Sensacionalista*, com um outro nome [...]

F.M.- Por tua conta [...]

N.F.- Por tua conta você sai do site [...] toca isso lá, e ele fez isso [...] ele fez o *Saca Rolha*, saiu do emprego [...] que ele tava lá na revista *Época* [...] montou uma equipe lá e fez o *Saca Rolha* [...] ficou acho que uns dois anos no ar e ele ficou vivendo disso...

F.M.- E saiu do *Sensacionalista* [...]

N.F.- Saiu do *Sensacionalista* porque não dava mesmo [...] ele não tinha como [...] como tocar as duas coisas [...] imagina você produzir um programa de rádio diário [...] e mais o site, enfim [...] sem contar que também tem um conflito de interesses inerente [...]

F.M.- Então chegou a ter cinco integrantes no site?

N.F.- Não, nessa época eram quatro, ainda nesse momento do *Saca Rolha*, aí ele saiu [...] E ao longo do caminho os outros foram saindo também [...] o Lanna foi fazer uma série na TV Globo, aí também não conseguia conciliar [...]

F.M.- Uhum [...]

N.F.- Eh [...] eu e Martha estávamos fazendo um outro projeto também pra TV já contratados, já tava difícil tocar o site, que aí era o trabalho na revista, o site e o projeto, e aí a gente começou a fazer peça, a gente começou a escrever livro, o site começou a ficar ali em quinto plano [...]

F.M.- Uhum [...]

N.F.- Mais ou menos nessa época surgiu o Vinícius, e eu falei bom [...] Vou deixar o Vinícius aqui tocando o site, eu vou dando uma supervisionada, de vez em quando faço uma notícia ou outra e vou tocando desse jeito [...] E ficou assim um bom tempo até que o Vinícius também mudou de emprego...

F.M.- Que situação [...]

N.F.- Eh [...] aí ele mudou de emprego, foi trabalhar na TV Globo também [...] mas numa área de análise de conteúdo e tal, que puxava mais, ele antes ele era coordenador de uma escola e ele trabalhava ali [...] saía mais cedo ali e tal, ele sempre tinha um jeito de fazer [...] mas quando ele foi pra Globo ele foi absorvido pelo trabalho [...]

F.M.- Aham [...]

N.F.- E [...] aí o site meio que ficou hibernando [...] ficava às vezes duas, três semanas sem notícia nenhuma, tava mortinho ali [...] assim [...] ninguém fazia nada por ele, tava morto. Quando chegou na Copa do Mundo [junho de 2014], o Vinícius falou pow [...] por que a gente não traz o *Sensacionalista* de volta na Copa? Faz um *Sensacionalista* na Copa, não sei o que, blá, blá, blá [...] nessa época a gente tava com uns 140 mil seguidores no facebook [...] 140! [...] e tinha [...] ali é [...] duas mil, três mil visitas por dia [...]

F.M.- Uhum [...]

N.F.- Mas a gente não tava mortinho ali [...] aí eu falei: "Pow beleza, vamos fazer!" [...] só que assim [...] era uma ideia de fazer um negócio sobre a Copa, mas o esporte nunca foi muito nosso esporte, entendeu? [pausa para bebida] eh [...].mas a gente resolveu fazer, e a gente começou a fazer na Copa, só que acabou não fazendo nada [...] fez poucas notícias [...] e aí era só eu e Vinícius de novo. E aí veio a eleição [...] a eleição foi o divisor de águas pro *Sensacionalista* [...] Porque o humor político realmente é o nosso [...] maior pegada [...] melhor, melhor pegada nossa é essa [...] e aí eu comecei a fazer junto com o Vinícius, eu comecei a fazer mais assim, a gente começou a fazer as notícias e tal [...] até que teve a [...] a entrevista da Dilma com o William Bonner [...] e aí eu botei uma notícia [...] que foi uma entrevista bem, bem ríspida, dura [...] o Bonner cobrou muito dela, foi bastante incisivo, né, e aí eu fiz uma notícia dizendo que o Bonner [...] depois da entrevista, o Bonner tinha passado a Dilma e já tava com 40% das intenções de voto. Cara, essa [...] essa notícia explodiu, eu botei no facebook, e aí oh [...] rururu [...] começou a [...] aí naquele dia o site teve mais de um milhão de acessos cara [...] só com essa notícia [...] E aí a gente se empolgou [...] aí o Lanna voltou, a Martha voltou, eh [...] e aí ficou eu, Lanna, Martha e Vinícius.

F.M.- Formação de agora?

N.F.- Não, depois o Zorzanelli voltou de novo.

F.M.- Engraçado né? Porque começou [...]

N.F.- É, voltou ao início [...] voltou ao início [...] durante um tempo também ficou Carolina Massote, que era uma jornalista amiga do Vinícius [...] fazendo ali e tal, mas depois ela saiu [...] e ficamos os cinco de novo [...] o Zorza do trabalho na rádio, ele foi pra Band TV como repórter, aí ele saiu da Band TV e voltou pro *Sensacionalista* [...] agora [...] agora estamos os quatro do início mais o Vinícius [...] na eleição a gente [...] aí a gente começou a viralizar muito no facebook.

F.M.- Foi um marco!

N.F.- Muito [...] de 140 mil a gente pulou [...] 140 mil em outubro pra 870 mil em maio, final de abril que é agora [...] e eu acho que em junho, julho a gente vai chegar a um milhão [...] e o site que tinha três mil visitas, passou a ter 500 – 600 mil.

F.M.- Agora enquanto tava acontecendo esse vai-e-vem do site, o Multishow [...] o programa do Multishow [...] era aquilo que você tava comentando né [...] vocês foram fazendo as temporadas até o momento que absorveu demais e aí vocês [...]

N.F.- Foi isso é [...] a gente encerrou a nossa participação no programa.

F.M.- Então hoje em dia, vocês estão mais voltados para o site?

N.F.- Hoje em dia na verdade só existe o site, o programa na TV não existe mais, ele acabou na quinta temporada [...] Além do site, a gente faz um podcast de brincadeira, um projeto paralelo, experimental [...] assim [...] O podcast assim [...] pra quem não conhece o formato, é uma espécie de programa de rádio, só que ele é feito para a internet, então a pessoa entra lá no lugar e ouve. Você pode baixar também e ouvir no celular [...] Um mercado meio assim insípido [...] assim [...] insípido não [...] um mercado meio vazio [...] não tem muita gen [...] tem um players ali explorando isso, mas não tem grande alcance porque [...] você tá querendo me perguntar fala [...]

F.M.- Não [...]

N.F.- Ele é um formato que eu acho que ele não [...] não [...] não vou dizer isso sem magoar [...] é chato pra cacete né? Podcast é chato.

F.M.- [risos]

N.F.- [risos] Porque assim, tem [riso] tem um [...] programa que dura uma hora e vinte, tem podcast de duas horas, assim, cara, ninguém consegue ser interessante duas horas, se você reunir o Seinfeld [Jerry Seinfeld], Woody Allen, Marcius Melhem, Marcelo Adnet [...]

F.M.- Não vai conseguir [...]

N.F.- Numa mesa [...] Jô Soares, e falar cara aí, tão aí, ficam falando uma hora e vinte aí [...] vai chegar vinte minutos e vai cansar, o podcast não encontrou o formato assim que o permitisse ser um instrumento de massa, você tem iniciativas vencedoras aqui no Brasil, como o nerdcast que diz que tem 300 mil ouvidas, né [...] é bastante gente, mas eu acho que esse mercado, ele ainda é meio [...] uma travadinha ali [...] a gente fez um de brincadeira [...] e foi uma forma também da gente se reunir, porque o *Sensacionalista*, ele não tem reunião de pauta, ele não tem nada disso [...] aí a gente se encontrou na casa do Vinícius e começou a bater papo, gravou, botou no ar 50 minutos. Aí a gente se empolgou e fez o segundo. O primeiro a gente achou que tava ruim. O segundo a gente achou que tava péssimo [risos] a gente botou também no ar, o segundo já um pouquinho menor, 40 minutos [...] e pra nossa surpresa com uma semana no iTunes, que é a plataforma onde os podcasts da Apple né [...] onde você pode encontrar pra ver, uma semana ele ficou em segundo lugar [...] atrás do nerdcast, que é o maior do Brasil [...] a Apple não divulga volume de acessos. A gente ficou

