

Universidade Federal de Minas Gerais
Faculdade de Letras
Programa de Pós-Graduação em Estudos Linguísticos

Blog The piauí Herald:

Uma análise do jogo paródico-irônico em torno de Dilma Rousseff

Rafael Campos Amaral Lobato

BELO HORIZONTE

2018

RAFAEL CAMPOS AMARAL LOBATO

Blog The piauí Herald:

uma análise do jogo paródico-irônico em torno de Dilma Rousseff

Dissertação de mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Estudos Linguísticos da Faculdade de Letras da Universidade Federal de Minas Gerais, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Estudos Linguísticos.

Área de Concentração: Linguística do Texto e do Discurso

Linha de pesquisa: Análise do Discurso

Orientadora: Profa. Dra. Ida Lucia Machado

Belo Horizonte
2018

L796b

Lobato, Rafael Campos Amaral.

Blog The Piauí Herald [manuscrito] : uma análise do jogo paródico-irônico em torno de Dilma Roussef / Rafael Campos Amaral Lobato. – 2018.

105 f., enc. : il., fots., color.

Orientadora: Ida Lúcia Machado.

Área de concentração: Linguística do Texto e do Discurso.

Linha de pesquisa: Análise do Discurso.

Dissertação (mestrado) – Universidade Federal de Minas Gerais, Faculdade de Letras.

Bibliografia: f. 95-98.

Anexos: 100-105.

1. Análise do discurso – Teses. 2. Semiologia (Linguística) – Teses. 3. Paródia – Teses. 4. Ironia – Teses. 5. Blogs – Teses. I. Machado, Ida Lúcia. II. Universidade Federal de Minas Gerais. Faculdade de Letras. III. Título.

CDD : 418



FOLHA DE APROVAÇÃO

Blog The Piauí Herald: Uma análise do jogo paródico-irônico em torno de Dilma Rousseff

RAFAEL CAMPOS AMARAL LOBATO

Dissertação submetida à Banca Examinadora designada pelo Colegiado do Programa de Pós-Graduação em ESTUDOS LINGUÍSTICOS, como requisito para obtenção do grau de Mestre em ESTUDOS LINGUÍSTICOS, área de concentração LINGUÍSTICA DO TEXTO E DO DISCURSO, linha de pesquisa Análise do Discurso.

Aprovada em 09 de agosto de 2018, pela banca constituída pelos membros:

Ida Lucia Machado
Prof(a). Ida Lucia Machado - Orientadora
UFMG

Adélia Barroso Fernandes
Prof(a). Adélia Barroso Fernandes
Uni-BH

Sonia Caldas Pessoa
Prof(a). Sonia Caldas Pessoa
UFMG

Belo Horizonte, 9 de agosto de 2018.

“Melhor é de risos que de lágrimas escrever, porque o riso é a marca do homem.”

François Rabelais

AGRADECIMENTOS

Sempre fui mais de transpiração do que de inspiração. Bem antes de iniciar os estudos no Mestrado, na Fale/UFMG, já imaginava começar estes agradecimentos com essa frase. Talvez, eu já prevesse que o percurso que teria pela frente não seria fácil. E não foi. No entanto, as dificuldades, diz minha mãe Lívia, fazem parte da vida. Por isso, inicio os agradecimentos por ela, que sempre me ensinou que as agruras nos ajudam a evoluir e a crescer. A Maíra, minha esposa, com quem dividi a rotina dos estudos, agradeço também pela compreensão diante de minhas ausências em vários compromissos. Parece que durante dois anos e pouco, você acaba casando-se com a sua escrita, autores diversos, etc. A ela, agradeço ainda pelas palavras de motivação e pelos conselhos sempre bem-vindos e que me ajudaram durante esta caminhada.

Abro este parágrafo agradecendo também a Ida Lucia Machado, exímia professora, que na sala de aula mostra-se capaz não apenas de transmitir os seus conhecimentos, mas de fazer com que os alunos tenham o desejo por novas descobertas. Como minha orientadora, agradeço também a compreensão que teve com este mestrando que tentou ao máximo aproveitar o período, infelizmente, espremido pelos compromissos de trabalho. Estendo os agradecimentos aos professores Marcelo Cordeiro, Wander Emediato e a Carlos Jáuregui, que me inspirou a desbravar a Análise do Discurso.

Agradeço ao meu amigo Roger Deff, pelas cervejas à noite no Maletta, válvula de escape, sempre necessária. A minha colega de trabalho e, sobretudo, amiga Marina Dias, sempre atenta aos meus desabaços e disposta a ajudar. A Lupri, com quem pude trocar experiências acadêmicas. A minha sogra Marita, que com palavras serenas sempre me apoiou e me motivou na empreitada. Aos meus irmãos, Renato e Rodrigo, às minhas tias Lízia e Maria Helena, que sempre me apoiaram incondicionalmente. Agradeço ainda a Revista *Encontro*, representada pelos editores André Lamounier, Kátia Máximo e Alessandro Duarte, que me concederam licenças para que eu pudesse assistir às aulas e participar de outros compromissos acadêmicos.

Por fim, agradeço também ao Programa de Pós-Graduação em Estudos Linguísticos, da Fale/UFMG, que me acolheu muito bem. Sinto-me orgulhoso de participar e de dar a minha humilde contribuição aos estudos da área. Recebam

também os meus agradecimentos as professoras do programa Gláucia Muniz Proença, Emília Mendes, Renato de Mello e Maria Antonieta Cohen.

Resumo

Nos anos 2000, começaram a surgir na internet *sites* e *blogs* que, apesar de apresentarem estrutura jornalística, ou seja, textos dispostos de maneira semelhante à de sítios jornalísticos, não tinham o compromisso com a verdade – algo que tal prática social almeja proteger. Parece-nos que se trata de espaços cujo traço norteador seria a transgressão, por meio de um jogo paródico-irônico, com visada humorístico-argumentativa.

O *blog The piauí Herald*, ligado à Revista *Piauí*, do documentarista João Moreira Salles, foi escolhido como objeto de investigação que será apresentado e analisado neste trabalho. Criado em 2007, o *Blog The piauí Herald* – de instância produtora compósita – dedica-se a criar textos com narrativas fictícias, apesar de os personagens envolvidos nas tramas serem figuras reais e pertencentes ao imaginário midiático tradicional, tido como sério. O *blog* que será aqui abordado (em parte) dedica-se a lançar ironias e sarcasmos cujo alvo são personalidades públicas e, na maioria dos casos, políticos.

Buscaremos, portanto, analisar dele alguns textos, que compreendem o período em que a então Presidente da República, Dilma Rousseff, foi alvo de um processo de *impeachment*. As datas do *corpus* abrangem o intervalo de dezembro de 2015 – mês em que o pedido de impedimento foi aceito pela Câmara Federal – a agosto de 2016, quando o mandato foi encerrado oficialmente depois de votação no Senado Federal.

À luz da linha Análise do Discurso (doravante AD), em sua vertente francesa, por meio da Teoria Semiolinguística de Patrick Charaudeau, buscaremos analisar os mecanismos de construção dos textos do *blog*. Para tanto, convocaremos os estudos do linguista supracitado, que propôs os Modos de Organização do Discurso (enunciativo, descritivo, narrativo e argumentativo). Para este trabalho, recorreremos aos modos de organização descritivo, narrativo e argumentativo.

Pretendemos, portanto, compreender o potencial do jogo paródico-irônico, que, a nosso ver, é repleto de armadilhas para o leitor destinatário. Trata-se de inocentes sarcasmos e/ou brincadeiras que têm como alvo personalidades públicas? Seriam críticas cercadas de boas doses de ironias e que pretendem fazer agir o destinatário? Ou, por fim, os textos teriam a finalidade de manter os imaginários e

cristalizá-los perante seu público-leitor? Essas são algumas das questões que este trabalho pretende responder.

A partir dos estudos de Ida Lucia Machado acerca da paródia-irônica, de antemão, podemos nos adiantar e sugerir que a ironia estaria longe de ser algo inocente e/ou benevolente. Por isso, diante do fenômeno de espaços na *internet* que pretendem fazer rir e operam transgressões não só a da ordem jornalística, mas também a de uma dada realidade, torna-se imperativo compreender o possível jogo retórico-argumentativo que palpita por trás de espaços dessa natureza.

Palavras-chave: teoria semiolinguística; textos transgressivos; ironia; paródia

Résumé

Vers les années 2000, l'internet a vu paraître des *sites* et des *blogs* que, tout en ayant une structure propre des documents de presse, soit, des textes disposés de manière semblable à ceux qui étaient montrés dans des *sites* médiatiques, n'avaient pas un compromis lié avec la vérité qui doit dominer dans chaque nouvelle transmise par la presse. Au contraire, les textes qu'ici nous intéressent, formaient des espaces plus au moins autonomes (par rapport à la presse vraie) dont le principal trait était la transgression, effectuée par le moyen d'un jeu parodique-ironique, contenant une visée humoristique et argumentative.

Le *blog The piauí Herald*, issu de la Revue brésilienne nommé *Piauí*, de João Moreira Salles, constitue l'un de ces cas et mérite donc être l'objet d'investigation à être présenté et analysé dans notre recherche. Il a été créé en 2007 par une instance productrice composite – et se dédie à composer des textes contenant des narratives fictives, bien que leurs personnages soient des figures réelles, qui appartiennent au imaginaire médiatique traditionnel, considéré comme « sérieux ». Le *blog* qui sera ici analysé a le but de faire paraître des écrits ironiques dont les cibles sont des personnalités publiques et dans la majeure partie des cas, politiques.

Pour réaliser cette recherche, on a choisi dans le *blog* cité une série de textes écrits pendant la période dans laquelle la politicienne Dilma Rousseff, que était présidente du Brésil, a été victime d'un procès d'*impeachment*. Les dates des textes ici privilégiés correspondent au mois de décembre 2015 –mois dans lequel la demande d'*impeachment* a été acceptée par la Chambre brésilienne des députés– à août 2016, quand la politicienne a été officiellement destituée de son poste de présidente du pays.

Par le moyen de l'analyse du discours (dorénavant AD) de tendance française, plus spécifiquement, la Théorie Sémiolinguistique conçue par Patrick Charaudeau, on cherchera à analyser les mécanismes utilisés par la construction des textes parodiques-ironiques de *The Piauí Herald*. Ainsi on s'appuiera sur les modes d'organisation du discours (énonciatif, descriptif, narratif et argumentatif) proposés dans la théorie, en donnant une attention spéciale aux trois derniers.

Nous voudrions ainsi comprendre la force du jeu parodique-ironique, qui semble, à nos yeux, rempli des ruses et des malices. S'agit-il des plaisanteries innocentes ou des jeux méchants, ceux qui prennent pour cible des personnalités

politiques dans le *blog* ? Si c'est un jeu, est-ce qu'il tient à diffuser des critiques argumentées grâce à l'ironie et par cela, mieux influencer les lecteurs? Ou alors, est-ce que ce textes auraient-t-ils la finalité de maintenir les imaginaires et les rendre immuables face au public-lecteur ? Voilà quelques-unes des questions que notre travail a cherché à répondre.

Si l'on songe aux études d'Ida Lucia Machado sur la parodie-ironique, on peut suggérer, d'ores et déjà, que l'ironie est bien loin d'être une figure innocente et bénévole. Ainsi, devant ces documents diffusés par l'internet, qui ont la prétention de nous faire rire et que, pour ce faire, transgressent non seulement la déontologie de presse, mais aussi, des données réelles, il nous a paru nécessaire comprendre les ficelles du jeu rhétorique-argumentatif, jeu qui se place dans les entrelignes de ce type de textes.

Mots-clés : **théorie sémiolinguistique ; textes transgressifs ; ironie ; parodie.**

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Capa do jornal O Pasquim, publicada em 18 de maio de 1978	22
Figura 2 – Página inicial do Blog do Noblat.....	28
Figura 3 - Capa da Revista Piauí, publicada em janeiro de 2015.....	31
Figura 4 – Página inicial do Blog The piauí Herald.....	33

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Quadro Comunicacional, proposto por Charaudeau (2014).....	41
Quadro 2 - Quadro comunicacional adaptado.....	46
Quadro 3 - Máximas conversacionais, segundo Grice (1982).....	64
Quadro 4 - Questionário actancial.....	84
Quadro 5 - Quadro Dedução por Silogismo	89

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	13
CAPÍTULO 1 – O <i>CORPUS</i> DA PESQUISA: algumas considerações.....	16
1.1 JORNALISMO SÉRIO	17
1.2 JORNALISMO NÃO-SÉRIO.....	21
1.3 JORNALISMO NA WEB.....	26
1.3.1 O QUE É <i>BLOG</i> ?	27
1.4 A REVISTA PIAUÍ.....	29
1.5 BLOG THE PIAUÍ HERALD	32
1.5.1 DESCRIÇÃO DO <i>CORPUS</i>	37
CAPÍTULO 2 - METODOLOGIA - TEORIA SEMIOLINGUÍSTICA: ALGUNS APONTAMENTOS NECESSÁRIOS	40
2.1 IMAGINÁRIOS SOCIODISCURSIVOS	47
2.2 HUMOR E O RISO.....	48
2.3 CONTRIBUIÇÕES DE BAKHTIN.....	51
2.4 HUMOR E O DIREITO	53
CAPÍTULO 3 - A PARÓDIA COMO FENÔMENO RETÓRICO-ARGUMENTATIVO.....	56
3.1 DISCURSO SUBVERSIVO	58
3.2 PARÓDIA: O PORQUÊ E O COMO.....	60
3.3. ALGUMAS CONSIDERAÇÕES SOBRE A IRONIA	63
CAPÍTULO 4: ANÁLISE DE POSTAGENS DO <i>BLOG THE PIAUÍ HERALD</i>	70
4.1. ANÁLISE DE TEXTOS DO <i>CORPUS</i> DE ACORDO COM O MODO DE ORGANIZAÇÃO DESCRITIVO.....	71
4.1.1. OS COMPONENTES DA CONSTRUÇÃO DESCRITIVA.....	72
4.2. MODO DE ORGANIZAÇÃO NARRATIVO & ANÁLISE DO <i>CORPUS</i>	80
4.2.1 COMPONENTES DA LÓGICA NARRATIVA.....	81
4.3 MODO DE ORGANIZAÇÃO ARGUMENTATIVO & ANÁLISE <i>CORPUS</i>	85
4.3.1 A ENCENAÇÃO ARGUMENTATIVA	87
CONCLUSÃO.....	92
REFERÊNCIAS.....	95
ANEXOS	100

INTRODUÇÃO

Interessei-me pela Análise do Discurso, doravante AD, ainda na especialização *lato sensu*, intitulada *Processos Comunicativos e Dispositivos Midiáticos*, em 2012, como parte do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, na UFMG. Tratou-se, digamos, de meu primeiro contato com tal disciplina. Como conclusão do curso supracitado, mergulhei pela primeira vez em uma análise que tinha como metodologia a AD, sobretudo, a partir dos estudos de Patrick Charaudeau e Dominique Maingueneau. Na monografia, como conclusão da especialização, escolhi valer-me da AD para esmiuçar, mesmo que de maneira breve, as estratégias discursivas, ou pelo menos as mais evidentes que formatavam o *blog The piauí Herald*.