surpreso, mas assim [...] a gente não sabe o que fazer com isso. Eh [...] não sabemos nem se vamos fazer mais [...] porque realmente assim, eu não gosto do formato, não gosto do resultado, eh [...] mas a gente se viu aí de repente com sucesso numa coisa que a gente não sabe muito bem pra onde vai dar, né [...] só que assim [...] é muita coisa ao mesmo tempo, entendeu? Eu trabalho [...] tô participando aí da equipe que vai [...] não que o *Sensacionalista* não seja trabalho [...] você fala isso: "ah eu trabalho", mas "o *Sensacionalista* não é um trabalho?" [...] eh, mas [...] eu levo mais como uma diversão, ele é uma válvula de escape, é uma brincadeira ali nossa que acabou ganhando um vulto e um tamanho, que talvez tenha sido a coisa que eu fiz de humor que é a maior, entendeu? Claro que eu já fiz *Casseta*, já fiz até *Escolinha do Professor Raimundo* [...] mas minha [...] essa é a maior [...] nesses outros projetos eu entrei como colaborador, eu não fui o autor dessas coisas [...] né [...] mas eu continuo encarando isso como um passatempo, como um lado B, dentro da minha vida [...] né [...] e aí além do [...] além do site tem esse podcast ali que á meio vai-não vai, que ninguém sabe o que é que ele vai ser [...] eh [...] volta e meia alguém fala em fazer vídeo [...] fala: "ah, vamu fazer vídeo [...] vamu fazer [...] botar as matérias na internet", só que o vídeo demanda um tempo que a gente não tem, entendeu? Você tem que produzir, você tem que acompanhar a edição, fazer roteiro [...] o site cara, assim, você faz muito fácil, eu sento e escrevo uma notícia boto no ar em cinco minutos, entendeu? Tu tem a ideia, senta ali, no próprio celular às vezes entendeu? Já tá no ar [...] quando você [no vídeo] aí tem que ver ator, direção, luz, produção, maquiagem, eh [...] locação e o iluminador não foi [...] e não sei que lá [...] aí você sai de lá, tem que sentar na mesa de edição e ficar em ilha [...] começa a gerar um tamanho, que agora não cabe na nossa vida. Eu até desconfio que se isso fosse feito com dedicação, eh [...] poderia até vir a se tornar minha fonte primária de vida [...] né [...] o vídeo, mas eu também não quero fazer isso, entendeu? Assim, se você falar: "porra, que é que você espera pra tua carreira de roteirista?", quero contar histórias, quero escrever série, quero escrever novela, quero fazer seriado de humor, entendeu? Eu não quero ficar fazendo materinha de telejornal *fake* assim [...] É legal, é divertido, mas do tamanho que é, do jeito que é, entendeu? Se isso começar a ficar, sabe? Porque é limitado, entendeu? É limitado e eu não sei nem se as pessoas querem isso também.

F.M.- Tinha ouvido falar que você tá envolvido com um projeto pra cobrir o *Zorra Total* [...]

N.F.- É [...] a gente tá [...] é [...] deixa só eu pegar mais uma água ali

F.M.- Tá ótimo...

[PAUSA NA GRAVAÇÃO]

[RETORNO DA GRAVAÇÃO]

N.F.- Só pra completar a história do vídeo [...] e o vídeo também tem uma outra coisa que é o custo [...] andei fazendo aí umas estimativas e tal [...] e assim [...] cada vídeo custaria três mil reais.

F.M.- Cara que isso!

N.F.- Mas pra fazer [...] eh [...] profissional né [...] não é assim ah [...] posso pegar o iphone, ir ali embaixo comprar um microfone de plug de iphone, chamar um cara [...]

F.M.- Gravar [...]

N.F.- Gravar e botar no ar, editar em casa e tal, mas não é assim [...] não é o nosso [...] cara [...] isso vai parecer pernóstico o que eu vou dizer, ou pedante [...] mas pô, a gente trabalha profissionalmente na maior emissora do Brasil, você tem um nível de [...] na maior emissora da América Latina na verdade [...] você tem um nível de apuro e [...] músculo de produção e um profissionalismo [...] que porra não faz sentido eu agora sair por aí com camereta pendurada no braço, entendeu? E assim [...] eu sou [...] quero ser e sou roteirista, era o que eu persegui na minha vida inteira. Aí, agora que eu sou, eu vou me aventurar fazer vídeo capenga pra botar no Youtube, entendeu? Não faz sentido [...] se eu for demitido da TV Globo em algum momento, aí eu faço, vou vender limão, fazer vídeo, sei lá, invento outro site qualquer [risos] mas nesse momento o vídeo não [...] a gente não tá interessado [...] tô falando nisso porque sempre fica [...] sempre perguntam: “e quando vai fazer, como é que vai ser, não sei o que...?” que parece que é o caminho natural hoje na internet, principalmente depois do sucesso do *Porta* [*Porta dos Fundos*], né [...] porque a internet também tem muito isso [...] assim [...] "poucos são aqueles que buscam uma voz original, quase todos vão atrás daquilo que tá fazendo sucesso”, então, se surge um canal de esquete, nascem outros trinta canais de esquete, se surge um jornal *fake*, nascem outros 30 jornais *fakes*, surge um cara que faz vídeo blog, faz outros 30 que têm vídeo blog, não tô falando isso como crítica a quem fez outros jornais *fakes*, porque o meu também foi na esteira de outro, existe o *The Onion* e a gente fez um *The Onion*, mas o que eu acho é que falta um pouco pensar e planejar pra fazer alguma coisa que seja original e não que vá sempre na onda dos outros que esse não é o caminho, pra que que você vai querer ir atrás do *Porta da Frente* quando tem o *Porto dos Fundos*, entendeu?

F.M.- [risos]

N.F.- Os caras tão lá, são fantásticos, talvez sejam as melhores esquetes do mundo, eu vejo muito esquete, muito esquete [...] trabalho com isso [...] tô fazendo um projeto que agora vou começar a falar sobre ele [...] que a gente tá eu, Martha e Vinícius desde julho do ano passado, somos parte da equipe que tá na reformulação do *Zorra Total* que vai estreiar agora dia 9 de maio [...] quando o programa for ao ar, eh [...] nós já teremos trabalhado lá durante dez meses, né [...] e o programa vai passar por uma reformulação total assim [...] o programa que vem não tem nada a ver com o programa que está no ar [...] se chamasse de outro nome ninguém iria lembrar que é o *Zorra Total* [...] tem parte do elenco ali e tal [...] mas não seria o *Zorra*, mas ele vai manter o *Zorra* no nome, é uma marca que a empresa tem como patrimônio né, e [...] e vai ser um programa de esquetes [...] e muito legal [...] a gente já tinha feito antes o *Divertics* né, que foi um programa de dia de domingo de uma temporada na Globo. E televisão é assim muito dinâmica né cara, a gente tá fazendo o *Zorra* agora, daqui a pouco já tá fazendo um outro, ou se o próprio *Zorra* não for do jeito que a equipe imagina [...] vai ser reformulado [...] de novo [...] a reforma da reforma [...] e isso é muito legal [...] porque você está sempre buscando, coisa nova, buscando [...] o trabalho não pode cair em fórmula né,

porque o humor quando fica repetitivo a pessoa não se interessa mais [...] e aí somos nós quatro [...] na verdade nós três [risos] e mais outros 17 roteiristas né [...] e tem dois redatores finais [...] que é o Celso Taddei e a Gabriela Amaral [...] e o projeto é supervisionado pelo Marcius Melhem, que foi a pessoa que finalmente me permitiu viver de humor. Porque o que acontece é que assim, eu [...] aí agora eu vou voltar lá atrás fazer um “S” na sua vida [...] e não sei se isso te interessa [...]

F.M.- Tudo interessa [...] Porque isso aqui é um acervo de você [...]

N.F.- Eu e Martha somos casados já [...] eh [...] eu tenho que olhar na aliança pra ver o tempo [...] mas assim, começou há mais de dez anos [...]

F.M.- [risos] Você não gosta de nada escrito né?

N.F.- [risos]

F.M.- Eu nem tô pegando isso aqui porque eu tenho um medo de pegar nesse bloco aqui [...]

N.F.- Mas pega cara [...]

F.M.- [risos]

N.F.- Pega teu roteiro aí [...] Vai fazendo as perguntas [...] Mas eu sempre falo pra Martha o seguinte [...]

F.M.- Você é ótimo [...] você fala e é ótimo isso [...]

N.F.- A Martha fala que é assim [...] a cada semana ela descobre uma profissão nova que eu já fiz [...] e [...] fala brincando [...] mas é verd [verdade], assim eu já fiz coisa pra caramba [...] a primeira coisa [...] a primeira coisa que eu fiz na vida foi ser camelô [...] eu vendia raspadinha [...] essas raspadinhas de [...] de [...] não é raspadinha de sorvete não [...] é raspadinha mesmo que você raspa e ganha prêmio [...]

F.M.- Uhum [...]

N.F.- Eu vendia raspadinha no Ceasa em Irajá [...] uma família pobre né [...] e [...] .moleque assim [...] dessa idade tem que se virar [...] ou roubar [...] foi uma alternativa lá de uns 80 por cento dos meus amigos [...]

F.M.- [risos]

N.F.- Eu tinha muito amigo bandido cara [...] muito [...] eu vivia na rua [...] com a bandidagem [...]

F.M.- Que isso! [risos]

N.F.- É sério [...] assim eu falo que [...] eh [...] tive muito amigo que morreu, muito amigo preso, mas como eu era frouxo demais pra ser bandido, eu [risos] resolvi [...] minha mãe também era muito dura [...] muito [...] né [...] careta e certinha e tal [...] então [...] ela queria que eu estudasse [...] e [...] eu rapidamente compreendi que o outro caminho não era bom.

F.M.- Não era bom até porque você [...] você foi criado [...] é filho de mãe de santo, não é isso?

N.F.- Eu sou filho de mãe de santo, é verdade [...] é [...]

F.M.- Tem essa questão também [...] não é totalmente descrente não.

N.F.- É [...] não, e aí assim [...] também se eu desse um passo em falso, seu Zé ia baixar lá e falar “Oh! Fez besteira!”

F.M.- [risos]

N.F.- E aí assim [...] a gente [...] eu comecei fazendo [...] fazendo isso [...] trabalhei como [...] como [...] raspa [...] vendedor de raspadinha [...] né [...] depois eu vou voltar lá na parte da mãe de santo que é legal [...] minha carreira profissional [risos] foi ao encontro [...] e aí depois de vender raspadinha trabalhei na recepção do curso de inglês CCAA, eh [...] até que eu comecei a [...] aí eu [...] quando tinha mais ou menos uns 16 anos eu namorei com o humor sem saber que isso tava acontecendo [...] tá [...] como é que era [...] era assim [...] ta aí [gravando]?

F.M.- Tá, tá [...]

N.F.- A Rádio Transamérica tinha um programa chamado *Transalouca* que era apresentado pela Selma Vieira [...] era esses programas de rádio jovem que você tinha que fazer uma proposta de pergunta e que você tinha que responder uma coisa engraadinha, aí quem ganhava, ganhava camiseta [ruídos ao fundo], ganhava, ganhava [...] isso aí é o papagaio ao fundo [...]

F.M.- Tá ótimo, faz parte da confusão de tudo [risos]

N.F.- E eu [...] eu fazia sempre esses concursos e eu ganhava muitas vezes, muitas vezes eu ganhava [...] dava respostas engraçadas e tal e eu ganhava, dava respostas engraçadas e ganhava [...] e nessa época eu consumia assim [...] doses maciças de *Casseta & Planeta*, *Revista Mad*, qualquer coisa de humor eu gostava muito, era o cara que ficava esperando sair *Planeta Diário*, sabe? Pra comprar e tal [...] eh [...] e eu comecei a participar muito desses [...] desses concursos desse programa [...] aí um dia, quando a Selma deu o resultado, ela falou: “Pô, quem ganhou foi o Nelito, aliás já tá ficando sem graça já, não sei que lá, você que é sócio aqui do programa, quando vier buscar o brinde, passa aqui que a gente quer te conhecer”, aí eu fui lá na rádio, fui todo feliz né, pra pegar o [...] acho que era um CD do *Uns e Outros* ou *Nenhum de Nós*, nem lembrou mais [...] CD não [...] LP [...] na época nem tinha CD. E quando eu cheguei lá na rádio falei cara [...] é isso que eu quero fazer [...] eu vi ali a Selma Vieira apresentando [...] aquela [...] aquele dinamismo ali e tal [...] galera maior astral assim [...] e falei pô [...] "quero fazer rádio, quero ser locutor!". Só que eu, eu não percebia, que o que eu queria fazer na verdade era humor [...] porque aquele era um programa de humor, e eu não tinha meio social nem [...] de saber que [...] que existiam pessoas que viviam de fazer humor, entendeu? Eu pensava e muita gente pensa até hoje que quando o Chico Anysio ia pra televisão era ele que inventava as piadas [...] tem até uma coisa engraçada [...]

as pessoas falam que é o seguinte: "O Brasil é [...] é o único país do mundo em que as pessoas acham que o *reality show* é roteirizado e os programas de humor são improvisados" [risos] porque as pessoas acham que o *Big Brother* tem um roteiro, que é tudo armado ali e tal, mas acham que quando um comediante vai pra TV, ele inventa tudo na hora. Eu não sabia que existia uma [...] que a profissão de roteirista existia [...] de humor [...] sabe? Eh [...]

F.M.- Quer dizer, você não aprendeu isso quando fez o curso lá na TV Globo não né? Você antes disso já vinha reparando na rádio?

N.F.- Eu vinha [...] eh [...] eu vinha namorando com isso, mas eu não sabia que isso era uma profissão [...] na minha cabeça se eu quisesse fazer isso, eu devia ser locutor de rádio, entendeu?

F.M.- Entendi [...]

N.F.- Quando cheguei lá, eu falei [...] é pô [...] mas é isso [...] que eu quero fazer, quero ser locutor de rádio, apresentar programa de rádio [...] aí fui, entrei num curso de locução, fiz fonoaudiologia, e comecei a trabalhar em rádio de rua, rádio de poste [...] que é, tipo quando você vai no Saara, essas coisas, tem um [...] e eu era um dos caras que ficava fazendo isso [...] ficava apresentando programa ali [...] depois fiz um teste e passei pra uma rádio em Petrópolis; depois dessa rádio de Petrópolis, eu fui pra [...] pra Roquette [Rádio Roquette Pinto] ser locutor. Eh [...] só que aí, a minha mãe sempre falava que eu devia fazer um curso superior, que eu tinha que fazer faculdade, que eu não podia viver de rádio e tal [...] Na época a rádio pra mim já era um grande avanço financeiro, porque a rádio paga mal, mas pra minha realidade pagava super bem. Então assim poxa, eu trabalhava só sábado e domingo numa rádio de Petrópolis e ganhava o triplo do que meus amigos ganhavam tendo que trabalhar todo o dia em horário comercial. Eu ia lá fazer eh [...] sábado e domingo, seis horas de programa, voltava pra casa, depois só ia de novo no fim de semana. Mas eu ficava louco pra ir de novo. E [...] minha mãe ficava insistindo, "Oh, você tem que fazer, tem que fazer eh [...] faculdade, tem que fazer faculdade". Aí eu falei: "Bom, então dentro do que eu gosto, o que mais chega perto é jornalismo, né" [...] porque assim de escrever [...] então como já tô trabalhando em rádio, então posso trabalhar em rádio como repórter, ou ser locutor de algum programa enfim. E aí eu fiz um [...] um [...] eu acabei indo ser estagiário na Rádio Relógio. Se lembra? Você conhece a Rádio Relógio? Além daquele cara que fica lá clã, clã, clã [som de relógio], tem jornalistas lá, estagiários [...] Da Rádio Relógio fui pra Rádio Tupi...E aí eu tive que abandonar rádio como locução. Eu tive que escolher ser jornalista mesmo [...] E nessa época eu já percebia que o [...] rádio não pagava bem [...] que o rádio pagava muito mal. A possibilidade de ganhar dinheiro era maior [...] eh [...] sendo jornalista. Que também ganha muito mal, mas pelo menos era menos mal que a rádio. E aí comecei [...] o jornalismo eu fiz muito tempo. Fiquei 20 anos como jornalista, trabalhei no Jornal O Globo, trabalhei no jornal Extra, depois [...] aí no jornal Extra, você vê como é que são as coisas [...] essa coisa do humor ela ficou adormecida. Eu gostava muito de fazer matéria engraçadinha. Matéria curiosa, texto leve [...] Até que eu fui pro [...] pro [...] jornal Extra. E lá, eu tive a chance de fazer muito isso [...] um jornal popular, você tem um texto [...] pode viajar, fazer brincadeira, botar piada, no meio do texto, aí eu comecei a fazer muito isso [...] e eu tava muito amarradão

em fazer [...] isso. E um dia meu, meu [...] editor [...] essa história sempre me lembra a história do [...] que o Ney Matogrosso conta, que ele foi, eh [...] se confessar, aí chegou lá e falou, ele falou: “Padre, eu pequei!” [...] aí o padre falou assim [...] “Mas foi com menino ou foi com menina?” [...] aí ele falou assim: “E pode, com menino?” [...]