Até aquele momento, tinha deparado com o *blog* ligado à Revista Piauí, como mero leitor e, reconheço, amante das troças que tinham como alvo personalidades públicas. Como será apresentado mais à frente, o *blog The piauí Herald*, de instância produtora compósita¹, se propõe a desfilar ironias, com visada cômica, a partir de textos com estrutura semelhante à dos jornalísticos, mas com narrativa fictícia. Apesar de envolver personagens reais em suas tramas, as situações descritas e narradas pelo *blog* são inseridas no reino do absurdo e, por vezes, do lúdico. Ao final da análise encontrei pelo menos quatro estratégias discursivas que contribuem para a construção das narrativas fictícias, com o objetivo de fazer rir. São elas: a desproporção lógica, a intertextualidade, a ironia e a alegoria. Na ocasião, ainda na conclusão do referido trabalho, já fazia a menção de que o *blog* mereceria uma análise mais aprofundada e que aquelas descobertas estavam longe de serem as únicas.

No ano seguinte, me inscrevi em algumas disciplinas isoladas como parte do Programa de Pós-Graduação em Estudos Linguísticos, na Faculdade de Letras, na UFMG. A iniciativa foi oportuna para me inteirar sobre o programa e, especialmente, sobre a AD. As disciplinas isoladas serviriam ainda para embasar estudos para o

¹ Referimos-nos assim por entender que, a exemplo do jornalismo convencional, tido como sério, o *blog The Piauí Herald* mantém em sua instância produtora redatores, um coordenador e os demais editores da Revista *Piauí* como partícipes da produção dos textos.

projeto de mestrado na mesma linha. Em 2015, ingressei no mestrado e o meu objetivo permaneceu o mesmo: olhar para o humor-irônico que o *blog The piauí Herald* apresentava.

Algo me afligia e me inquietava na busca de tentar compreender o que o humor era capaz de provocar ou fazer agir sobre os leitores do referido *blog*. As primeiras perguntas começaram a surgir. Trata-se de inocentes zombarias e/ou brincadeiras que têm como alvo personalidades públicas? Seriam críticas cercadas de boas doses de ironias e que pretendem fazer agir o destinatário? Ou, por fim, os textos teriam a finalidade de manter os imaginários e ajudar a cristalizá-los perante seu público-leitor?

Desde os estudos psicanalíticos de Freud, na obra *Chistes e sua relação com o inconsciente* (1905), ou mesmo antes, com Aristóteles, em seu *De partibus animalium*, onde define o riso como algo que nos diferenciava dos animais, ou ainda Skinner (2002) que, ao tomar estudos aristotélicos como base, entendeu o riso como expressão de desprezo, o universo do que é propriamente cômico se mostra instigante. O assunto, apesar de estudado desde os pensadores gregos, ainda não alcançou uma definição.

Diante disso, resolvemos olhar para o riso, que seria buscado pelo *blog*, a partir dos estudos da professora doutora Ida Lucia Machado, que reúne importante obra sobre o que ela mesma define como jogo paródico-irônico. Assim, acreditamos que um dos caminhos possíveis para encontrarmos ou problematizarmos os mecanismos discursivos que forjam os textos do referido espaço passa pelo fenômeno paródico que, conforme a referida linguista, não prescinde da ironia.

Ainda como forma de análise, achamos salutar convocar os estudos de análise do discurso, fundados por Pêcheux, na França. Dentre várias correntes que existem atualmente, seguimos aqui a vertente proposta por Patrick Charaudeau, desde 1983, com sua teoria semiolinguística que, resumindo bastante, opera no sentido de considerar os enunciados, colocados em uma situação de comunicação e inseridos em uma instância psicossocial. Charaudeau (2014) enfatiza também que os enunciados colocados em uso, em diferentes ocasiões e textos, se encaixariam em uma das categorias por ele nomeadas como *Modos de Organização do Discurso*, quais sejam: o enunciativo, o descritivo, o narrativo e o argumentativo.

Para a nossa proposta de análise, achamos por bem destacar os modos descritivo, narrativo e argumentativo. Analisaremos, desse modo, cinco textos do *blog The piauí Herald* que, como veremos, tende a direcionar um olhar caricato às personalidades políticas. Para melhor agilizar nosso trabalho, recortamos o nosso *corpus* e nele destacamos “notícias” que ironizam a situação da política (e da então presidente da República) Dilma Rousseff.

Ao final deste trabalho, esperamos não dar por encerrada a empreitada de olhar para o humor em *sites* dessa natureza e, muito menos, achar que tal estudo se mostra definitivo. Pelo contrário, aqui só buscamos dar uma humilde parcela de contribuição às reflexões que têm o campo do cômico como alvo.

CAPÍTULO 1 – O CORPUS DA PESQUISA: algumas considerações

Definir o jornalismo é uma tarefa complexa. Como qualquer outra prática comunicacional, a jornalística caminha lado a lado com a sociedade (e suas transformações). Sabemos que não são poucas as teorias do jornalismo que tentam dar conta de tamanha complexidade. Diante disso, podemos pensar que tal prática social não deve ser lida de uma única maneira. Arriscamo-nos a dizer que, hoje, não existiria apenas um jornalismo, mas jornalisimos que operam de formas e em estatutos distintos. A complexidade epistemológica que envolve ou em que está inserido o jornalismo é também proporcional ao enredamento em que se baseia a própria sociedade. O jornalismo, então, promove a disseminação de narrativas que a atravessam e, assim, tentam descrever ou estabilizar um cenário aparentemente instável. Essa atividade atua no sentido de explicar, ou tentar explicar, o mundo.

As narrativas constituem o eixo do nosso olhar conhecedor – ponto de fuga através do qual torna-se possível apreender o cotidiano, as múltiplas transformações que o atravessam e o retiram, enquanto objeto de estudo, dos campos “endurecidos” do conhecimento. (GUIMARÃES, 2006, p.8)

Não podemos perder de vista, que o jornalismo é executado sob condições próprias de funcionamento e que, em muitos dos casos, obedecem a uma lógica econômica, como detalharemos mais adiante. “Todo discurso jornalístico tem por trás de si múltiplos sujeitos, a começar pela estrutura empresarial que disponibiliza as informações a um público que paga para obtê-las” (CARVALHO, 2012, p. 84). Essa característica torna o processo de descrição e/ou de narração da realidade ainda mais problemático.

Nesta parte, portanto, nosso intuito é o de discorrer de maneira não muito alongada sobre um ponto cuja importância se destaca para o presente trabalho, apesar de não ser a discussão central deste: a compreensão do jornalismo por meio de sua relação com uma dada realidade. Acreditamos, portanto, que o jornalismo atravessa, entre outros terrenos, um tema não menos espinhoso: o universo do real. Como afirmam Silva e França (2017), “o jornalismo se propõe

a falar do mundo em que vivemos em sua dimensão concreta, tangível, partilhada por todos”. (SILVA e FRANÇA, 2017, p. 02). O jornalista se encarregaria de transmitir à sociedade a realidade dos fatos, tal como eles aconteceram. Assim, é o clima de seriedade e de objetividade que imperaria no imaginário que a *vox populi* tem de tal atividade. Sabemos, no entanto, que o jornalismo não é alheio à transgressão. Veremos, mais adiante, que ele pode se tornar terreno fértil para brincadeiras, piadas, sátiras e ironias que talvez provoquem (no leitor) boas risadas ou pelo menos algum sorriso. Mas, antes de entrar no universo desse jornalismo desviado de sua função primeira, que é informar o leitor sobre a verdade dos fatos sem precisar necessariamente fazê-lo rir, propomos agora algumas palavras sobre essa sua vertente séria.

1.1 JORNALISMO SÉRIO

Silva e França (2017) entendem o jornalismo como uma atividade comunicacional a partir de três eixos: “a relação com o real, a natureza de seu produto (a informação) e sua ancoragem no interesse público (ele vai dizer o que, supõe-se, interessa e é pertinente para o grupo ao qual se dirige) (SILVA E FRANÇA, 2017, p.02)”. Há, portanto, o imaginário de que no jornalismo não há espaço para brincadeiras, como já disse Marques de Melo (2003). O jornalismo, lembra Traquina (2005), já foi chamado de “O Quarto Poder²”, ao lado das instâncias representativas de uma república: executivo, legislativo e judiciário. Seria, assim, uma espécie de “poder que controla o poder”. Ou mesmo um *Watchdog*, o “Cão de Guarda” da sociedade. Ainda para o autor supracitado, as pessoas, ao indagarem sobre o seu redor (“o que é que aconteceu/está acontecendo no mundo?”), buscam as respostas nas notícias de jornais e revistas impressas, telejornais, rádio e na mídia eletrônica na *internet*.

Para Berger e Almeida (2014), “o imediato, o episódico, o que se agita na superfície e no subterrâneo da sociedade são as matérias-primas do jornalismo” (BERGER E ALMEIDA, 2014, p. 122). Os mesmos pesquisadores afirmam,

² Traquina cita tal expressão ao relacionar o jornalismo com a democracia. Para o autor, a liberdade seria um fator-chave para o jornalismo. Ele acredita ainda que o título de “O Quarto Poder” conferido ao jornalismo a partir do século 19 teria sido uma resposta aos regimes políticos de até então caracterizados como autoritários e despóticos.

inspirados no sociólogo Park (2008), que o jornalismo oferece “um conhecimento da vida cotidiana, mostrando e, muitas vezes, constituindo o que move a política, a economia, a cultura, o comportamento” (*Ibid.*, p.123).

O que seria, então, a notícia neste terreno no qual o jornalismo abraça a função de resguardar a sociedade e os seus direitos, além de informar e explicar sobre o que acontece no mundo? Lage (1987) remonta à Idade Média para contar que, naquele período, as informações vinham em forma de “decretos, proclamações, exortações e sermões da igreja” (LAGE, 1987, p.08). No entanto, as coisas começaram a mudar a partir do século VIII, com a expansão da atividade comercial. A Itália, mais especificamente em sua parte oriental, começou a receber mercadorias vindas do oriente e atravessadas por navios árabes pelo Mar do Mediterrâneo. Uma das figuras famosas e ousadas da época, o jovem navegador e comerciante veneziano Marco Polo, ao voltar de suas duas viagens realizadas nessas terras longínquas, passou a escrever sobre alguns países que visitara. Tais viagens mudaram as concepções de mundo e de vida dos europeus. A esse respeito, Lage (1987) afirma:

A acumulação de capital logo teve consequências: a organização mais ampla e atuante da atividade artesanal e a alfabetização. Os *avvisi*³ já podiam ser pregados nos muros em cópias manuscritas: dispensava-se o letrado que tempo atrás teria que lê-los em voz alta. E, mais importante, não provinham do duque nem do bispo: quem os mandava escrever eram banqueiros e comerciantes. (*Ibid.*,p.09)

Foi desta maneira, aos poucos, nos lembra o supracitado pesquisador, que a língua que iria predominar na futura Itália (em meio aos diversos dialetos) passou a ser a primeira língua moderna a atingir o nível da “universalidade literária”. Entre os expoentes literatos da época estavam Dante Alighieri, Francesco Petrarca e Giovanni Boccaccio entre outros. No século XV, tendo em vista as dificuldades de manter os caminhos comerciais entre o Oriente e a Europa, optou-se por traçar outra rota que passava pela Alemanha. Essa época coincide com a grande invenção de Gutenberg, a do livro impresso, sendo o primeiro deles a Bíblia, impressa em 1452. Ainda que refutando um pouco toda

³ Avisos (tradução nossa)

a fama dada a Gutemberg, Lage (1987) não deixa de reconhecer que “a prioridade a ele (Gutenberg) atribuída na invenção da imprensa é discutível, mas a tecnologia gráfica resultou seguramente do comércio asiático” (*loc.cit.*).

Até aqui é possível compreender que os primórdios da imprensa ou do jornalismo – ou daquilo que poderíamos definir como pré-jornalismo – estavam ancorados numa instância econômica. Ora, como vimos, comerciantes e banqueiros eram os que solicitavam relatórios ou notícias sobre exportações, importações, entre outras informações que lhes poderiam ser úteis para os negócios.

Mas o mundo continuava a sofrer drásticas mudanças. A acumulação capitalista imperava, a partir do início da colonização da América. O comércio com o Oriente se intensificava por meio da rota descoberta por Vasco da Gama. As línguas nacionais se consolidavam. E os primeiros periódicos começavam a aparecer.

O primeiro jornal circulou em Bremen, Alemanha, em 1609. O segundo, em Estrasburgo, no mesmo ano. O terceiro, em Colônia, no ano seguinte. Dez anos depois, já havia jornais em Frankfurt, Basileia, Hamburgo, Amsterdã e Antuérpia. Imprimia-se em francês e inglês, para exportação. A imprensa londrina começou em 1621, com a *Current of General News*. Paris esperou mais dez anos para ter sua *Gazette*. (Lage, 1987, p.10)

De acordo com pesquisador, os jornais passaram a ser instrumentos da burguesia contra os palácios. A igreja e o Estado tentavam de toda forma coibir a força dos impressos com índice e a censura. Veio a Revolução Industrial, e o processo de fabricação de periódicos passou a um nível empresarial, ou seja, a um maior volume de tiragem, a contar com mais pessoas envolvidas no processo e a produzir um produto mais acessível aos leitores. A publicidade ganharia força ao ser responsável por arcar com os custos editoriais do processo. Traquina (2005) lembra que, a partir do século XVIII, com a disseminação dos jornais impressos, o valor da informação ganha contornos mais relevantes que o da propaganda. Assim, os pilares do jornalismo começariam a brotar, quais sejam, “a notícia, a procura da verdade, a independência, a objetividade, e uma noção de serviço ao público” (TRAQUINA, 2005, p.34).