F.M.- [risos]

N.F.- Ele descobriu que podia fazer aquilo que ele queria na verdade [...] a partir daí ele só ficou com [...] com homem [...] né [...] e o meu [...] meu editor na época fez o papel do padre [...] ele chegou pra mim e falou assim [...] “Nelito, eu vi um negócio aqui que lembrei de você!” [...] aí eu falei [...]”O que é que foi?” [...] aí ele me mostrou: “Oh, a Globo vai selecionar candidatos para fazer roteiros de humor” [...] aí eu pensei [...] “ué, pode?” [...] claro, que eu já era jornalista, já conhecia, mas isso não passava pela minha cabeça, assim, não [...] não [...] não via uma porta de entrada pra fazer isso, e tava meio adormecido mesmo, e aí ele me mostrou o anúncio e porra já era pra inscrição segunda-feira, aquilo era tipo uma [...] último dia segunda-feira e aquilo era quinta. E eu não sabia como fazer roteiro. Não [...] não tinha formatação de roteiro, nada [...] não tinha nenhuma formação [...] aí eu fui, comprei um livro [...] saí do jornal naquele dia e já comprei o livro na quinta e a prova foi fazer uma adaptação do Veríssimo, de um conto do Veríssimo [...] né [...] e [...] aí na quinta-feira eu comprei o livro [...] fui pra casa, comecei a ler, falei pô [...] vou ler o livro, aí eu li o livro, o roteiro é assim e tal [...] aí fiz o roteiro, no sábado e domingo né [...] e na segunda-feira eu postei no correio que era o último dia [...] aí esqueci [...] mandei pra lá e falei pô [...] não conheço ninguém [...] saiu [...] mas beleza, gostei muito de fazer [...] depois falei, ah [...] vou fazer um curso, vou aprender pra na próxima eu poder fazer [...] e aí cara me ligaram [...] pô tinha sido mais de cinco mil inscritos e eram 23 vagas [...] aí me ligaram e falaram olha eh [...] pô você foi selecionado, não sei o que [...] e eu fiquei assim [...] caramba, sem acreditar [...] aí eu comecei a achar que realmente eu tinha esse talento [...] entendeu? Eh [...] eu sabia escrever [...] e eu gostava do jornalismo, mas não tanto [...] eu gostava, do rádio, eu adorava; do jornalismo, eu levava ali, fazia direitinho, então, mas fazia [...]

F.M.- Flertava [...]

N.F.- Tava ali [...] era um emprego, entendeu? Era um trabalho [...] era muito divertido a redação, jornalismo é ótimo, você conhece muita gente, você vê várias realidades né [...] eh [...] e porra, antes do jornalismo, pra você ter uma ideia, eu tinha ido muito pouco à Zona Sul do Rio. Eu ia assim, quando ia à praia [...] a gente ia na [...] na [...] na Ilha do Governador [...] eh [...] eu fui a restaurante pela primeira vez com 22 anos com Renato Prado [...] Renato Maurício Prado [...] me levou num almoço com um cara e eu não sabia como me comportar [...] eu ficava olhando o que ele fazia [...] ele nem sabe disso [...] se ele um dia vier a ouvir isso ele vai achar engraçado. Eu ficava olhando o que ele fazia [...] ah [...] então ele agora vai ler aqui não sei que lá [...] eu tinha saído da faculdade [...] história engraça isso assim porque [...] ele [...] ele [...] ele pedia as coisas ao garçom, aí eu ia pedir o que ele pedia também, entendeu? Eh [...] e com o jornalismo, eu fui conhecer um mundo que não existia [...] porque tem uma coisa, cara, que quando você [...] eu sempre falo isso pra minha filha né, quando você é de uma realidade social e não tem muito acesso a outra, aquilo ali é como se fosse uma

coisa de ficção científica, a pessoa que nunca foi à Disney acha que aquilo ali não existe [...] sabe? [...] que aquilo ali é coisa de filme, sabe? Que é um negócio assim [...] ah não! Então pô, quando eu fui, eu me lembro disso, isso foi muito marcante pra mim, porque eu entrei pro Globo, aí fui pra [...] pra [...] eu fui pro jornal de bairro né, na época, aí [...] eu fui a Barra da Tijuca, aí eu fiquei olhando assim caraca! Que rua larga! Pô, que prédios maneiros, que casas legais, as pessoas moram aqui de verdade [...] né [...] eu [...] eu fiquei assim chocado, entendeu? Aí que eu fui perceber que apesar de eu já ter feito faculdade, eu estudei [...] eu estudava na Gama Filho, era em Piedade. Tinha colegas ali da minha sala que eram ricos e tal [...] mas eu não convivia com essas pessoas [...] né [...] eu porra, eu ia pra faculdade, eu [...] eu tinha que pegar dois [...] dois ônibus né [...] pra ir pra faculdade. E se eu quisesse beber refrigerante, eu tinha que saltar de um ônibus e andar até a faculdade, porque senão eu não tinha nem [...] nem lanche, entendeu? Então era o que eu fazia [...] eu saltava de um ônibus, ia andando, andando, andando, andando e chegava lá pra eu poder ter um lanche, e voltava pra casa depois. E [...] foi nessa [...] nessa, realidade, nesse contexto, assim, imagina se “um moleque que nem conhece os artistas ia imaginar que ele ia ser roteirista de humor”, se eu falasse isso pra minha mãe ela ia rir, “isso não é profissão [...] né?”. Pô [...] e aí eu fiz e passei. E [...] na época eu fiquei muito seguro porque foi justamente no ano de nascimento de minha filha [...] isso foi em 2000 [...] e pra fazer o curso eu precisava sair do trabalho, entendeu? Do Extra. Só que o curso não tinha garantia nenhuma [...] de que eu fosse ser contratado [...] aí eu falei com o chefe lá que foi o Bruno Thys, o mesmo que hoje é diretor de jornalismo da Rádio Globo [...] e falei: “Cara porra, passei naquela parada, tô muito a fim de fazer!” [...] ele falou [...] “vai, tira férias, entendeu? Eu adianto tuas férias aqui, você tira férias, faz, se precisar fazer algum estágio lá e tal, eu te dou uma licença, se der errado lá você volta”.

F.M.- Deu essa liberdade lá no Extra é?

N.F.- É [...] aí eu falei “porra então beleza cara!” [...] entendeu? [...] eh [...] vou fazer [...] aí fiz o curso [...] só que aí o tempo não casou, porque depois que acabou as minhas férias eu tive que fazer um estágio lá no [...] no *Faustão* [...] e eu fiquei meio assim [...] aí conversei com o Luiz Gleiser que era o diretor na época, falei: “cara, minha situação é a seguinte, eu sou jornalista, trabalho, e tal passei, tô aqui, você gostou de mim [...] eh [...] só que porra, eu não posso fazer estágio aqui [...] se eu puder ser contratado eu fico, estagiário eu vou perder meu emprego” [...] tá, porque não podia abusar da boa vontade lá do Bruno. Aí ele falou [...] “então eu vou te contratar” [...] aí eu fui contratado [...] e fiquei lá, mas não conseguia fazer humor, entendeu? Porque como eu era jornalista sempre me colocavam pra programa de variedade [...] aí era *Faustão*, era *Luciano Huck*, era não sei o que [...] e eu acabei ficando dois anos lá muito frustrado com isso porque eu não fui fazer o que eu queria; e aí eu pedi demissão [...] eh [...] voltei pra Revista *Época* [...] foi aonde conheci a Martha [...] e na *Época* eu comecei a fazer o *Eu hein*, lá atrás [...] aí do *Eu hein* [...] eu vou pro *Casseta* [...] e foi isso [...] e aí a história que você falou no início lá no negócio de ser filho de mãe de santo [...] né [...] minha casa era um terreiro de candomblé. Então sempre tinha muita gente, minha mãe era mãe de santo [...] então [...] recebia pessoas e tal e [...] eh [...] nesse ambiente assim é que eu fui criado [...] e foi muito legal também porque eu acho que isso assim [...] o humor é [...] ele

precisa muito de muita referência, de muita gente, entendeu? Naquela [...] naquela situação ali social, eu conhecer tanta gente era bom porque eu podia ter uma visão muito limitada das coisas né [...] e ali eu passei a não ter preconceito com porra nenhuma [...] eu convivia com muita gente, de várias classes e preferências e tudo mais e foi muito maneiro isso [...] e as [...] e as histórias lá da minha mãe eram engraçadas porque [...] olha a Martha aí [esposa Martha Mendonça]

F.M.- Tudo bem Martha?

M.M.- Tudo bom, tudo certinho!

N.F.- Porque tem uma [...] eu sempre falo isso né [...] porque eu [...] eu [...] minha mãe [...] quando você vai fazer a obrigação do santo ou qualquer trabalho, geralmente mata galinha, graças à macumba, ou ao candomblé, a gente tinha carne, porque ela matava as galinhas, botava umas duas lá pro santo e as outras a gente comia [risos]

F.M.- Meu Deus! [risos]

N.F.- Era sem pele, porque a pele tinha que ficar pro santo, entendeu? Eh [...] mas aí a gente, porra, garantiu um ranginho bom ali com a galinha da [...] da macumba [...] e eu acho que essa [...] essa [...] esse início ali difícil, isso foi muito legal pra mim [...] acho que [...] eu [...] eu peguei uma parada popular [...] quer dizer, eu não peguei isso [...] isso tá comigo até hoje [...] né [...] isso me fez ir muito bem lá no negócio do *Faustão* [...] e [...] e é isso cara, assim [...] acho que já contei tudo.

F.M.- Pelo que eu percebo assim [...] que você tava comentando né [...] até da sua vida também [...] tem essa situação de que você foi levado para certos lugares, que enquanto você não tava nesses lugares, era algo tipo fictício, quer dizer, é aquela comparação com a Disney né [...] que você tava falando agora há pouco, quer dizer, antes quando você até vendia raspadinha não tá em certos lugares que você passou a tá depois de tá fazendo jornalismo [...] até então aquilo era fictício; depois você vê que a ficção tá mais próxima da realidade do que antes se costumava imaginar [...] bom [...] tem o livro do Mário também [“Mário, que Mário?: O herói acorda com um par de chifres”, Record, 2006] que você tem personagens também [...] o Mário foi inspirado, né [...] muito no tio né, da Martha [...]

N.F.- No tio da Martha, é [...]

F.M.- E a Dircinéia também, empregada tem inspirações em empregadas também que você conviveu [...] quer dizer [...] o real, né, tá muito próximo ali da ficção.

N.F.- É [...]

F.M.- E no *Eu hein* também [...] que você tinha as fotomontagens, você já brincava muito com isso, que você chamava de cibercharges [...] bom [...] jornalismo também aí com a ficção [...] você vê toda essa trajetória tua misturada com teu próprio procedimento de fazer o *Sensacionalista*?

N.F.- Eh [...] eu acho que é isso mesmo sim [...] todas essas coisas, elas se alimentam da realidade pra fazer humor [...] né [...] e o *Eu hein* tinha essa [...] essa pegada de pegar fatos, eh [...] pegar acontecimentos, fatos e coisas jornalísticas [...] e se resumir numa chargezinha, numa cibercharge [...] né [...] e [...] o próprio Mário [...] apesar de ser um livro de ficção, tem uma leve inspiração num personagem real que é o tio da Martha que vira atração de toda festa [...] é o cara chega e fala, sempre tem muita história pra contar, né [...] e o *Sensacionalista* [...] ele também se alimenta da [...] da realidade [...] e foi legal você ter falado do Mário porque [...] as coisas vão se juntando pra te levar a um determinado caminho [...] eu fiz o livro do *Eu hein*, e depois eu fiz o livro “Mário”. Ahhh [...] livro [...] ele te dá uma alegria [...] o dia que você lança, seus amigos vão lá, você vende 150 exemplares e acabou [...] a relação remuneração x trabalho, no livro, é a pior que existe [...] não tem nada que te dê menos dinheiro que você vá fazer do que o livro [...]

F.M.- É uma escrita num momento de hobby né, num momento de liberdade de você ter no teu trabalho [...]

N.F.- É muito difícil você fazer o livro, viver como um escritor [...] Mas a Martha me convenceu a fazer um outro livro, que ela tava fazendo um livro que era um casal [...] se chamava [...]

F.M.- Eu e Você, Você [...]

N.F.- “Eu e Você, Você e Eu” [“Eu e Você, Você e Eu”, Record, 2008]. A pegada do livro é a seguinte [...] é o mesmo acontecimento narrado do ponto de vista dela e depois do ponto de vista dele [...] a Martha escreveu a mulher e eu escrevi o homem [...] e o legal é que a gente não sabia o que o outro estava escrevendo [...] então a gente foi escritor e leitor ao mesmo tempo [...] ela fazia um capítulo e me passava e aí eu fazia o meu, passava pra ela [...] e aí ela seguia e foi feito assim [...] Talvez tenha sido a coisa que eu escrevi [...] a melhor coisa que eu escrevi [...] não sei se eu vou conseguir escrever mais como eu escrevi ali [...] até porque também [...] eu sabia que ela ia ler, então tava querendo impressionar ali e tal [...]

F.M.- [risos]

N.F.- Mas a gente já era casado nessa época [...] eh [...] o [...] ”Eu e Você, Você e Eu” [...] Obrigado! [bebidas sendo servidas] ele não é, não é de humor [...]

F.M.- Obrigado!

N.F.- Ele é um roman [...] Apesar de ele ter algumas passagens que são cômicas, não é de humor, ele é um livro sério [...] eh [...] e eu gosto muito, as pessoas gostam muito, principalmente mulheres [...] homens gostam, mas não [...] gostam muito da história [...] eh [...] e a Martha foi dar uma entrevista no [...] pro Edney Silvestre num programa da Globonews sobre um outro livro que ela tava lançando [...] o “Quarenta” [...] o “Quarenta” não [...] o “Canalhas” [“Canalha, substantivo feminino”, Record, 2011], que acabou virando uma série na GNT [“As canalhas”, canal GNT]. E a Martha durante a entrevista do “Canalha”, ela falou do “Eu e Você, Você e Eu”, contou esse processo que a gente tinha feito [...] o diretor [...] um diretor da TV Globo, Carlos Araújo, que era diretor de novela, viu a

entrevista, achou interessante e comprou o livro. Pra você ver como, como as coisas vão dando voltas loucas [...] nessa época eu já tava demitido do *Casseta*, eu não tava mais na TV Globo, já tava meio ali desistindo [...] falei “não, não vou fazer essa merda mais não [...] roteiro isso não dá certo!”

F.M.- [risos]

N.F.- “Brinquei, foi bom [...] mas vou ficar aqui mesmo no jornalismo, paciência, nem tudo o que você quer é” [...] e porra [...] a gente tava lá na redação, toca o telefone, era da TV Globo [...] eu achei que fosse alguém de sacanagem [...] algum colega [...] “Um diretor viu a entrevista da Martha, quer chamar vocês pra fazer o [...] quer chamar [...] quer fazer uma série sobre o livro, uma minissérie” [...] eu falei “Poww legal, queremos! Beleza!” [...] aí depois o cara já ligou falando de salário [...] e [...] a gente foi chamado pra uma reunião [...] eu falando assim [...] “tomara que a gente possa participar da equipe, tomara que a gente possa ser colaborador e tal” [...] só que aí chegou lá [...] a entrevi [...] a reunião já era com a Denise Saraceni e com o Carlinhos que ia ser o diretor. Denise Saraceni era diretora de núcleo [...] e eles já tavam falando com a gente como se a gente [...] já era certo que a gente ia ser o autor, os autores do [...] da minissérie [...] nenhum momento eles falaram assim [...] não, mas a gente vai ter um autor, vocês vão colaborar e tal [...] e agente ficou muito surpreso. Na verdade assim, teria sido bom que tivesse tido um autor [...] hoje em dia vejo isso [...] de novo o olhar em perspectiva [risos] não que fosse ficar melhor, mas teria ganhado fôlego pra ir à frente [...] aí a gente escreveu quatro episódios dessa minissérie, entregou e tá lá até hoje, não aconteceu nada. Evidentemente que a TV Globo recebe milhões, milhares, milhões é exagero, mas milhares de projetos de minisséries, eh [...] nem todas as minisséries que são escritas serão encenadas, muito pelo contrário, eles fazem duas por ano, você imagina, né, e em geral são autores consagrados que fazem, por isso que eu falei: “Ah [...] se tivesse tido um autor, teria sido melhor”, porque aí a gente teria sido colaborador, nessa, nessa, nessa nossa série, no nosso livrinho querido que tá lá e um dia, se Deus quiser, ele vai ver a luz do sol ainda [...] né [...] mas a gente fez essa adaptação, eh [...] entregou e o contrato era de seis meses. Aí o contrato acabou [...] aí chamaram a gente e falaram: “Vamu renovar!” [...] “Mas é pra fazer o quê?” [...] “Não é porque a gente tem um grupo aqui, que eh [...] que se chama de *Talentos Externos*, que são pessoas que tão fora da Globo mas que a gente gostaria de ter por perto, vocês não precisam ficar vindo trabalhar [...] nem nada [...] basta que vocês mandem projetos pra gente” [...] e a gente começou a fazer projetos [...] fez um projeto sobre uma [...] a gente tinha feito uma peça de teatro que foi muito bem, chamada *Os Difamantes*, foi uma crítica excelente da Bárbara Heliodora, acabou, ficou acho que oito meses em cartaz, que era com o Emílio Orciollo e com a Maria Clara Gueiros. E saiu uma [...] porra, uma crítica cara... “Finalmente, humor inteligente!” [...] aí eu pensei [...] “porra legal, agora a gente vai fazer teatro”, depois disso a gente não conseguiu montar mais nenhuma peça [risos] até hoje ainda [...] a gente tem duas peças [...]