Ainda neste breve percurso histórico, é importante refletir sobre como a notícia ou o jornalismo eram pensados e problematizados na época de seu nascimento. Um dos poucos exemplos disso é o que traz o *Dicionário de Comunicação*⁴ editado em 2014. Ele menciona a primeira tese acadêmica sobre o tema, defendida em 1690, na Alemanha. Intitulado *De Relationibus Novellis*, o trabalho já oferece reflexões sobre a notícia e traços que até hoje são discutidos por pesquisadores da área, como “a noticiabilidade, o foco no singular, a ética profissional, a mercantilização da informação, o agendamento, a relação com as fontes, o sensacionalismo e a censura” (MEDITSCH, SCHWAAB, 2014, p.284).

Ainda em busca de uma definição mais precisa do que seja notícia, verificamos algumas regras disponibilizadas no *Manual de Redação do Jornal O Estado de São Paulo*⁵. Como o próprio nome diz, tal livro é a referência estilística de escrita da publicação jornalística paulista. Além disso, a obra – a exemplo de outros manuais de redação – traz normas universais da profissão. No item 25, o *Manual* afirma que:

Nas matérias informativas, o primeiro parágrafo deve fornecer a maior parte das respostas às seis perguntas básicas: o que, quem, quando, onde, como e por quê. As que não puderem ser esclarecidas nesse parágrafo deverão figurar, no máximo, no segundo, para que, dessa rápida leitura, já se possa ter uma ideia sumária do que aconteceu. (*Manual de Redação do Jornal o Estado de São Paulo*, 2005, p. 17-18)

No item 4 do manual mencionado, é lembrado que o jornalista deve sempre prezar pela clareza e/ou objetividade. “Adote como norma a ordem direta, por ser aquela que conduz mais facilmente o leitor à essência da notícia. Dispense os detalhes irrelevantes e vá diretamente ao que interessa, sem rodeios” (2005, p. 15). Ainda é pregado pela publicação em pauta que a notícia jornalística se baseie na clareza e no interesse público.

O jornalismo, portanto, vigorou como guardião da sociedade. É nele que o censo comum, não raras vezes, busca apoio para desnudar mazelas políticas,

⁴ Obra que reúne verbetes sobre estudos em comunicação, organizada pelos autores Citelli, Berger, Baccega, Vassallo de Lopes e França.

⁵ Disponível em <http://www.estadao.com.br/manualredacao/gerais>. Acesso em 24 de junho de 2017.

denunciar abusos de toda espécie e reivindicar o seus direitos. Além disso, reina sobre tal prática social a busca incessante pela verdade e pela isenção.

Entretanto, as teorias do jornalismo e mesmo a Análise do Discurso (doravante AD), já demonstraram, com seus estudos e pesquisas, que a imparcialidade jornalística é utópica, apesar de a mídia de referência⁶, por meio de efeitos discursivos, se esforçar para parecer diferente das demais.

Isso dito, vejamos, no próximo segmento o que poderia ser um jornalismo “não-sério”.

1.2 JORNALISMO NÃO-SÉRIO

Antes de avançarmos, é importante discorrermos, ainda que de maneira breve, sobre o “não-sério⁷” do título deste item. De acordo com Machado (2013), em um ato de linguagem não-sério, há a intenção irônica e/ou lúdica por trás deste. O sujeito comunicante realiza assim o seu desejo de brincar com os fatos, subvertendo sua ordem de sentido, com a finalidade de fazer o seu interlocutor dar boas gargalhadas ou pelo menos sorrir, se ele, evidentemente, compreender o jogo humorístico. Essa transgressão propositalmente desejada pelo sujeito-comunicante se encaixaria, de acordo com a pesquisadora citada, em atos paródicos. É esse fenômeno languageiro, acreditamos, que abriga o nosso *corpus*.

O fato de o jornalismo estar ligado a algo sério, pelo menos no censo comum, não significa que nele não haja espaço para o riso. Nas páginas que se seguem voltaremos ao falar do discurso não-sério, mas, por ora, vamos nos ocupar do jornalismo e de seu histórico flerte com uma vertente não séria.

O humor no jornalismo brasileiro passou a marcar presença logo nos primeiros periódicos impressos. Medina (2012) nos lembra que o primeiro jornal brasileiro foi o *Correio Braziliense*, com sua primeira edição em 1808, apesar de ter sido produzido em Londres. A publicação “discutia os problemas da colônia

⁶ Revistas e jornais impressos, sites, emissoras de TV e rádio com grande alcance de audiência

⁷ Machado (2013) em seu livro *Parodie et analyse du discours* discorre sobre a linguagem não-séria, sob o ponto de vista do linguista francês Pierre Bange (1986), para quem o discurso não-sério está ligado a um registro lúdico da linguagem.

usando uma linguagem crítica e irônica, mas ainda não continha propriamente o humor” (MEDINA, 2012, p.21).

A caricatura foi a escolhida pelos desenhistas para começar a subverter a lógica séria e/ou austera das publicações. Conforme Martins (2008), a escolha não foi ao acaso, já que havia no país grande número de analfabetos. Tratava-se de um “recurso poderoso que educava, fazia rir, enfeitava e potencializava uma incipiente imprensa das letras” (MARTINS, 2008, p. 67). De acordo com Melo (2013), a imprensa brasileira passou a delimitar o que é humor e o que é notícia em suas publicações. Seções e/ou editoriais bem definidas indicavam aos seus leitores que ali o espaço era reservado ao riso, com boas doses de ironia.

Há, entretanto, exemplo de publicações inteiras direcionadas à zombaria. O caso mais emblemático é o do jornal carioca *O Pasquim*, surgido em 1969, no ano seguinte do decreto do Ato Institucional número 5, conhecido como AI-5. As medidas do decreto intensificaram a perseguição a pessoas contrárias ao regime totalitário. O Brasil mergulhou em um de seus períodos mais obscuros. Pessoas desapareceram e produções artísticas tiveram de passar pelo crivo dos departamentos de censura.

Figura 1 – Capa do jornal O Pasquim, publicada em 18 de maio de 1978



Na figura a cima, vemos uma crítica irônica e feroz contra as patroas de empregadas domésticas, que continuam a vê-las e a tratá-las como se fossem escravas.

A publicação, criada por Millôr Fernandes e assinada por outros escritores e artistas, tentava driblar os órgãos de censura. Charges, caricaturas e textos eram produzidos repletos de sarcasmo, ironias e zombarias. Desse modo, o *Pasquim* brincava em meio ao caos ditatorial. O alvo era o regime que cerceava a liberdade da população. Assim, o jornal foi um das armas progressistas diante do cenário ultraconservador instalado. Cerca de 250 mil exemplares chegaram a ser comercializados toda semana, no auge da publicação, que cerrou as portas em 1990, já quando o país havia passado pelo período da redemocratização.

A partir do início dos anos 2000, com a forte presença da *internet* no cotidiano da comunicação, começaram a surgir paródias de portais de notícia. O propósito destes *sites* era o de fazer rir, portanto, buscou-se fazer humor, por meio de fenômenos linguageiros como a paródia e a ironia. Podemos chamar esse jornalismo não-sério de subversivo, já que premissas básicas da profissão foram atacadas, ou melhor, transgredidas. Várias notícias de *sites* considerados

sérios foram parodiadas e ganharam versões pitorescas e absurdas. Aqui, podemos assumir a *mise en place* de um jogo entre a ficção e a realidade, que nesse contexto de *sites* de jornalismo não-sério são misturadas e, por não raras vezes, acabam por confundir o leitor sobre a veracidade do relato.

Há, na *internet*, pelo menos oito espaços do tipo em funcionamento e que usam a estrutura de linguagem jornalística para fazer rir. O *site* G17, uma referência ao portal de notícias reais, G1, é um exemplo. *On-line* desde 2011, o *site* dedica-se à produção de notícias inverídicas. Ao contrário do *The piauí Herald*, o G17 não possui publicações datadas. No entanto, outros elementos ligados ao jornalismo se mantêm, como título, subtítulo e versal. Além disso, os textos são produzidos com o claro objetivo de fazer rir, caminhando pelo universo irônico e lúdico. Para ilustrar o que dissemos, um dos títulos das postagens: “Gato acredita que o Brasil só terá jeito com intervenção alienígena”⁸. Outros casos: o *site* *Diário Pernambucano* trouxe na seção *Quem somos*⁹ a seguinte descrição: “Acompanhe as notícias mais verossímeis que uma realidade absurda é capaz de produzir”. O *Diário Pernambucano* parodia os portais de notícia, com seções como “Brasil”, “Ciência”, “Cotidiano”, “Cultura” e “Esportes”. O *Sensacionalista* é outro exemplo de *site* do gênero, que faz questão de mostrar a sua finalidade. Logo na página principal, abaixo do título, estampa a frase: “Isento de verdade”¹⁰. O *Bairrista* também se dedica à comicidade, contudo, seu objetivo é falsear notícias que envolvem o contexto regional do Rio Grande do Sul.

Devido à estrutura semelhante à de portais, *sites* ou *blogs* de notícias sérias, não são raros relatos de pessoas que acabam por confundir as notícias falsas com informações verídicas¹¹. Portanto, há quem acredite em determinados textos inventados, apesar dos elementos do universo do absurdo.

Não se pode datar de maneira precisa quando a produção de notícias falsas ou falso noticiário começaram a ser disseminados no mundo. Contudo, o exemplo talvez mais emblemático seja o do então jovem radialista Orson

⁸ Disponível em <http://www.g17.com.br/noticia/brasil/gato-acredita-que-o-brasil-so-tera-jeito-com-intervencao-alienigena.html> acesso em 8 de junho de 2017.

⁹ Disponível em <http://www.diariopernambucano.com.br/quem-somos-2/> acesso em 10 de setembro de 2017.

¹⁰ Disponível em <https://www.sensacionalista.com.br/> acesso em 12 de novembro de 2017.

¹¹ *Ibidem* 7.

Welles, que, em 1938, deixou a ala leste dos Estados Unidos em pânico, ao narrar no rádio o que seria uma invasão alienígena. Muitos acreditaram, durante a transmissão¹², que a Terra estava sendo invadida por extraterrestres. No entanto, tratava-se de uma interpretação dramática de Welles da obra *Guerra dos Mundos*, de H.G. Wells.

Para Filgueiras (2012), a onda de *sites* de notícias bem humoradas e falsas faz parte de um “fenômeno curioso: eles se multiplicam na mesma proporção em que aumenta a credulidade do público — ‘dobradinha’ impulsionada pela popularização das redes sociais e pelo afã de compartilhar de seus usuários” (FILGUEIRAS, 2012) ¹³.

Por sua vez, os autores Henriques, Guimarães e Silveira (2014) lembram que o conteúdo é o principal elemento que distancia o falso jornalismo do jornalismo. “O falso jornalismo se apropria das informações, personagens e situações, para criar uma paródia do acontecimento” (HENRIQUES, GUIMARÃES e SILVEIRA, 2014, p. 04).

Parodia-se, portanto, a vida real, os fatos relatados pela mídia tradicional e o jornalismo sério. É importante frisar que essa prática nos parece instigante e demanda estudos mais aprofundados, inclusive, sobre a própria prática jornalística. Imita-se o fazer jornalístico para melhor captar a atenção do leitor. Acreditamos que há nesse fato, certa crítica ao fazer da profissão, que mesmo em sua vertente séria é passível de criações e invenções.

São vários os casos desse tipo de jornalismo, que comportam tal modo jocoso de escrever. Para esta pesquisa, vamos nos ater às estratégias discursivas empregadas em *sites* desse tipo ou, mais especificamente, iremos apresentar e analisar o *blog The piauí Herald*, ligado à Revista *Piauí*, que, por meio da paródia-irônica, nos fornece sentidos diferentes para histórias e/ou fatos que nos são relatados pelos veículos de comunicação considerados sérios.

¹² Em parte disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=lt8pWcrtzMO> acesso em 10 de novembro de 2017.

¹³ Disponível em <https://oglobo.globo.com/sociedade/tecnologia/e-tudo-mentira-4707979> acesso em 05 de abril de 2017.

1.3 JORNALISMO NA WEB

Antes de avançarmos, é importante adentrarmos no universo do jornalismo *on-line*, que parece ser uma das fontes inspiradoras dos produtores do *blog The piauí Herald*. Como aconteceu com o rádio após a chegada da televisão, por volta da década de 50, o advento da *internet* balançou a forma de como se operava, no caso, o jornalismo impresso e até mesmo o televisivo.

Se, para o jornalista, a introdução de diferentes elementos multimídia altera todo o processo de produção noticiosa, para o leitor é a forma de ler que muda radicalmente. Perante um obstáculo evidente, o hábito de uma prática de uma leitura linear, o jornalista tem de encontrar a melhor forma de levar o leitor a quebrar as regras de recepção que lhes foram impostas pelos meios existentes (CANAVILHAS, 2001, p. 02)

Canavilhas (2001) destaca que uma das principais mudanças provocadas pela chegada da internet no jornalismo foi a de produzir uma maior interação entre produtores da notícia e leitores/ouvintes/telespectadores. Se antes o telespectador ou leitor de um jornal não encontrava grandes facilidades para contribuir, criticar ou opinar sobre determinada notícia, por meio da *internet*, tal iniciativa se mostrou mais facilitada. É o que acontece, atualmente, com a seção “Comentários” nos portais de notícia. O que se percebe, é que essa seção vem se transformando em uma espécie de fórum propício para debates acerca do assunto abordado pela notícia.

Como Canavilhas (2001) afirma, é o fim do “Nós escrevemos e vocês leem”. Se para o leitor, a experiência com um portal de notícias pode ser muito mais do que se informar, para os produtores de tais portais, há a possibilidade, por meio de ferramentas de estatísticas, de mensurar e/ou registrar o número de acessos de determinada notícia. Desta forma, é possível apreender, de fato, qual é a audiência e quais notícias se mostram mais atraentes aos leitores.

Aos poucos, o jornalismo foi alterando sua forma. Se continua tendo a objetividade e clareza como alguns de seus pilares, no entanto, o *lead* jornalístico que responde às perguntas *O quê?, Quem? Como?, Quando? Onde? e Por que?*, – e que deveria ser apresentado no primeiro parágrafo da notícia – ganhou maior flexibilidade.