F.M.- Não tem “Ela é meu marido”? [...]

N.F.- Tem “Ela é meu marido”, que não [...] não [...] não rola [...] sempre chega num lugar e aí para, chega num lugar agora tá indo de novo e [...] já [...] teatro é muito difícil cara [...] muito difícil [...]

F.M.- Você tem muitos projetos assim com a Martha [...] a Martha na sua vida como é que você vê [...] assim?

N.F.- A Martha é tudo [...] assim [...] não tem [...] acho que não [...] não [...] teria nenhuma dessas coisas se não fosse ela, entendeu?

F.M.- Mas em relação aos padrões [...] assim [...] ela brinca também com essa questão da inversão, né? Com a questão [...] “Canalha” [“Canalha, substantivo feminino”], as mulheres também podem ser canalhas e o humor tem disso na inversão [...]

N.F.- Ela tem [...] ela é muito boa [...] assim [...] a Martha ela tem uma [...] uma [...] uma capacidade muito grande de fazer textos emocionantes e de humor também [...] ela diz que eu faço também isso, mas eu não acho não, eu acho que eu faço humor [...] eu brinco de escrever sério às vezes, mas o meu negócio mesmo é fazer humor [...] mas se não fosse ela, a gente não estaria hoje na TV Globo, porque foi ela que insistiu pra fazer o [...] o livro, entendeu? Quando veio também o negócio da peça também foi ela que falou: “Vamu fazer!” [...] eu falei: “Pô, que fazer peça cara?!” [...] Bruno, conheci o Bruno, falei: “Porra o Bruno [Bruno Mazzeo] é filho do Chico Anysio, tem peça escrita há mais de cinco anos e nunca conseguiu encenar, como é que a gente é que vai encenar?!” [...] a gente escreveu aí ela começa, fala com um, fala com outro, mexe, entrega, nhã, nhã, nhã, até que um dia vai e aconteceu, ela batalha mais, assim no [...] no *front*, assim, de bota a coisa de pé, entendeu? E eu tenho uma [...] agora até que eu sou um pouco melhor nisso [...] mas assim [...] eu tinha uma natureza mais pessimista [...] apesar de ter uma trajetória de pow [...] alguém que veio muito de baixo [...] conseguiu chegar num lugarzinho [...] eh [...] não fiquei rico [...] mas eu sou uma pessoa de classe média hoje [...] não tenho dificuldades financeiras. Graças a Deus! [...] Mas eu tenho uma certa [...] eu tinha uma certa [...] certo pessimismo assim, entendeu? De achar que ah [...] não adianta [...] ah [...] são sempre os mesmos [...] ah [...] não sei que lá, entendeu? E aí nessa situação [...] voltando lá a história do livro [...] aí a gente foi chamado pra fazer a adaptação [...] e o contrato foi indo, foi indo, foi indo, foi indo, renovado [...] até que chegou uma hora que eu falei assim: “Cara!” [...] mais uma vez o otimista [...] “Vão acabar demitindo a gente [...] não vão ficar pagando a gente pra ficar fazendo projeto”, entendeu? Porra faltam [...] faltavam três meses pro proj [...] pro [...] proj [...] pro [...] pra terminar, né? E [...] eu já tinha [...] nesse [...] nesse momento eu já tinha desistido de fazer jornalismo [...] eu pedi demissão e ia abrir uma loja de depilação [...]

F.M.- [risos]

N.F.- Ali na [...] junto [...] era uma franquía cujo dono da franquía da marca era é o ex-marido da Martha [...] que a gente se dá muito bem. E tava lá com minha lojinha lá e tal [...] aí liga a TV Globo [...] pra me pedir pra ir pro *Luciano Huck* [...] aí cara sabe por quê? Quando eu pedi a demissão da TV Globo, né? Pela primeira vez lá atrás [...] foi quando me ligaram pra ir pro *Luciano Huck*, nada contra o *Luciano Huck*, só que não era o que eu queria fazer [...] queria

fazer era texto de humor [...] e aí me ligaram pra falar isso [...] "Ah [...] vamu pro *Luciano Huck* e tal" [...] eu falei [...] que é comum lá eh [...] redatores de humor ou de outras coisas fazer programa de [...] de [...] variedades [...] é comum [...] assim [...] você não pode dizer que não vai fazer isso, entendeu? Mas eu não queria fazer [...] não queria fazer [...] aí eu [...] tava lá com minha loja [...] tava conformado [...] falei: "Porra, esse negócio aí foi um sonho que não rolou, entendeu? Eu várias vezes eu [...] esbarrei, passei, mas não [...] não [...] não me encaixei [...] não [...] não [...] não engrenei no negócio" [...] e aí quando me ligaram, falei [...] "Olha eh [...] desculpa! Sei que pode [...] vocês podem até vir a reincidir. depois quando encerrar [...] na verdade nem reincidiu [...] podem encerrar [...] e [...].mas eu não quero fazer não [...] se tiver uma vaga lá pra servir cafezinho no *Pé na Cova, Tapas e Beijos*, e tal [...] eu vou, mas pô, variedades, eu não vou fazer" [...] aí falou: "Não tudo bem, eu entendo" [...] e tal, não sei que lá [...] "Mas é que o seu contrato vai acabar ali" [...] e tal [...] "Acho que é uma oportunidade de você ir, conhecer gente" [...] falei [...] "Eh Monica, mas [...]", não era Monica não, nem lembro, enfim [...] Cátia Bruno, falei [...] "Cátia, pô, isso pra mim tá sendo um *dejavi*, entendeu? Mais uma vez eu entrei praí, fiquei com vontade, fiz coisa, não aconteceu nada [...] e aí vão e me oferecem [...]". E aí quando tava ali naquela de acabar o contrato eu liguei pro Marcius Melhem [...] que eu tinha feito quando jornalista [...] eu tinha feito um perfil dele pra Revista *Época*. E falei [...] "Cara, eh [...] eu e Martha estamos nessa situação, nosso contrato vai acabar [...] eu [...] o meu por exemplo, eu acho que eu vou ser demitido porque eu já acabei de recusar [...]"

F.M.- Uma proposta [...]

N.F.- "Uma proposta [...] a Martha, ainda não chamaram ela, pode ser que chamem pra fazer alguma outra coisa [...] eh [...] mas eu vou [...] vou acabar rodando [...] e a gente tem uns projetos lá, a gente queria alguém pra ler [...] dar um retorno, né" [...] aí ele falou [...] "Cara, não [...] tem que encaminhar lá, pro DAA" [...] não sei o que [...] "Mas pô, boa sorte aí...e tal" [...] falei pô, beleza, o cara foi super educado, simpático, mas não resolveu porra nenhuma [...] a vida é que segue [...] aí a Martha falou: "Vamu fazer uma novela?" [...] falei: "Porra, tá maluca uma novela!?" [...] a Martha é assim, ela fala: "Vamu fazer!" [...] e sabe, [risos] falei assim: "Porra, a gente não consegue nem emplacar minissérie cara, vai emplacar novela!?" [...] aí ela [...] "Não, vamu fazer porra, a gente não quer fazer? Então vamu fazer!" [...] não sei que lá [...] Ah, a gente já tá perdido mesmo, a gente tava recebendo salário, né? Eh [...] aí a gente começou a fazer a novela, escrever a sinopse da novela, amarradão. Ah [...] fazendo, discute e tal, 80 páginas, uns 40 personagens, sinopse, pã [...] mandamos [...] silêncio né [...] normal. Você manda, fica lá meses, anos até [...] tem uma colega agora que tá fazendo [...] a novela dela finalmente vai rolar [...] ela entregou há mais de cinco anos a sinopse. E entregamos aquela sinopse ali [...] pô ficou lá [...] já tava indo pra loja [...] tava aqui vivendo vidinha de bairro [...] Martha tinha me dado uma [...] *scooter* [...] aí eu saía daqui, pegava a *scooter*, descia, ia pra loja lá [...] envolvido em problemas de cera, depilação, funcionário [...]"

F.M.- [risos]

N.F.- O Marcius me liga, falando: “E aí? Pow, tá a fim ainda de trabalhar?” [...] não sei o que [...] “Tô fazendo um projeto, de um programa de humor novo e tal, vem conversar!” [...] aí eu fui. Porra [...] ali ele me chamou pra fazer o *Divertics* [...] eh [...] que era um projeto novo e tal [...] uma proposta diferente [...] e [...] aí a gente começou a fazer o projeto e [...] no meio do caminho a Gabriela Amaral, que hoje é minha chefe, saiu pra fazer *Malhação* [...] surgiu uma vaga e eles queriam uma mulher. E lá na hora, lá na mesa, eu falei: “Cara, tem a Martha, que escreve comigo, é muito boa!” [...] E tal, não sei que lá [...] ficou meio assim, tá, depois até eu pensei: “Pô, não sei se pegou mal né, parece que o cara tá indicando a mulher” [...] e aí naquele fim de semana ia ter um passeio, a gente fez um [...] o Marcius ele é muito agregador assim [...] as pessoas do [...] do [...] do grupo são como uma família mesmo [...] isso não é dito de boca pra fora [...] a gente fica no Whats App o dia inteiro e a relação é muito maior do que uma coisa de trabalho né [...] e eu me senti super acolhido ali pela primeira vez. Aí eu falei: “Porra, agora eu encontrei minha turma!” [...] Entendeu? Eh [...] a experiência do *Casseta* foi boa, mas era distante porque a gente só ia lá uma vez por semana e o programa era deles e enfim [...] foi bacana, mas não tinha sido aquele [...] eh [...] conheci pessoas legais e tal, mas não era esse [...] esse [...] esse ritmo, esse esquema [...] porque a gente só se encontrava mesmo uma vez por semana, então normal [...] fica distante e eu tinha meu trabalho na revista [...] e aí [...] pro *Divertics*, me fez conhecer esse grupo [...] né [...] e aí [...] eh [...] a gente organizou um passeio pra percorrer os bares daquele [...] “Rio Carioca”, não sei que lá [...] não sei o nome [...] eh um negócio de botequim [...] “Rio Botequim” [...] eh isso! Que é uma premiação dos melhores bares do Rio [...] e a Martha foi comigo [...] eh [...] e foi divertido [...] Marcius foi [...] o Cláudio Torres Gonzaga foi [...] que era o diretor [...] o redator final junto com o Marcius [...] todo mundo brincando e tal não sei que lá [...] quando chegou num botequim em Piedade, o Marcius virou pra Martha e falou assim: “Você tá lá na revista né?” [...] a Martha tava lá também porque a gente ficou revista e TV Globo [...] aí a Martha falou: “Tô” [...] “E você não quer trabalhar com a gente não? Eu tô com uma vaga” [...] Ele gostou dela, ele tem essa coisa assim de [...] ele tem uma [...] um talento [...] é bom porque eu fico muito a vontade pra falar porque [...] não parece que tô puxando o saco, porque eu sei que ele não vai ouvir [risos] tá bom? Eu fico tranquilo [...] ele tem um talento grande pra recrutar pessoas [...] eh [...] pela pessoa, entendeu? Mesmo se ele não conhecer ainda teu trabalho e tal [...] então isso fez esse [...] surgiu esse [...]

F.M.- Santo cruzou [...]

N.F.- Eh [...] o santo cruzou [...] e ele chamou, é isso! Aí ela [...] ela ficou porra [...] vou sair da revista e esse negócio é um projeto, pode ser que nem vá pra TV [...] mas ela já tava mesmo querendo sair também. Falei: "Pô, então vamu, cara!" [...] aí fomos os dois pra esse negócio [...] aí começamos a trabalhar lá [...] pá, pá, amarradão [...] fazendo [...] cara quando foi no dia 5 de junho e é uma das poucas datas que eu me lembro, porque eu não me lembro de nada, mas essa é impossível de lembrar [...] de não lembrar [...] porque é o dia do meu aniversário [...] o Marcius saiu do projeto [...]

F.M.- Uhm [...]

N.F.- Divergências lá com o Jorge Fernando e a coisa ia entrar num limbo, na nossa cabeça [...] porra, a Martha tinha pedido demissão da revista, eu também já tava no negócio [...] e eu me lembro que foi um dia que era [...] meu aniversário ia ter uma festa aqui em casa, um bolinho pra família e tal e nesse aniversário não tem foto. A gente não registrou nada. Aí cheguei em casa, chamei, falei, fui lá dentro, ela não tinha visto o email ainda, chamei ela lá dentro, falei: “Já viu o email? Marcius saiu” [...] ela: “Caralho!” [...] E a gente ficou em estado de pânico, né? Porra! Cara saiu [...] cara que tinha levado a gente [...] a gente não sabia nada, não tinha experiência nenhuma, apesar, tinha uma experiência pra eu [...] mas aí o Cláudio Torres assumiu, porra, gostou muito da gente, também, já gostava e a coisa seguiu [...] o *Divertics* acabou, a gente logo em seguida embarcou num projeto de uma outra série que não aconteceu e agora [...] tamu nesse negócio do *Zorra* [...] feliz lá [...] e aí o que é que aconteceu? No meio do caminho, veio o retorno do negócio da novela [...] que não foi o que a gente esperava, porque a gente queria fazer [...]

F.M.- Uhum [...]

N.F.- Mas a sinopse foi muito bem avaliada [...] eh [...] a gente recebeu boas avaliações dos pareceristas [...] e aí a gente foi lá [...] eh [...] recebeu avaliação e eh [...] pouco depois rolou um *Divertics* e tal aí [...] foi renovação de contrato e a gente conseguiu um contrato mais longo porque nosso contrato era de a cada seis meses, e agora passou a ser de três anos [...]

F.M.- Bacana [...]

N.F.- Eh [...] e a gente tá vivendo disso [...] finalmente [...]

F.M.- Agora, no caso do [...] do [...] do humor [...] eh [...] essa fronteira [...] porque você tem muito desse fictício/real né, misturados [...] né [...] agora tem uma fronteira [...] e você saber o limite, né? Tem aquela questão do tato [...] do *feeling* até quando, até onde ir [...] você falou do Extra [jornal], teve um caso de um processo, se eu não me engano, né?

N.F.- No Extra eu fui processado por mais de 400 policiais [...]

F.M.- Pois é [...]

N.F.- Era uma ciber [...] era uma charge [...] uma cibercharge. Que eu fazia montagem [...] né [...] que era um cartão de crédito pra pagar propina [...] propina card [...] alguma coisa assim [...] eh [...] e a Associação dos Policiais Militares, eh [...] não gostou [...] e começou a convocar os caras pra fazer [...] pra mover ações individuais em vez de uma só coletiva [...] eh [...] eu tinha [...] eu tinha uma coluna lá, por causa do *Eu hein* [...] cara eu vivia no Fórum, porque eram mais de 500 processos [...] eu tinha que ficar indo lá [...]

F.M.- Mais de 500 processos?

N.F.- Eh [...]

F.M.- Movidos né...diferentes autores [...] autores dos processos, né?

N.F.- Ninguém ganhou [...] não teve nenhum que ganhou [...] mas o custo jurídico foi de mais de um milhão de reais.

F.M.- Mas isso só por causa dessa piada, né?

N.F.- Só por causa disso.

F.M.- E [...] pois é [...] e dentro disso né [...] quer dizer [...] já teve essa situação e você ainda brinca com humor né [...] no jornalismo [...] como é que você vê o humor no jornalismo hoje pra paródia?

N.F.- Foi uma piada sem consequência [...] já fiz coisas muito piores do que isso, entendeu? Eh [...] alguém enxergou ali uma [...] possibilidade de ganho indevido [...] existe até uma figura jurídica pra isso que é a tal litigância de má fé, que é quando você não tem razão pra fazer o teu clamor e você assim mesmo faz agindo de má fé [...]

F.M.- Uhum [...]