O elemento base da notícia, um primeiro nível onde todos os utilizadores iniciam o seu percurso de leitura, deve ser um parágrafo ou uma infografia que responda de forma simplificada ao Quem, Onde, O quê, e Quando. A partir deste elemento, que deverá incluir links, a notícia evolui de forma livre para o Como e o Porquê, com o utilizador a escolher o seu percurso de leitura (CANAVILHAS, 2006, p. 05)

Se não bastasse que essa nova era tivesse conferido maior poder aos leitores, eles, agora, poderiam sair de vez da cômoda posição de receptor de informações para produzi-las. É a sociedade se transformando. E esse é apenas um dos inúmeros sintomas gerados por uma espécie de “revolução” que ocorre agora, em nossa época, provocada pela tecnologia. Como afirma Castells:

A história da vida, como a vejo, é uma série de situações estáveis, pontuadas em intervalos raros por eventos importantes que ocorrem com grande rapidez e ajudam a estabelecer a próxima era estável (CASTELLS, 2003, p.67).

Desse modo, foi apresentada aos leitores de hoje uma ferramenta que permite produzir conteúdo e disseminá-lo na *internet*. O *blog* começou assim a ganhar espaço.

1.3.1 O QUE É *BLOG*?

O termo *blog* é comumente atribuído a uma abreviação da palavra *Weblog*. Esta última teria sido criada em 17 de dezembro de 1997 por John Barger. Dois anos depois, Peter Merholz teria passado a pronunciar o termo *weblog*, como *We-blog* e, por fim, *blog*. *Log*, em português, significa diário (ZAGO, 2008). Portanto, o *blog* seria uma espécie de diário eletrônico da *internet*, que pode ter um ou mais autores. Pode servir às mais variadas finalidades, como ferramenta pessoal, corporativa ou jornalística.

Ao longo dos anos, essa ferramenta foi sendo disseminada na *internet*. Até porque a criação de um *blog* pessoal tornou-se mais acessível a qualquer um: bastava possuir acesso à *internet* e dominar – mesmo que de maneira

mínima – o uso desta. Paralelamente a isso, plataformas para criar *blogs* começaram ser disponibilizadas na rede. É o caso de *sites* como *WordPress* e *Blogger*. Esses serviços passaram a ser oferecidos em duas modalidades: gratuitos e pagos. O “blogueiro”, como é chamado o proprietário do *blog*, caso desejasse maior autonomia ou opções de *layouts*, por exemplo, tinha a possibilidade de pagar determinado valor para ganhar maior liberdade ao lidar com a plataforma.

No jornalismo, a ferramenta também começou a ser utilizada. Um dos exemplos mais famosos é o do jornalista pernambucano Ricardo Noblat. Em 2004, criou no *Portal IG*, o *Blog do Noblat*¹⁴, sobre os bastidores da política nacional. Em seguida, o *blog* passou a ser hospedado nos portais *Estadão* e depois, n’*O Globo*, onde permanece até hoje.

Figura 2 – Página inicial do Blog do Noblat



O jornalista já tinha larga experiência em veículos impressos, quando migrou para o meio digital. Contudo, de acordo com ele, as bases do jornalismo

¹⁴ Disponível em <http://noblat.oglobo.globo.com/> acesso em 13 de outubro de 2017.

tradicional devem prevalecer também no *blog*. “Se o *blog* é jornalístico, ele tem de respeitar as regras universais do jornalismo. A questão da ética, de dar voz a várias pessoas envolvidas na eventual notícia. Você tem de checar a informação” (NOBLAT, 2008¹⁵). Por outro lado, o jornalista reconhece que o *blog*, como vimos, nasceu como ferramenta pessoal e que por isso é permitido ao profissional subverter, por exemplo, a escrita tradicional de tal prática social. “Não devo escrever no *blog*, como escrevo num jornal” (*op.cit.*).

1.4 A REVISTA PIAUÍ

A Revista *Piauí* foi criada pelo documentarista João Moreira Salles no ano de 2006. Logo que a primeira edição chegou às bancas chamou a atenção pelo seu formato. Tratava-se de uma revista mensal, com cada reportagem contendo de quatro a oito páginas. Não havia um padrão jornalístico, tal como era (e ainda é) observado em revistas da chamada mídia de referência¹⁶. Não havia seções fixas de política, cultura, esportes ou internacional. Como o próprio idealizador da *Piauí* afirmou na época, tratava-se de “uma revista anárquica”¹⁷.

Seguindo essa análise, as matérias jornalísticas não obedeciam a algumas premissas básicas do jornalismo em termos de técnica, ou seja, as indicações que são disseminadas nos cursos de comunicação. O *lead*, por exemplo, recurso que ordena, no primeiro parágrafo do texto, as principais informações da notícia, era rechaçado na publicação de Salles. Esse caráter, digamos, transgressivo deveria nortear a expectativa do leitor da revista.

Como vimos, a publicação sugere certo desapego em relação ao formato tradicional do jornalismo. Como se não bastasse, até o nome da revista surgira

¹⁵Disponível em https://www.youtube.com/watch?time_continue=211&v=ncvrmzvlzLI acesso em 29 de outubro de 2017.

¹⁶ Entende-se como *Mídia de Referência* os veículos de comunicação consagrados e/ou tradicionais de grande alcance.

¹⁷ Entrevista concedida por João Moreira Salles a Afonso Borges no projeto “Sempre um Papo”, realizada em maio de 2012, disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=P8V5QnHALmo> Acesso em 10 de setembro de 2017.

do acaso. Segundo o documentarista, o nome do estado nordestino apareceu em sua cabeça quando ele estava nadando... A palavra *Piauí* é predominantemente formada por vogais, fato linguístico que o agradou.

Vale destacar também que logo que a publicação chegou às bancas, ela foi incluída no gênero “Jornalismo Literário”, já que as reportagens não teriam como pilar imprescindível a objetividade de reproduzir os fatos do dia, da semana ou do mês. Ao refletir sobre um das seções da revista, intitulada “Esquinas”, Melo (2013) diz:

Não se percebe um tipo de preocupação comum a muitas publicações jornalísticas, como a apresentação de um contraponto, o resumo da ação no título e subtítulo, e a obrigatoriedade de identificação completa do local e dos envolvidos nas ocorrências narradas. (MELO, 2013, p.208)

Uma das primeiras matérias publicadas pela revista, em outubro de 2006, revela os bastidores do *telemarketing*. A repórter Vanessa Bárbara traçou um perfil deste tipo de atividade que, na época, já estava disseminada no país e no mundo. O título da reportagem fugia ao do padrão jornalístico: “Bom dia, Meu nome é Sheila”, e o subtítulo também: “Como trabalhar em telemarketing e ganhar um vale-coxinha”. Portanto, por meio de um título e um subtítulo como esses, não seria possível (para o leitor) saber previamente quais os rumos que a escrita do texto seguiria. Os elementos dessa reportagem, que revelava riqueza de detalhes e ausência de *lead*, indicavam a presença de um exemplo de texto vindo do gênero literário. Eis o primeiro parágrafo dessa reportagem:

Fagner vendia planos de saúde pela lista telefônica. Boné na cabeça, mascando chiclete, ele abria a letra A e começava a discar. “Bom-dia, meu nome é Fagner, com quem eu falo, por gentileza?” Às vezes preferia trabalhar com prefixos. Butantã é 3735 e Mandaqui é 6979. Começava discando o 0001, 0002, 0003. Ou tentava qualquer combinação a esmo. Fagner vendeu dezenas de planos usando a Lista de Assinantes Residenciais de São Paulo, capital, e distribuindo panfletos com seu nome e telefone. O trabalho se estendia das nove da manhã às seis da tarde, sem direito a vale-transporte ou salário fixo. Depois de três meses, pediu demissão. Há poucas semanas, estava sentado na sala de aula de um prédio na rua Sete de Abril, no Centro de São Paulo, e juntava bombons ao lado de seu boné. (Barbara, 2006)

A revista *Piauí* surpreendeu leitores e jornalistas ao mostrar uma publicação midiática que realmente dialogava com outras formas de escrita, e,

sobretudo, com a forma narrativa não usual no texto jornalístico. Além disso, não apresentava as amarras do jornalismo tradicional.

Figura 3 - Capa da Revista Piauí, publicada em janeiro de 2015¹⁸



Nesta edição, a revista *Piauí* estampa o desenho que representaria o ex-presidente da Câmara Federal, Eduardo Cunha, e o então vice-presidente da República, Michel Temer, dando um beijo. A ironia está no fato de que Cunha teria sido um dos algozes

¹⁸ A publicação faz uma paródia do famoso beijo entre os líderes comunistas Leonid Brejnev e Erich Honecker, registrado em 1979 pelo fotógrafo Regis Bossu. Em 1989, o emblemático Muro de Berlim, que dividia a Alemanha, seria derrubado. A foto inspirou o artista russo Dmitri Vruble a replicar a cena na parte que restou do Muro, em 1990.

de Dilma que, na época da edição da revista, estava sendo alvo de um processo de *impeachment*. Ao fim desse processo, Temer assumiria o país.

Logo no ano seguinte, em 2007, João Moreira Salles lançaria outro projeto: um *blog* cujo objetivo seria o de produzir textos com a roupagem jornalística, porém, sem o compromisso com a verdade. Surgiria assim o *The piauí Herald*. São recortes deste *blog*, ligado à revista de Salles, que serão investigados neste trabalho.

1.5 BLOG THE PIAUÍ HERALD

A palavra inglesa *Herald* acompanha o nome de inúmeros jornais ingleses ou do Reino Unido. Sua tradução para o português pode ser a de “mensageiro” (tradução nossa). A palavra no mundo anglo-saxônico tornou-se sinônimo de mídia. Como exemplos, temos: *The Herald News*, *The News Herald*, *Herald.ie*, etc.

De acordo com notícia do portal *O Globo*¹⁹, João Moreira Salles teve a ideia de criar o *blog* quando viu uma publicidade impressa em que o ex-secretário geral do Partido Comunista da União Soviética Mikhail Gorbachev comercializava artigos da grife francesa *Louis Vuitton*.

Logo no título do *blog* criado por Salles, já nos é fornecida uma pista de como a leitura deve ser conduzida: pelo viés do humor, cujo caminho para alcançá-lo é traçado pela paródia e a ironia. Ora, como em terras tupiniquins, existiria uma mídia eletrônica tradicional, cujo nome seria *The piauí Herald*? Assim, o título demonstra a intenção da instância produtora de parodiar publicações inglesas sérias. Nele, o artigo definido da língua inglesa *The* não combina com o nome de um estado nordestino brasileiro. Assim, se o leitor for perspicaz e acostumado com tais tipos de leitura, compreenderá que se trata de um *blog* que, por mais que se vista de jornalístico, ou seja, por mais que tenha na forma os padrões aparentes de tal prática, tem como objetivo levar o leitor a rir ou ao menos a sorrir.

¹⁹ Disponível em <https://oglobo.globo.com/sociedade/tecnologia/e-tudo-mentira-4707979>, acesso em 11 de novembro de 2017.

Figura 4 – Página inicial do Blog The piauí Herald, do dia 29/06/2018



Em uma das ironias lançadas pelo *blog*, o alvo, desta vez, é o jogador brasileiro Neymar que, em 2018, integrava a Seleção Brasileira de Futebol, na Copa do Mundo da Rússia. O jogador enfrentava críticas da torcida e da imprensa, por forçar quedas e encenar contusões.

Mas os traços humorísticos do *blog* estão longe de se restringirem ao título. Nos textos desse espaço o que se vê é um desfile de enunciados diversos contendo ironias e invencionices que beiram o absurdo e o infundado envolvendo figuras públicas, sejam elas ligadas ao mundo da política ou do entretenimento. Percebe-se que o riso é buscado pelos seus produtores, mas pelo viés do ridículo-irônico. São fatos inventados, histórias inverídicas e inverossímeis, que fazem parte desse espaço que iremos investigar.

De acordo com Renato Terra, redator do *blog*, as publicações sobre política são as que mais atraem os leitores. “Todo mundo tem uma opinião formada sobre política. Acho que as pessoas se sentem vingadas”, disse

Renato Terra em um vídeo²⁰ produzido pela *Trip TV* sobre sites de humor. Conforme o redator, uma das “notícias” que rendeu mais acessos desde a criação do *blog* foi a que teve o senador Aécio Neves como protagonista. A postagem foi feita logo após o resultado das eleições presidenciais de 2014, nas quais o então candidato mineiro terminou derrotado.

EXEMPLO 1

"Me casei à toa", lamenta Aécio Neves

26.10.2014 | 20H10 | ELEIÇÕES

JUIZ DE FORA – Inconsolável após a divulgação do resultado das eleições, o senador tucano Aécio Neves abraçou os amigos Ronaldo Fenômeno, Alexandre Accioly e Fred, e lamentou: "Me casei à toa. Me casei à toa", repetia.

Com um sopro de alento, Aécio anunciou a contratação de 45 advogados do Fluminense. "Pretendo recorrer ao STJD. Parece que a Dilma escalou um elemento barbudo como cabo eleitoral de forma irregular. Pelo regulamento, tenho direito a 4 milhões de votos", explicou.

Em paralelo, o governador da Flórida ligou para o senador, esbaforido. "Peço ao senhor Aécio Neves que atue de forma enérgica para impedir um êxodo de brasileiros para Miami", implorou, de joelhos.

São muitas as interpretações evocadas pelo texto destacado acima e que poderiam levar o leitor ao riso, no entanto, uma breve análise revela que Aécio Neves, o ex-candidato à presidência do Brasil – com uma conhecida vida boêmia e amorosa – teria oficialmente se casado com uma jovem brasileira, motivado apenas por um possível mandato presidencial que, em sua visão, demandaria de maneira imperativa alguém para ocupar o cargo de “primeira dama”.

²⁰ Disponível em https://www.youtube.com/watch?time_continue=302&v=7IKz8XhyB2w
Acesso em 11 de novembro de 2017.

Outra interpretação possível é a de que ao assumir oficialmente uma vida amorosa tradicional, Aécio Neves poderia desfazer a imagem de “galanteador” e figura não-séria, já que isso poderia atrapalhar suas pretensões de assumir a presidência do país.

Outro exemplo de “notícia” do *The piauí Herald* convoca outras interpretações possíveis e diálogos com discursos distintos. A seguir, a intertextualidade acontece entre política e futebol. Publicada em 5 de janeiro de 2016, o título da postagem é “Zidane assume o Ministério da Fazenda”. Zinedine Zidane é um ex-jogador de futebol francês. Aposentou-se em 2006, no mesmo ano no qual ficara marcado por dar uma cabeçada no jogador italiano Marco Materazzi durante a final da *Copa do Mundo*. Tal informação é importante para que o enunciado do *blog* faça sentido e alcance o seu objetivo, qual seja, levar o leitor a achá-lo divertido. A “notícia” em pauta beira o absurdo, o insólito. Seria no mínimo inusitado Zidane ser nomeado por algum presidente brasileiro como ministro, pois não é político e nem tem nacionalidade brasileira. Uma das leituras ou interpretações possíveis, em um primeiro momento, é a de que o governo da presidente Dilma Rousseff estaria cometendo desatinos, ou seja, a Presidente estaria dirigindo o país com descaso e falta de prática política. Vejamos, a seguir, a “notícia” na íntegra:

EXEMPLO 2

Zidane assume o Ministério da Fazenda

05.01.2016 | 20H01 | BRASIL

"Un, deux, trois, zéro", sussurrou Zinedine Zidane à presidente ao tomar posse em Brasília

STADE DE FRANCE – A presidente Dilma Rousseff interrompeu suas férias na Base Naval de Aratu, na Bahia, para anunciar a primeira troca ministerial de 2016. O ex-jogador e treinador francês Zinedine Zidane, algoz do Brasil nas Copas de 1998 e 2006, foi anunciado como o novo titular da pasta da Fazenda. Ao dar posse ao novo ministro em Brasília, a mandatária elogiou a liderança e o espírito de decisão do francês. “Se ele lidar com números tão bem quanto usa a cabeça, nossos problemas estão resolvidos”, comemorou.

Na manhã desta terça-feira, o novo ministro já comandou o primeiro treino da equipe econômica no gramado diante da Esplanada dos Ministérios. Um observador que teve acesso às atividades com bola, fechadas para a imprensa, contou ao Piauí Herald que Zidane insistiu para que assessores do primeiro escalão praticassem pedaladas. “Temos que dominar os fundamentos”, justificou o francês.

Ao tomar conhecimento do treino, a presidente Dilma se entusiasmou. “O time está entrosado”, confidenciou, por telefone, ao ministro da Educação, Aloizio Mercadante.

A chave para compreender o porquê da escolha de Zidane pelos produtores da “notícia” está na seguinte frase fictícia atribuída à então presidente Dilma Rousseff: “Se ele lidar com números tão bem quanto usa a cabeça, nossos problemas estão resolvidos”. Portanto, a referência aqui é sobre o ato que resultou na expulsão do jogador na final do Mundial de futebol: o golpe dado, com a cabeça, na testa do jogador italiano. A foto vem acompanhada de uma legenda: “*Un, deux, trois, zero*”, sussurrou Zinedine Zidane à presidente ao tomar posse em Brasília”. Na verdade, nem todos os leitores podem saber que esta numeração refere-se aos três gols que foram marcados na *Copa do Mundo* de 1998, que foi na França e na qual o país em questão ganhou da equipe favorita, a do Brasil. Vale lembrar que “Un deux, trois” é repetido ainda nos dias de hoje em programas de televisão franceses e outros. É um grito de vitória bem nacionalista. E tudo vem do último jogo da supracitada “Copa”.

Como dissemos, há outras interpretações sobre essa “notícia”. Contudo, no momento, vamos nos ater a outro importante traço de nosso *corpus*, a forma jornalística adotada no exemplo destacado acima.

De acordo com a seção anterior **(1.1)**, em que discorreremos de maneira não muito alongada sobre a forma jornalística, podemos perceber que as produções do *blog* em análise assemelham-se a qualquer outra notícia de um *site* jornalístico tradicional e tido como sério. Há um título: “Zidane assume o Ministério da Fazenda”, o horário e o dia da publicação. A editoria a qual pertence a informação também está registrada: “Brasil”.

Em seguida, os produtores da “notícia”, como de praxe no jornalismo, escreveram o local de onde a matéria fora apurada: “*Stade de France*”, o estádio de futebol francês onde, justamente, o Brasil teve que deixar seu título de “campeão do mundo” aos franceses, em 1998.

Podemos dizer que a *cabeça*²¹ da “notícia” traz os elementos tradicionais do jornalismo. O texto, como não poderia deixar de ser, também foi escrito com todos os elementos de tal prática social. Ele contém aspas que indicam ora os elementos vindos de outra língua (o francês), ora as falas dos personagens da matéria: trata-se, enfim, de um texto cuja forma é a mesma do jornalismo “sério”. Só que aqui tal texto foi completamente parodiado.

Diante disso, como já foi possível notar nas primeiras páginas deste trabalho, ao identificar os textos do *blog The piauí Herald* como notícia, este termo aparecerá entre aspas. Acreditamos que essa escolha se faz pertinente para evidenciar que se trata de uma transgressão da função primeira da notícia tal qual a conhecemos, ou seja, informar sobre os fatos e/ou acontecimentos da realidade, de maneira clara e objetiva. É importante frisar também que estamos cientes da complexidade que envolve o jornalismo, como prática social, e dos interesses econômicos e políticos em seu entorno. Mas, para o presente estudo, vamos estabelecer a suposição de que os jornalistas, considerados sérios, estariam empenhados em revelar os fatos de maneira objetiva e o mais próximo possível da realidade.

1.5.1 DESCRIÇÃO DO CORPUS

Antes de mostrar o recorte proposto de análise, acreditamos que seja válido justificar o porquê da escolha do *blog The piauí Herald*, em detrimento de outros exemplos que, como vimos no item 1.1.2, também parecem compartilhar das mesmas premissas discursivas. Em 2012, o *blog The piauí Herald* foi alvo de nossa análise como conclusão da Especialização *lato sensu*, intitulada “Processos Comunicativos e Dispositivos Midiáticos”, na Faculdade de

²¹ Termo informal utilizado no jornalismo para designar o preâmbulo de uma notícia impressa, televisiva ou digital .

Comunicação da UFMG. Naquela ocasião, nos dispusemos a olhar para o *blog* e destacar algumas estratégias discursivas empregadas pelos produtores do *site* para alcançar o efeito de humor. Foram selecionadas postagens publicadas naquele ano, em 2012, e que tinham em comum a participação do ex-presidente Lula. Naquele período, Dilma Rousseff comandava o país, mas Lula aparecia nas reportagens da mídia tradicional com frequência, assim, ele constituía um assunto relevante para as investidas irônicas do *blog* da *Revista Piauí*.

À época, o trabalho apontou a recorrência de pelo menos quatro estratégias discursivas lançadas pelos produtores do *blog*, quais sejam, a ironia, a desproporção lógica, a alegoria e a intertextualidade. No entanto, para o presente trabalho, vamos direcionar nossos esforços a duas estratégias discursivas que nos parecem norteadoras na compreensão do *corpus*: a ironia e a paródia.

Ao observar a rotina do *blog*, percebemos que o tema política é um dos preferidos dos redatores. Diante disso, analisaremos textos selecionados em um universo de 184 postagens. O período escolhido foi o que abrange o processo de *impeachment* da ex-presidente Dilma Rousseff, de dezembro de 2015 –, mês em que o pedido de impedimento foi aceito pela Câmara Federal – a agosto de 2016, quando o mandato foi encerrado oficialmente depois de votação no Senado Federal. No período citado, dos 184 textos, 127 tinham como referência a política do país. Pelo menos 14 postagens citavam a então presidente Dilma no título. Dessas, selecionamos de maneira aleatória cinco “notícias”, pois acreditamos que o número é adequado para alcançarmos os objetivos propostos. Abaixo, as “notícias” selecionadas.

TEXTO 1

06/04/16

“Dilma troca vidas no *Candy Crush* por votos contra o *impeachment*”

TEXTO 2

15/04/16

“Dilma captará apoio político via lei Rouanet”

TEXTO 3

03/05/16

“Inspirada pelos estudantes, Dilma ocupa o Palácio do Planalto”

TEXTO 4

04/05/16

“Dilma importa 300 senadores cubanos”

TEXTO 5

21/06/16

“Marcelo Odebrecht dirá que campanha de Dilma em 2014 foi parceria público-privada”

Os textos na íntegra estão elencados no *Anexo* apresentado no final desta dissertação. Para fins de análise e de identificação das postagens, optamos por enumerá-las e identificá-las como TEXTO 1, TEXTO 2 e assim, sucessivamente. Nos textos destacados acima, as datas se referem ao período em que foi realizada a publicação no *blog The piauí Herald*. Entre aspas estão os títulos das “notícias”. Para a análise, é de suma importância destacar o contexto em que tais postagens foram produzidas, já que sem ele esses textos passariam por algo sem sentido. Em outras palavras, conhecer a instância psicossocial e histórica seria um dos percursos pelos quais devemos optar para entender como se dá a construção do jogo paródico-irônico. Nesse sentido, utilizaremos a Teoria Semiollingüística de Patrick Charaudeau para nos ajudar a compreender a relação da paródia com o *corpus* analisado e, conseqüentemente, com o contexto histórico envolvido.

CAPÍTULO 2 - METODOLOGIA - TEORIA SEMIOLINGUÍSTICA: ALGUNS APONTAMENTOS NECESSÁRIOS

Depois descrever o nosso *corpus*, é chegada a hora de nos embrenharmos pela teoria a partir da qual iremos analisar ou enxergar o objeto de análise. Nosso dispositivo teórico perpassa, assim, pela Teoria Semioliológica de Patrick Charaudeau, cuja premissa básica está localizada numa instância psicossocial-histórica. É, portanto, uma maneira de interpretar atos de linguagem que dialogam e, ao mesmo tempo, são constituídos a partir da interação com o mundo e os seus mais diversos saberes. Conforme Charaudeau (2014, p. 21), “(...) uma análise semiológica do discurso é Semiótica pelo fato de que se interessa por um objeto que só se constitui em uma intertextualidade”. O analista do discurso francês diferencia o *contexto* – que se refere à instância “interna” do ato de linguagem – da *situação* – ligada a algo externo do mesmo ato de linguagem. Ele pontua, contudo, que a *situação* é que irá forjar a realização do ato de comunicação.

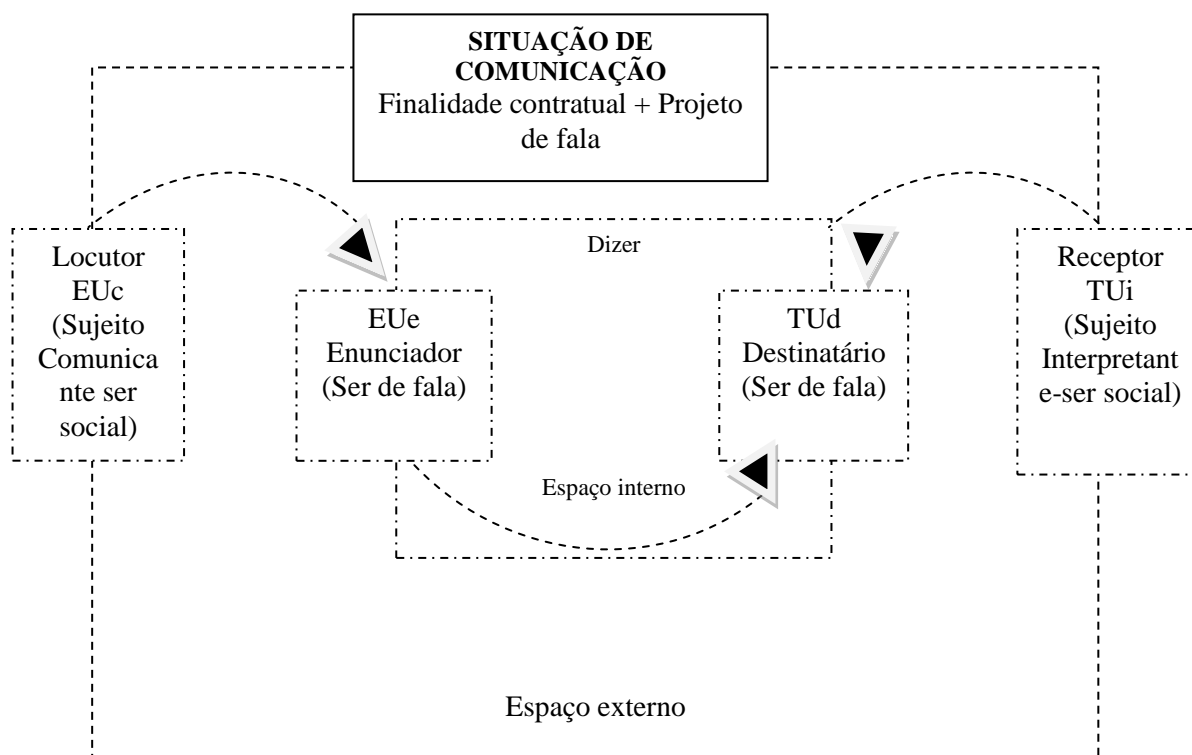
Interessa-nos também a noção de *contexto linguístico* e *contexto discursivo*. Charaudeau (2014) nos diz que o primeiro se refere à “vizinhança verbal” e o segundo aos discursos de outrem convocados pelo ato de linguagem. Assim, Machado (2016), ao discorrer sobre a teoria do supracitado linguista, nos lembra que, para Charaudeau (1983), o ato de linguagem seria como uma *expedição* e uma *aventura*. A primeira metáfora se refere à intenção que existe no sentido de buscar convencer o outro. Há, portanto, um objetivo, uma meta a ser cumprida. Durante a comunicação, existe uma preocupação por parte do locutor, mesmo que de maneira não muito explícita, de como o outro irá receber o enunciado. É como se fosse um jogo, um jogo linguageiro, no qual o locutor do enunciado faz também uma aposta (*enjeu*), sendo que o ouvinte, ou leitor, “poderá ou não captar o sentido do jogo linguageiro que tal ato subentende” (MACHADO, 2016, p. 25).

A segunda metáfora, ou seja, a *aventura*, refere-se aos caminhos muitas vezes tortuosos que um ato de linguagem deve percorrer para alcançar o ouvinte ou leitor. Comunicar pode também ser uma tarefa perigosa. Dependendo da maneira como o ato se realiza o ouvinte pode não compreendê-lo, causando mal-estar entre as partes. Machado (2016) afirma que:

O ato de linguagem deve ser visto como um ato comunicativo, onde o “eu” que fala ou escreve se dirige a um “tu”, em determinado local, hora e situação, ato este carregado de intenções e motivado por uma visada de influência. (*Ibid.*,p. 27)

A seguir, mostraremos o tradicional quadro comunicacional de Patrick Charaudeau (2014), que abrange a maneira como os agentes ou sujeitos agem em uma dada situação.