N.F.- O [...] vou falar agora uma coisa que parece até que é piada mas é verdade [...] assim [...] uma das pessoas que processou [...] o [...] me processou [...] processou o jornal [...] era um policial que tava cego ou aposentado que disse que tinha visto a charge [...] o cara relata: “Quando eu vi aquilo de manhã, eu fiquei muito deprimido” [...] e era assim, todos eles tinham ficado deprimidos [...] com a [...] com a charge [...] todos os caras viram aquela charge e ficaram deprimidos [...] em vez de ficar deprimido com barbaridade que os maus policiais fazem, eles resolveram ficar deprimidos com a charge [...] e eu fico muito à vontade de falar de polícia porque meu pai era policial [...] então [...] você tem aí uma grande [...] um grande [...] contingente de policiais que não são bons, tem uns bons e tem [...] assim como tem uma grande quantidade de humoristas e roteiristas que são filhos da puta [...] qualquer extrato da sociedade tem [...] estudantes que são filhos da puta, enfim [...] e eu acho que os bons riem dos maus e é assim [...] mas todo mundo ficou deprimido [...] enfim [...] e resolveram processar o jornal [...] eu, evidentemente, acabei perdendo minha coluna né [...] apesar de não ter perdido nenhum [...] nenhum processo [...] e eu acho que essa coisa do controle, do politicamente correto, isso tá ficando cada vez pior [...] eh [...] as pessoas se sentem muito ofendidas com qualquer coisa que é dito [...] e isso sufoca o humor demais...porque o humor ele é [...] ele é [...] não tem [...] não existe humor do bem [...] não tem humoristas de Cristo, não existe isso [...] o humor ele toca o dedo na ferida, ele tem que ser malvado, humor bonzinho não é bom. Claro que você pode calibrar a tua munição e a tua arma pra atirar pro lugar certo, porque assim [...] a gente não vai fazer piada com gay [...] a gente vai fazer piada com quem sacaneia gay, entendeu? Mas a gente vai fazer também piada com gay [...] porque se você não faz piada com gay, você tá excluindo gay [...] o que a gente quer é uma sociedade de inclusão [...] então [...] ele tem que ser alvo de piada como outros grupos também são alvo de piada [...] mas não pode ser só ele, tem que ser ele e tem que ser o cara que só sabe viver de sacanear ele [...] tem que ser ele e tem que ser o cara que acha que mostrar um beijo na televisão vai transformar todo mundo em gay, entendeu? O que [...] o que você tinha antes, era um humor muito direcionado pra umas minorias, né? Só que agora, não [...] não querem que faça nem com homem gay, nem com ninguém [...] então as pessoas eh

[...] tem esse [...] essa maluquice aí de achar que não pode isso, não pode aquilo, é muito perigoso quando alguém se acha no direito de julgar o que pode ou não ser dito, né? Então vai fazer o quê? Uma comissão de notáveis pra discutir quais são as piadas válidas ou publicar uma portaria com 35 normas para humoristas [...] pra onde vai isso?

F.M.- E se você tivesse que dizer o que é que o humor do *Sensacionalista* quer dizer pro jornalismo, se é que quer dizer alguma coisa?

N.F.- O humor do *Sensacionalista* não quer dizer nada pros jornalistas [risos]. Ele tinha algumas [...] eu já dei algumas entrevistas antes e as pessoas que vinham fazer uma interpretação que era assim: "Você quis criticar o jornalismo com o *Sensacionalista*! Você quis criticar!" [...] Eh [...] porque muita [...] no início [...] do *Sensacionalista*, muitas notícias eram reproduzidas como se fossem reais e as pessoas ficavam achando que eu tinha feito o *Sensacionalista* para provocar isso [...] eu falei assim: "Oh, desculpa! Eu gostaria muito de ser inteligente a esse ponto né [...] lançar um site pra que as pessoas publicassem as nossas notícias e depois fazer um documentário mostrando como o jornalismo embarca em ondas" [...] mas não foi isso, isso foi um efeito colateral. Eh [...] o que o *Sensacionalista* faz é humor usando a linguagem jornalística. Críticas do jornalismo, se você vai lá no [...] *observatoriodaimprensa.com.br* ou *.org*, que lá tem um monte de cara muito mais gabaritado do que eu pra fazer isso [...] até porque eu nem quero mais nada com jornalismo. Entendeu? Se eu puder não fazer mais jornalismo, eu não o farei. Posso vender raspadinha, fazer site, limão e tal [...] se em determinado momento eu [...] eh [...] tiver em situação financeira que eu precise fazer jornalismo, eu vou fazer. Né...Mas eu não tenho nenhuma [...] fui jornalista durante 20 anos, mas eu não tenho nenhuma [...] pretensão de ser crítico de jornalismo, nem de ensinar nada ao jornalista; jornalistas são ótimos, são pessoas que eu convivi a vida inteira, são pessoas muito inteligentes, muito [...] esclarecidas, conversam qualquer assunto. Quem sou eu pra fazer qualquer tipo de crítica a eles ou ao trabalho da imprensa? A imprensa tem um papel fundamental, né, pra sociedade, pô, o que seria de nós sem a imprensa, com todos os seus erros [...] a imprensa erra pra cacete, mas que instituição não erra? O humor erra também, às vezes perde o tom [...] e vai assim, vai todo mundo errando, aprendendo [...] e fazendo até acertar [...] o [...] eu tenho um negócio que [...] é engraçado isso [...] que assim [...] a gente tava, começa falando sobre [...] como descobrir aquilo que você gosta e o que você faz bem. Eu tenho um amigo que é o Flávio Cordeiro que começou na carreira como office-boy de uma empresa de [...] uma agência de publicidade. Hoje ele é sócio de uma das maiores agências de publicidade do Brasil. Né [...] e ele me fala uma coisa assim: "Cara, a pessoa precisa descobrir o seu superpoder". Ele falou pra mim isso tentando me convencer a não abrir uma loja de depilação, falou assim: "Cara não faz isso! Você não vai se dar bem, você não vai ser feliz, você vai [...] escreve o que eu tô te dizendo, daqui a um ano, você vai tá sentado comigo dizendo que cometeu um erro, que você vai tá vendendo essa loja". Eu falei: "Não cara, mas eu vou fazer, porque porra, eu não aguento mais jornalismo, eu tenho que fazer alguma coisa, não sei que lá" [...] "Investe numa outra coisa, vai na coisa que [...]]"[...] "Mas eu não consigo, já fui tentando há anos" [...] e blá, blá, blá [...] aí por que é que eu tô contando isso? Porque assim [...] existe o *Prêmio Esso de Jornalismo*, que é o maior [...] a maior honraria né? Que o jornalista pode receber [...] eu nunca ganhei [...]

F.M.- [risos]

N.F.- Eu já fui indicado uma vez, mas na verdade de carona ali numa matéria do Andrei Meireles [...] eu sempre fui jornalista de fazer matéria mais leve então [...] cara com esse perfil não [...] não [...] não vai ganhar o *Prêmio Esso*. Mas esse ano eu vou escrever o roteiro do *Prêmio Esso*. Então, isso tem um belo simbolismo né? Assim [...] não era muito mesmo a minha onda, foi um [...] um caminho ali que eu posso voltar a seguir, não vou renegar, entendeu? A Martha é jornalista, adora, eu sou jornalista, não gosto tanto, mas [...] vou saber fazer direitinho [...] em compensação no jornalismo nunca fui demitido; no humor já fui demitido três vezes [risos] né? Mas não [...] não briguei com o jornalismo, não quero ensinar nada ao jornalismo, muito pelo contrário, tenho que aprender [...] acho que a pessoa passar um [...] uns bons vinte anos em redação você aprende muito cara [...] muito [...]

F.M.- E com o humor?

N.F.- O que é que eu quero pro humor?

F.M.- Com humor, você aprende?

N.F.- Aprende [...] o humor é muito [...] cara [...] eu nunca me diverti tanto na minha vida, eu [...] trabalho com pessoas brilhantes, eu rio o tempo inteiro, entendeu? A gente [...] eh [...] passa o tempo todo pensando coisas engraçadas e [...] eu fiquei pensando uma época assim, ah [...] mas e [...] porque o jornalista tem essa coisa da função social, né? Você fica assim, poxa [...] eh [...] você faz jornalismo, mas agora você quer ficar fazendo só piada [...] só esquete, às vezes uma coisa que não tem nada a ver, não tem crítica nenhuma [...] mas quando a crítica entra [...] o humor, quando ela encaixa ali bem feito, às vezes ela tem um poder muito maior do que uma matéria jornalística. E isso é muito legal [...] com a internet, assim, às vezes a gente [...] com uma piada no *Sensacionalista* [...] a gente atinge quatro milhões de pessoas. E um negócio que começou ali do nada [...] eu nunca fiz uma matéria de jornalismo que atingisse quatro milhões de pessoas [...] com o humor eu fiz [...] a gente tem uma influência grande [...] a gente tem [...] eh [...] uma desenvoltura boa ali na internet, então [...] como jornalista [...] talvez eu não chegasse a atingir nem metade disso numa matéria. Tem revista aí vendendo 200 mil-300 mil exemplares [...] É bom fazer [...] jornalismo também [...] acho que a minha filha talvez até vá fazer, não sei [...] tá começando se desenhar isso. Mas eu me encontrei mesmo fazendo humor, o que vai ser pra frente eu não sei, isso é que é a melhor coisa né? [risos]

F.M.- [risos] Tá ótimo! Obrigado Nelito! Show de bola!

N.F.- Falou!?

[FINAL DO DEPOIMENTO]