Quadro 1 - Quadro Comunicacional, proposto por Charaudeau (2014)



Nesse quadro, Charaudeau (2014, p. 52) descreve os sujeitos agentes de um ato de linguagem, ou seja, Euc/Eue e TUd/TUi. Aqui, fica clara a intenção do linguista francês de mostrar que o ato de linguagem não seria apenas o resultado de uma única intenção do emissor ou o resultado de um duplo processo simétrico entre Emissor e Receptor. O modelo é dividido em espaço ou circuito *externo* e *interno*. O *externo* é o lugar em que o Euc (*Sujeito-comunicante*) e TUi (*Sujeito-interpretante*) “organizam seu mundo vivido, real, em mundo languageiro” (MACHADO, 2016, p. 39). É nesse circuito, portanto que

os projetos de fala são concebidos a partir de saberes sociais, pré-construídos, entre outros elementos que podem auxiliar na tarefa de alcançar o propósito de fala. Já o espaço *interno* é onde o EUe (*Sujeito enunciador*), depois de ver organizado o projeto de fala pelo EUc, o executa no nível da palavra, do dizer. Essa fala é endereçada ao TUd (*Sujeito-destinatário*), que nada mais é que uma projeção ideal do que seria o TUi.

Para tornar mais clara a explicação representemos o EUc como uma posição ocupada pelos produtores reais, sujeitos empíricos, do *blog The piauí Herald*. O TUi seria a representação do leitor real das postagens, enquanto o TUd seria apenas uma idealização deste leitor, feita pelo sujeito-enunciador que é delegado pelo EUc . Logo, a estratégia de captação será bem sucedida apenas se o TUi se aproximar ao TUd. Ainda no intuito de tornar tal teoria mais clara, aplicaremos o modelo de Charaudeau em duas postagens destacadas no item 1.3.

Escolhemos o Texto 1 de nosso *corpus*, cujo título é: “Dilma troca vidas no Candy Crush por votos contra o *impeachment*”, publicada em 6 de abril de 2016, época em que ainda transcorria o processo de impedimento que tinha a ex-presidente Dilma Rousseff como alvo.

TEXTO 1

Dilma troca vidas no Candy Crush por votos contra o impeachment

06.04.2016 | 19H04 | BRASIL

FIM DO TÚNEL – A ainda presidente Dilma Rousseff lançou hoje uma campanha para arrecadar recursos às vítimas do impeachment. “Não tenho nada a oferecer em troca de apoio, nem mesmo vento estocado. Acabaram-se o PIB, a popularidade e a boca livre nas estatais. Por isso, ligue 0800 13 13 para me doar um cargo comissionado e 0800 13 15 para me doar uma diretoria numa estatal. Dê esperança a uma governante”, apelou, enquanto fuçava o bolso de uma calça guardada no fundo do armário.

Em seguida, Dilma foi vista oferecendo vidas no Candy Crush e outros mimos em troca de votos contra o impeachment. “Ela me acenou com um Serenata de Amor, mas declinei. Eu merecia pelo menos um alfajor”, protestou o

deputado Paulo Maluf. O ministro Jaques Wagner separou como oferendas pôsteres de Wagner Moura, manuscritos de Letícia Sabatella e DVDs de Antonio Pitanga recitando poemas de Elisa Lucinda. “Vamos reverter esse quadro”, declarou, otimista.

No final da tarde, o governo anunciou que seis partidos nanicos entraram para a base aliada em troca de paletas mexicanas.

Como já dissemos no item 1.2.1, a estrutura do texto se assemelha à de qualquer escrita jornalística. Entretanto, devemos observar que o EUE (sujeito-enunciador) – quem constrói ou verbaliza a “notícia”, motivado pela projeção de mundo do EUC (sujeito-comunicante) – parece revelar uma intenção não-séria de brincar com a situação real na qual a presidente Dilma Rousseff estava inserida. O sujeito enunciador, o repórter²², se apresenta como o narrador irônico do texto, no qual desfilam invenções e absurdos para se alcançar o efeito cômico. O destinatário ideal (TUD) é a imagem que os produtores do *blog* têm de seus leitores; estes devem demonstrar perspicácia para compreender o jogo paródico-irônico envolvido. Assim, a imagem de Dilma Rousseff, no jogo irônico apresentado, é forjada pelo *ethos* de alguém que demonstra desespero diante da ameaça de ser removida do cargo de presidente da República. Um dos exemplos em que a ironia se materializa no texto é a passagem na qual o repórter-irônico escreve uma fala fictícia da presidente, ou seja:

“Por isso, ligue 0800 1313 para me doar um cargo comissionado e 0800 13 15 para me doar uma diretoria numa estatal”.

Nesse enunciado, se nos atermos ao enredo fictício, veremos que a presidente parece reconhecer a derrota, por isso, apela aos pares para que estes lhe deem algum cargo para não ficar desempregada. Os produtores do *blog* fazem uma

²² As postagens do blog The Piauí Herald não são assinadas, por isso, trataremos o autor dos textos como “repórter”, “repórter-irônico” ou “produtores do blog”.

alusão à campanha verídica *Criança Esperança*²³, para qual os telespectadores podem fazer doações financeiras para ajudar crianças carentes. Podemos fazer a leitura ainda de que a então presidente, na notícia não-séria, estaria atrás de uma esperança para permanecer viva na cena política do país. Dilma, segue a postagem, estaria disposta ainda a doar vidas no *game* virtual *Candy Crush*²⁴ e oferecer chocolates em troca de apoio. A presidente trocava, portanto, vidas virtuais para continuar sobrevivendo na vida real. A imagem da ex-presidente é parodiada em um prisma lúdico e infantil. Vamos a outro exemplo.

TEXTO 2

Dilma captará apoio político via Lei Rouanet

15.04.2016 | 15H04 | BRASIL

BYE BYE BRASIL – Acossada pelo impeachment, Dilma Rousseff decidiu fazer uso da Lei Rouanet para captar os votos necessários à manutenção de seu mandato. “Durante mais de 10 anos de investimentos seletivos, recorreremos à lei para angariar o apoio de Chico Buarque, que estava quebrado, coitado, e agora contamos com a adesão dos meninos do Porta dos Fundos. Mas não é suficiente”, explicou a presidente.

O Ministério da Cultura pretende expandir os fartos recursos da Rouanet aos deputados de oposição que virarem a casaca e declararem voto contra o impeachment. “Distribuiremos verbas para poesia à moda peemedebista, filmes bíblicos, documentários sobre os benefícios dos agrotóxicos, peças de teatro enaltecendo a Polícia Militar, turnês do Lobão e até um songbook com as melhores canções de Roberto Jefferson”, detalhou o ministro Juca Ferreira. Em outro aceno de reconciliação com o PMDB, o Minc também financiará um projeto multimídia em que Maria Bethânia lerá os poemas de Michel Temer.

²³ A campanha Criança Esperança existe desde 1986. É promovida pela TV Globo e tem apoio da Organização das Nações Unidas para Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco)

²⁴ Jogo virtual cuja recompensa são doces e arco-íris. Em determinado momento, o jogador só pode seguir em frente se obtiver mais vidas. Do contrário, ele fica impossibilitado de continuar na disputa.

O Texto 2 é mais um exemplo de notícia não-séria do *blog*. O sujeito narrador, ou seja, o repórter-irônico do *blog*, a exemplo do Texto 1, caracteriza a então presidente Dilma como alguém que não mede esforços para se manter na função. O que se mostra de modo evidente no enunciado que destacamos, a seguir:

“Acossada pelo impeachment, Dilma Rousseff decidiu fazer uso da Lei Rouanet para captar os votos necessários à manutenção de seu mandato”.

Aí podemos notar que existe um EUE que afirma que a mandatária estaria “comprando” apoio por meio de projetos aprovados na Lei Rouanet, instrumento criado em 1991, para fomentar a cultura no Brasil. Ao aprovar projetos de artistas, ou seja, incentivos financeiros para os mesmos, em contrapartida, a presidente ganharia apoio. Seguindo a postagem, os agrados por meio da lei não se restringiriam à classe artística. O que é comprovado pelo enunciado:

“O Ministério da Cultura pretende expandir os fartos recursos da Rouanet aos deputados de oposição que virarem a casaca e declararem voto contra o impeachment”.

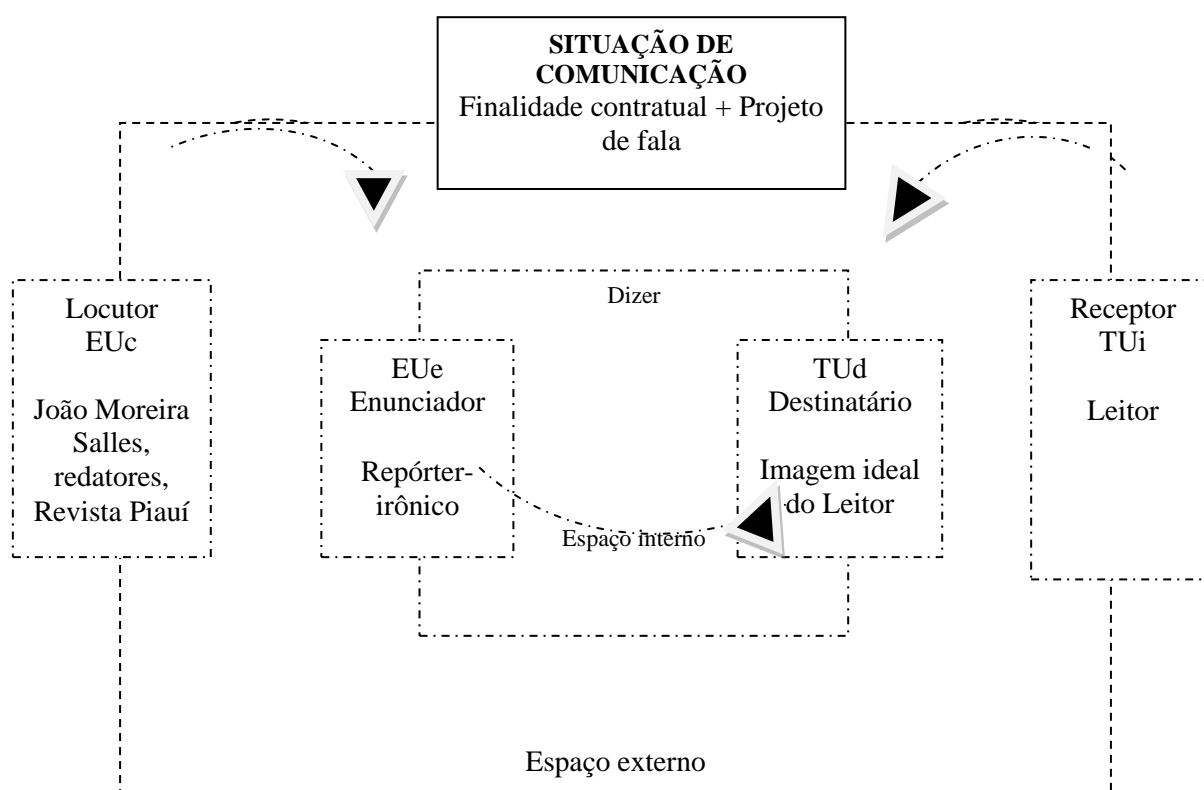
Nesse segmento, o sujeito irônico atua de maneira clara ao ligar a imagem da então presidente à compra de votos para se manter viva na cena política. O repórter, o sujeito-irônico, convoca outros discursos inventados e inverossímeis para dar suporte ao jogo paródico-irônico, presente em:

“Distribuiremos verbas para poesia à moda peemedebista, filmes bíblicos, documentários sobre os benefícios dos agrotóxicos, peças de teatro enaltecendo a Polícia Militar, turnês do Lobão e até um songbook com as melhores canções de Roberto Jefferson”, detalhou o ministro Juca Ferreira.

O que fizemos até aqui foi revelar um pouco dos “possíveis interpretativos”, como nos diz Charaudeau (2014, p.29), convocados pelas

postagens do *blog*. O linguista francês destaca que tais interpretações são construídas dentro de um contexto específico. No Texto 2, por exemplo, quando o sujeito repórter-irônico cita a Lei Rouanet, ele não parece fazê-lo de maneira aleatória, já que tais incentivos advindos do governo federal, na época, vinham sendo discutidos e questionados na mídia justamente por favorecer artistas que, em princípio, não necessitariam dos aportes financeiros. O jogo paródico-irônico, portanto, não atua de maneira isolada. Para fazer sentido, um conjunto de representações coletivas ou de imaginários em torno de um contexto específico deve ser convocado e apreendido no ato de linguagem. Diante disso e olhando para o nosso *corpus*, o quadro comunicacional de Charaudeau (2014) ganha os seguintes sujeitos.

Quadro 2 - Quadro comunicacional adaptado



Assim, em relação ao nosso *corpus*, o sujeito interpretante deve lançar hipóteses sobre o sujeito enunciator. Conforme Charaudeau (2014, p. 31), “não há circunstâncias languageiras nas quais o sujeito interpretante pudesse deixar de criar hipóteses”. Diante de postagens do *blog*, o leitor pode, por meio do riso,

conferir algum sentido real à piada ou brincadeira lançada pelos produtores do *blog*. Reiteramos o papel e a importância do contexto no ato de linguagem, pois é o contexto que ditará os caminhos pelos quais os elementos discursivos e o jogo paródico-irônico irão passar. A partir daí, encontramos a importância da teoria semiolinguística e o seu uso no presente trabalho.

2.1 IMAGINÁRIOS SOCIODISCURSIVOS

Voltemos à cena midiática política. Os partícipes do cenário político brasileiro sempre estiveram envoltos em uma aura de desconfiança. Piadas, sátiras e/ou ironias colocam em xeque a honestidade dos personagens políticos. Entretanto, tal imagem não foi construída da noite para o dia, já que inúmeros atos corruptos foram se consolidando na cena política nacional e ajudando a formar o imaginário social do que é política ou do que é ser político no país. Prova disso são as várias piadas ou charges que sempre colocam o personagem público político em uma posição de inferioridade, autor de mazelas e de tudo o que é avesso ao ser cidadão e, sobretudo, um representante da sociedade.

Os imaginários sociodiscursivos circulam, portanto, em um espaço de interdiscursividade. Eles dão testemunho das identidades coletivas, da percepção que os indivíduos e os grupos têm dos acontecimentos, dos julgamentos que fazem de suas atividades sociais. No espaço político, por exemplo, circulam imaginários sobre o comportamento que o político deve adotar, conforme a situação em que se encontre: campanha eleitoral, alocação televisiva, debate, reunião etc. (CHARAUDEAU, 2006, p. 207)

Está em jogo também a questão do *éthos* discursivo, a imagem de si (dos personagens políticos) perante os cidadãos/eleitores. Diante disso, o *éthos* gerado pelos políticos brasileiros é de figuras públicas desonestas, que desviam recursos públicos, se envolvem em mazelas e disputas, não para defender os interesses do cidadão, mas os seus próprios. Não é temeroso dizer ainda que não há um contrato claro proposto entre tais políticos e os cidadãos brasileiros. Estes não se sentem representados, de fato, pelos escolhidos nas eleições, portanto, aquele contrato entre representantes e representados na política, pelo menos, no Brasil, não é tão

evidente como em outras nações, nas quais os políticos lutam pelos interesses da população.

O conceito de imaginário sociodiscursivo trazido por Charaudeau (2006) é interessante para entender piadas e/ou ironias/sarcasmos que têm como alvo personagens políticos do Brasil. Entender os sentidos convocados pelas “notícias” do *blog* é a base para apreender o humor no espaço analisado e, conseqüentemente, suprir as expectativas dos produtores das “notícias” perante os leitores. Define-se assim o contrato de comunicação²⁵ entre os leitores e os produtores das “notícias”. Assim, o *blog The piauí Herald* parece se tornar mais um meio midiático pelo qual os imaginários sociodiscursivos, em torno dos políticos brasileiros, são materializados. Parece, portanto, que são esses imaginários que sustentam a visada humorística do *blog*.

2.2 HUMOR E O RISO

Neste item, propomos uma breve discussão sobre o humor e o riso, como sua materialidade mais conhecida. Ao longo dos séculos, desde a Antiguidade, o humor é alvo de estudos e reflexões. Diante de inúmeras teorias que tentaram esmiuçar o fenômeno, lembramos o que sempre disse a *vox populi*: o humor é próprio do que é humano.

Aristóteles, em sua obra *De partibus animalium*, descreveu o funcionamento do riso por meio do diafragma. Foi nesta mesma obra que o pensador grego promoveu o distanciamento do riso dos animais irracionais. Assim, ele escreve que o ser humano é “único animal que ri”²⁶. Bergson (1980)

²⁵ O conceito de Contrato de Comunicação, de Charaudeau (2006), pode ser entendido como a regulação de um ato de linguagem. Trata-se do “quadro de referência ao qual se reportam os indivíduos de uma comunidade social quando iniciam uma comunicação” (Charaudeau, 2006, p. 67). É, portanto, necessário reconhecer as restrições de determinada situação de comunicação para que o ato linguageiro se efetue de uma maneira saudável e desejada. Assim, é feito um acordo tácito pelo qual os envolvidos em um ato de comunicação afixam formas e/ou maneiras de se comportar perante determinada situação. O Contrato de Comunicação é, portanto, resultado do ajuste dos chamados *Dados Externos*, que é agrupado em quatro categorias (*condição de identidade, condição de finalidade, condição de propósito e condição de dispositivo*); e os *Dados Internos*, divididos em três espaços de *locução, relação e tematização*.

²⁶ Aristóteles escreveu o tratado *De partibus animalium*, “Das partes dos animais” (tradução nossa) onde define e descreve o funcionamento de órgãos, tecidos e membros de animais.

e Skinner (2002) são alguns dos estudiosos que partiram da mesma ideia na reflexão sobre o cômico. Podemos achar engraçada a pose de um gorila em um zoológico diante das câmeras ou a tentativa de um gatinho em resistir ao sono, balançando a cabeça. Cenas como essas podem nos fazer sorrir, segundo Bergson (1980), porque registramos no gorila ou no gatinho, expressões humanas. São registros como esses que circulam pela internet e “viralizam”²⁷ em redes sociais como *Facebook* e *YouTube*.

O riso parece revelar algo escondido. Bergson (1980) defende que o riso seria algo alheio à emoção. Quando sorrimos, o fazemos, porque fomos pegos de surpresa. É como se por algum instante, esquecêssemos de uma tal racionalidade e simplesmente nos deixássemos levar pela falha do outro.

A insensibilidade que naturalmente acompanha o riso. O cômico parece só produzir o seu abalo sob condição de cair na superfície de um espírito tranquilo e bem articulado. A indiferença é o seu ambiente natural. O maior inimigo do riso é a emoção. Isso não significa negar, por exemplo, que não se possa rir de alguém que nos inspire piedade, ou mesmo afeição: apenas, no caso, será preciso esquecer por alguns instantes essa afeição, ou emudecer essa piedade. (BERGSON, 1980, p.12)

É como se para sorrir fosse preciso, por algum instante, esquecer os problemas da vida. O riso só é riso se for livre, solto e à margem de qualquer imposição afetiva. Quando vemos um desconhecido tropeçar em um buraco na calçada e sua inevitável queda, existem pessoas que riem de tal fato, ainda que de maneira discreta. No entanto, ao perceber que o tal desconhecido se machucou com a queda, por exemplo, mudamos logo a expressão de zombaria para uma outra: envergonhamo-nos da primeira reação. O cômico pode ser entendido como o resultado de um encerramento inesperado ou surpreendente. É a quebra da expectativa.

No livro 2 da sua *Retórica*, Aristóteles aborda o tema ao escrever sobre o “Caráter dos jovens”. Segundo ele, os jovens “Gostam de rir, e por isso também

A citação se refere à tradução de Maria de Fátima Sousa e Silva (Centro de Estudos Clássicos e Humanísticos da Faculdade de Letras da Universidade).

²⁷ Termo usado para destacar conteúdos disseminados rapidamente pela *internet*, tal como o efeito viral.

gostam de gracejar” (ARISTÓTELES, 2005 p.193²⁸). O gracejo seria algo da ordem de uma zombaria educada. Skinner (2002) lembra também que a zombaria que é mencionada por Aristóteles “é sempre uma expressão de desprezo” (SKINNER, 2002, p. 16).

Skinner (2002) cita a cena²⁹ em que Demócrito sorri diante do choro de um cidadão. O sorriso não era de zombaria ou de insensibilidade. “Estou apenas rindo da humanidade cheia de loucura e vazia de quaisquer boas ações” (Demócrito *apud* Skinner, 2002, p. 19). Para Skinner (2002), inspirado em Quintiliano³⁰

Quando rimos, estamos frequentemente nos gabando ou glorificando diante de outra pessoa, por termos constatado que, comparadas conosco, elas sofrem de alguma fraqueza ou defeito desprezível (SKINNER, 2002, p. 21-22).

Freud (1905) também se debruçou sobre o humor. O início desse diálogo está registrado em sua obra *Chistes e sua relação com o Inconsciente*. O pai da psicanálise estava preocupado em aprofundar nas reflexões acerca de como o chiste era forjado na mente humana. De acordo com ele, os poucos pensadores que haviam se debruçado sobre o tema, o fizeram apenas atraídos por sua relação com o humor ou o cômico. “A primeira impressão que se tem a partir dessa literatura é a de que seria inteiramente impraticável tratar dos chistes fora do contexto do cômico” (FREUD, 2017, p. 16). É certo que tal preocupação também interessava à Freud, no entanto, não era apenas a única. Interessava a ele saber das diferenças entre o chiste e o universo cômico e, além disso, refletir sobre em qual momento cada um se revelava.

Dentre as definições trazidas por Freud, uma nos chama atenção, por isso, a recortamos para propor um diálogo com o nosso *corpus*. Trata-se da ideia de que o chiste teria como característica a de fornecer ao ouvinte certo

²⁸ In ARISTÓTELES, *Retórica – Obras Completas*. Edição Imprensa Nacional – Casa da Moeda, 2005

²⁹ Teria se originado com a carta apócrifa de Hipócrates sobre Demócrito, conhecido como o filósofo sorridente. Este teria viajado para cidade de Abdera, quando havia atingido idade avançada. A carta teria sido escrita por cidadãos daquela cidade, preocupados com a insanidade aparente do sábio.

³⁰ Quintiliano, autor da obra *Institutio Oratoria*, é um retórico citado por Skinner (2002). Foi ele, afirma Skinner, que refletiu que a alegria humana estaria muito próxima da derrisão.

“desconcerto e esclarecimento”. Ao acessar uma das postagens do *blog The piauí Herald*, o leitor, sobretudo, aquele que não está acostumado com as brincadeiras languageiras desse *blog* pode ter certa sensação de estranheza, um desconcerto. Assim, ele se deparará com enunciados absurdos atribuídos a figuras públicas colocadas em situações surreais. Só depois de um contato mais demorado com o *blog*, o leitor, poderá constatar que todo seu conteúdo é voltado para o lúdico, para uma paródia que desconstrói o verdadeiro e, a partir daí cria o cômico (não-verdadeiro).

Depois desse breve recordação sobre a definição de humor que emergiu com Aristóteles, a seguir, veremos também de maneira breve as contribuições do mestre russo Bakhtin sobre o cômico.

2.3 CONTRIBUIÇÕES DE BAKHTIN

O mestre russo Mikhail Bakhtin, em sua obra *A Cultura Popular na Idade Média e no Renascimento – O Contexto de François Rabelais*, dedica um capítulo ao riso e a sua história, olhando para as artes. No entanto, logo nas primeiras páginas, o linguista dá uma prévia da importância que confere ao que é risível e ao que se passou no período. “Ignorar ou subestimar o riso popular na Idade Média deforma também o quadro evolutivo histórico da cultura europeia nos séculos seguintes” (BAKHTIN, 2002, p.05). Bakhtin (2002) volta ao século XVI e aos seguintes, e traça o percurso do gênero cômico. Para alguns, na época, a literatura cômica seria algo banal, colocada na prateleira de obras sem muito prestígio. O pesquisador russo cita Rabelais, Cervantes e Shakespeare como protagonistas no sentido de mudar a trajetória do riso na história da humanidade, tendo delimitado de maneira clara o Renascimento dos séculos seguintes.

A atitude do Renascimento em relação ao riso pode ser caracterizada, de maneira geral e preliminar, da seguinte maneira: o riso tem um profundo valor de concepção do mundo, é uma das formas capitais pelas quais se exprime a verdade sobre o mundo na sua totalidade, sobre a história, sobre o homem; é um ponto de vista particular e universal sobre o mundo, que percebe de forma diferente embora não menos importante (talvez mais) do que o sério; por isso a grande literatura (que coloca por outro lado problemas universais) deve

admiti-lo da mesma forma que ao *sério*; somente o riso; com efeito, pode ter acesso a certos aspectos extremamente importantes do mundo. (BAKHTIN, 2002, p. 57)

Ao comentar o riso na obra de Rabelais, Bakhtin (2002) fundamenta-se em Demócrito e Hipócrates, para quem o riso tinha potencialidades curativas. Mas ele se mostra também atento à obra aristotélica, que traz a observação de que antes de tudo a comicidade é própria do que é humano e lembra as palavras iniciais de um dos livros de Rabelais, *Gargantua*: “Melhor é de risos que de lágrimas escrever / porque o riso é a marca do homem” (Rabelais *apud* Bakhtin, 2002, p.59).

A cultura do riso na Idade Média, segundo Bakhtin, não encontrava espaço nas vias oficiais da vida. No entanto, tal condenação serviu como um privilégio para o cômico, que passou a circular de maneira livre na esfera não oficial, “na praça pública, durante as festas, na literatura recreativa” (BAKHTIN, 2002, p. 62). Apenas no Renascimento é que a comicidade começaria a ganhar espaço na cena oficial, “contribuindo assim para a criação de obras de arte mundiais, como *Decameron* de Boccaccio, a obra de Rabelais, o *Don Quixote* de Cervantes, os dramas e comédias de Shakespeare”. (BAKHTIN, 2002, p. 62). As esferas oficiais e não oficiais se fundiram até que o período absolutista impusesse outro cenário, no qual os traços oficiais voltassem a dominar a esfera pública. Com isso, a cultura do cômico voltou ao lugar de fenômeno desprestigiado.

A obra bakhtiniana fala de uma cultura popular, sobretudo a da Idade Média, que não encontrava espaço nos redutos oficiais. Assim, restou apenas a cena extraoficial. Era onde acontecia o Carnaval, que segundo o linguista russo, “não tem fronteira espacial” (BAKHTIN, 2002, p. 06). O cenário carnalizado seguia as leis da liberdade. De acordo com Bakhtin:

Ao contrário da festa oficial, o carnaval era o triunfo de uma espécie de liberação temporária da verdade dominante e do regime vigente, de abolição provisória de todas as relações hierárquicas, privilégios, regras e tabus. Era a autêntica festa do tempo, a do futuro, das alternâncias e renovações. Opunha-se a toda perpetuação, a todo aperfeiçoamento e regulamentação, apontava para um futuro ainda incompleto (BAKHTIN, 2002, p. 8-9).

A partir dessa reflexão bakhtiniana, podemos fazer uma ponte com o nosso objeto de estudo. É possível perceber nos textos do *Blog The piauí Herald* um imenso desejo carnavalizado de brincar, com boas doses de ironia, com situações e figuras públicas que fazem parte do reino do que é oficial e sério. Mais uma definição para tal *blog*: ele é essencialmente carnavalesco, no sentido que Bakhtin deu a tal palavra.

2.4 HUMOR E O DIREITO

Ader (2015), em seu artigo *Les “lois du genre” du discours humoristique*, problematiza a questão que envolve o escárnio e figuras públicas – que parece ser uma das questões no nosso corpus –, sob o ponto de vista do Direito francês:

O discurso humorístico tem virtudes sociais evidentes, que merecem uma proteção especial. Ele é portador de um contra-poder essencial. Sua proteção consiste pois em um desafio democrático. (ADER, 2015, p. 183)³¹

Ader (2015) destaca a existência das chamadas leis do “gênero do humor”³², que fazem parte da jurisprudência francesa e que transcrevemos a seguir, devidamente traduzidas:

- a crítica das personalidades públicas,
- a ausência do sério e
- a exclusão de fins ilegítimos.

Assim, podemos entender tais leis como critérios que servem de parâmetros para encaixar enunciados contendo humor e críticas, de um modo legalizado e que

³¹ Nossa tradução de: “Le discours humoristique a des vertus sociales évidentes, qui méritent une protection particulière. C’est avant tout un contre-pouvoir essentiel. Sa protection est donc un enjeu démocratique”.

³² Basile Ader é advogado do *Barreau de Paris*, especializado em direito da imprensa e difamação. De acordo com ele, são três as leis do “gênero do humor” ou do uso deste fenômeno: crítica das personalidades públicas, a ausência de seriedade e a exclusão de objetivos ilegítimos ou infundados (tradução nossa). O artigo supracitado foi retirado da obra *Humour et engagement politique*, organizado por Patrick Charaudeau, 2005. Optamos por escrever “gênero Humor”, entre aspas por não concordar que exista tal gênero.

não cause muitos problemas ao seu autor. De acordo Ader (2015), as personalidades políticas, em tese, de maneira tácita, já estão acostumadas a ela e aceitam a zombaria. Diante disso, o advogado ressalta que um dos principais critérios para problematizar a crítica cômica é saber qual o caráter “público” de seu alvo. Como exemplo, o especialista cita o caso em que o ex-jogador de futebol francês Zinedine Zidane foi alvo do humorista, também francês, Christophe Alévêque. Em entrevista, em 2011, para uma revista especializada em esportes, a *Sportmag*, Alévêque disse: “Zidane é um anúncio publicitário que tem três neurônios (...) Para mim, isso é uma forma de prostituição”³³. (ALÉVÊQUE *apud* ADER, 2015, p. 185). Aí vemos uma crítica do humorista feita ao esportista francês Zinedine Zidane, por este ter apoiado a candidatura do Catar para sediar a Copa do Mundo de Futebol de 2022. O ex-jogador recorreu à justiça e alegou, por meio de seu advogado, que “as declarações foram prejudiciais a sua honra, sua dignidade, sua integridade, sua reputação como homem e como pessoa pública, e também prejudiciais a sua família”³⁴.

Em primeira instância, a 17ª Câmara do Tribunal de Paris, absolveu Alévêque por entender que não houve intenção de prejudicar o ex-jogador. No entanto, a Corte de Paris invalidou a sentença.

Se ela [a crítica de Alévêque] não nega que Zinedine Zidane, por causa do “lugar particular que tem no imaginário coletivo” é uma personalidade pública incontestável, tal crítica não lhe reconhece o mesmo estatuto que dá às personalidades políticas (ADER, 2015, p. 185)³⁵.

Portanto, ao invalidar a absolvição do humorista, a Corte Francesa entendeu que essa continha, de fato, ofensas à reputação pública do ex-jogador. As características apontadas por Alévêque sobre Zidane foram consideradas como injúrias e/ou ofensas pessoais.

Vimos, a partir da discussão proposta por Ader (2015), que há o chamado *Direito do humor ou da crítica*, contudo, pelo menos na jurisprudência francesa, cada

³³ Nossa tradução de: “Zidane c’est un panneau publicitaire qui a trois neurones (...). Pour moi, c’est une forme de prostitution.”

³⁴ Disponível em <http://esportes.estadao.com.br/noticias/futebol,zidane-processa-comediante-por-publicacao-em-revista-esportiva,669383> acesso em 10 de outubro de 2017.

³⁵ Nossa tradução de: “Si elle ne dénie pas que Zinedine Zidane, en raison ‘de la place particulière qu’il tient dans l’imaginaire collectif’ est une personnalité publique incontestable, elle ne lui reconnaît pas le même statut que les personnalités politiques.”

caso merece ser analisado no intuito de constatar se houve ou não abuso. Saindo da esfera do Direito, portanto, podemos ver também que o humor continua sendo visto como algo que desagrega e que transgride.

CAPÍTULO 3 - A PARÓDIA COMO FENÔMENO RETÓRICO-ARGUMENTATIVO

Percebe-se que os produtores do *blog* usam algumas estratégias para levar os seus leitores a compreender que estão diante de um texto “não-sério” ou seja, de um texto lúdico. Dito de modo breve, entendemos por estratégias discursivas as ferramentas utilizadas pela instância produtora para alcançar os efeitos pretendidos. Para o linguista francês Charaudeau (2008):

A noção de estratégia repousa na hipótese de que o sujeito comunicante (EUC) concebe, organiza e encena suas intenções de forma a produzir determinados efeitos – de persuasão ou de sedução – sobre o sujeito interpretante (TUi), para levá-lo a se identificar – de modo consciente ou não – com o sujeito destinatário ideal (TUd) construído por EUC. (CHARAUDEAU, 2014, p. 56)

Para tornar mais clara a explicação acima é importante representarmos o EUC como uma posição que é ocupada pelos produtores reais, sujeitos empíricos, do *blog The piauí Herald*. O TUi seria a representação do leitor real das postagens, enquanto que o TUd seria apenas uma idealização desse leitor, feita pelo sujeito-enunciador que é delegado pelo EUC. Logo, a estratégia de captação será bem sucedida apenas se o TUi se aproximar ao TUd.

Diante disso, Campos, em 2012³⁶, se propôs a analisar algumas dessas estratégias, ainda que de maneira breve. Foram selecionadas postagens³⁷ publicadas naquele ano e que tinham em comum a participação do ex-presidente Lula. Naquele período, Dilma Rousseff comandava o país, mas Lula aparecia nas reportagens da mídia tradicional com frequência, constituindo, assim, um assunto relevante para as investidas irônicas do *blog* da Revista *Piauí*.

À época, o trabalho apontou a recorrência de pelo menos quatro estratégias discursivas lançadas pelos produtores do *blog*, quais sejam, a ironia, a desproporção

36 O trabalho *O Humor no Contrato de Leitura do Blog The Piauí Herald* foi apresentado como trabalho de conclusão do curso de especialização *lato sensu* intitulado *Processos Comunicativos e Dispositivos Midiáticos*, por nós cursado em 2012, na Faculdade de Comunicação Social, na UFMG.

37 O termo postagem se refere a textos e/ou imagens publicadas em meio digital. É comumente usada para indicar publicações em *blogs*, *sites* e redes sociais, como *Facebook*, *Twitter* e outros do gênero.

lógica, a alegoria e a intertextualidade. No entanto, para o presente trabalho, vamos direcionar nossos esforços para duas estratégias discursivas que nos parecem norteadoras na compreensão do *corpus*: a ironia e a paródia.

No capítulo anterior, nos dispusemos a olhar para duas das cinco postagens destacadas e as analisamos, de maneira breve. Nesse exercício, como já foi mencionado no item supracitado, encontramos um fenômeno retórico-argumentativo que demanda um tempo de nossa atenção, pois parece-nos que tal elemento é peça constituidora do nosso *corpus*, enquanto ato de linguagem. Falamos aqui da paródia e sua parceira, a ironia. Como vimos nas postagens, os produtores do *blog The piauí Herald*, na forma de Sujeito-Comunicante Compósito (EUc), são vestidos por uma intenção irônica, que se materializa no ato paródico (EUe). É o que podemos constatar no cabeçalho do texto, onde encontramos um título, a hora, a data e o local de onde se refere aquela “notícia”. Tratam-se, portanto, de estruturas-chave para identificar o texto jornalístico como referência ou por trás da postagem do *blog*. A partir de uma leitura atenta, contudo, o leitor poderá notar a inversão ou a ruptura em relação ao texto-referência. Assim, é quando o jogo paródico-irônico acontece, formando um novo texto.

No texto 1 de nosso *corpus*, por exemplo, antes de iniciar a primeira frase da “notícia”, e onde em textos sérios o jornalista reserva o espaço para mostrar o lugar a que se refere a notícia, os produtores do *blog* optaram por escrever o fragmento “Fim do túnel”. Assim, podemos traduzir por um elemento metafórico, que insinua que a então presidente Dilma Rousseff estaria com os dias contados na função de presidente da República. O narrador-irônico da “notícia” desfila uma espécie de gracejo ou zombaria em relação à estrutura jornalística. Já a partir desse fragmento – uma espécie de carro “abre-alas” do jogo paródico-irônico – o leitor será reconduzido a uma nova visada, bem diferente do apelo jornalístico, que prima pela objetividade e seriedade no relato dos fatos.

Abordaremos, no próximo segmento, a maneira de como essa paródia é elaborada ou de como essa “nova visada” acontece.

3.1 DISCURSO SUBVERSIVO

No item 1.2 fizemos um breve preâmbulo sobre a linguagem não-séria. Agora, como prometido no trecho supracitado, vamos discorrer sobre esse discurso que chamaremos de subversivo. Acreditamos que é ele quem parece guiar a leitura dos textos do *blog The piauí Herald*. É importante, contudo, antes de iniciar tal empreitada, escolher sob qual ponto de vista iremos analisar o *blog*. Seria o *The piauí Herald* um *blog* jornalístico que se veste de elementos paródicos para se transformar em algo cômico ou um *blog* humorístico que a partir de elementos jornalísticos quer agir sobre a realidade?

São poucas, ainda, as pesquisas que têm olhado para o fenômeno de *sites* e/ou *blogs* que se dedicam a fazer paródia com o jornalismo e inseri-lo em um cenário inteiramente ficcional. No entanto, durante o nosso trabalho deparamos com o artigo de Gerson e Dorneles (2012), que se debruçaram sobre o *The piauí Herald* e o definiram como representante do que chamaram de “falso noticiário”.

O falso noticiário informa, mesmo que por um viés de ficção, com humor, resultando, muitas vezes, em uma versão mais rica dos fatos tratados pela grande mídia. Para ironizar um acontecimento, o autor do texto deve situar o leitor, proporcionar um contexto, algumas vezes até mesmo um lead do evento. (GERSON E DORNELES, 2012, p.05)

Achamos saudável a tentativa de relacionar o *blog The piauí Herald* com o gênero mencionado, contudo, não concordamos com tal aproximação. Como descreve Marques de Melo (2006), a essência do jornalismo, por mais que ganhe elementos e contornos distintos como aparência literária, tem como pilares a realidade e os fatos verídicos. Portanto, o *blog*, por inventar situações descritas por palavras inusitadas e absurdas, insere-se numa perspectiva ficcional. Conforme a pesquisa de Gerson e Dorneles (2012), o *blog* pode

também ser aproximado ao gênero jornalístico *Diversional*, definido por Assis (2014), em sua tese³⁸, da seguinte forma:

Projeta a diversão – também aceita como entretenimento – no campo do jornalismo, reconhecendo-a como função legítima e assumindo que há, no fluxo noticioso, produção e consumo de material jornalístico que diverte. Obviamente, o divertimento ao qual estas linhas se referem não é exatamente o mesmo proporcionado por espaços humorísticos vigentes na imprensa, como seções de piadas, histórias em quadrinhos, entre outras formas que não têm a obrigação de abordar assuntos, quaisquer sejam, de maneira verossímil. (ASSIS, 2014, p. 125)

Para nós, portanto, por mais que os personagens envolvidos nas tramas falaciosas do *The piauí Herald* existam de fato e as situações registradas ali sejam baseadas em uma dada realidade, o *blog* não se encaixaria no gênero jornalístico *Diversional*, por ser partícipe de um cenário de construção totalmente ficcional, ou seja, inventado – algo que o jornalismo não tolera. Vale ressaltar ainda que uma premissa básica de tal prática social parece se ausentar no *blog*: a intenção de informar algo a alguém – o que não exclui a chance de alguém de fato ser informado de algo.

Assim, chegamos a um impasse. Qual seria, portanto, o gênero que abrigaria o *corpus* em análise? Sabemos que o jornalismo passa por importantes transformações ao longo do século XX e início do século XXI, sobretudo, motivado pelas novas tecnologias. Por ora, acreditamos que o jornalismo, aqui, pode ser apreendido apenas como alvo da paródia na qual é perceptível certa provocação em relação aos formatos convencionais e/ou tradicionais de tal prática social. Portanto, preferimos não inserir o *blog The piauí Herald* em gêneros jornalísticos e sim reconhecê-lo como pertencente a um discurso não sério ou subversivo, com a intenção de fazer humor, por meio de elementos paródico-irônicos.

Como diz Charaudeau (2015):

³⁸ O trabalho, intitulado *Jornalismo Diversional: função, contornos e práticas na imprensa brasileira*, foi orientado por José Marques de Melo, responsável pela terminologia *Diversional*, que aparece na obra *Gêneros jornalísticos: conhecimento brasileiro*, publicada em 2010, organizada por Melo e Assis.

O humor, sabemos, é transgressivo, às vezes subversivo. Transgressivo, ele vai contra a norma, contra o que parece normalidade humana, uma representação da vida em sociedade que as pessoas constroem para se dar a ilusão de viverem bem; mas pode ser uma transgressão com o risco de fortalecer a norma. Subversivo, é a própria norma que ele coloca em questão, que ele interroga de dentro, em sua fundação; mas uma subversão correndo o risco de nos deixar em suspenso. (CHARAUDEAU, 2015, p.07³⁹)

Portanto, é nesse contexto de discussão proposto por Charaudeau (2015) que pretendemos inserir o corpus em análise. A seguir, proporemos uma reflexão acerca da paródia e da ironia que, como já dissemos, parecem, juntas, serem as peças-chave de compreensão de leitura do *blog*.

3.2 PARÓDIA: O PORQUÊ E O COMO

Podemos começar a esmiuçar a paródia a partir do texto de Machado e Melo (2004), em que os linguistas fazem um preâmbulo passando pelo conceito de gênero. Partindo dos preceitos de Bakhtin, o gênero é dividido em primário e secundário. O primeiro se situaria na ordem de enunciados mais livres e que se aproximariam de uma comunicação imediata ou direta. Já o gênero secundário estaria no patamar enunciativo mais elaborado e complexo, cujo mecanismo seria forjado por premissas com intenções, talvez, menos claras. Pode-se dizer que a transgressão de gênero ocorre quando as instâncias bakhtinianas mencionadas se mesclam, em uma espécie de jogo empregado pelo autor do discurso.

“Para nós, um gênero é transgressivo quando ele “ousa” amalgamar em si diferentes tipos de discursos que tinham, em suas respectivas origens, um objetivo diferente daquele que vão assumir quando reunidos em um só”

³⁹ Tradução nossa de “L’humour, on le sait, est transgressif, parfois subversif. Transgressif, il va contre la norme, contre ce qui apparaît la normalité humaine, une représentation de la vie en société que construisent les individus afin de se donner l’illusion du bien vivre ; mais une transgression au risque de renforcer la norme. Subversif, c’est la norme même qu’il met en cause, qu’il interroge de l’intérieur, dans son fondement ; mais une subversion au risque de nous laisser en suspend” (CHARAUDEAU, 2015, p.07)

(MACHADO, 2004, p. 78). A intenção irônica, dizem os autores, seria a responsável por unir esses discursos diferentes. Vale dizer ainda que todo discurso transgressivo traz como elemento que o precede, o desejo lúdico de ironizar algo ou alguém. Nesse caso, alguns discursos podem ser lidos como sérios, mesmo sendo o seu contrário. O *blog The piauí Herald*, do qual uma parte está sendo analisada neste trabalho, por exemplo, traz enunciados, enredos e certa construção jornalística que se coadunam com a de qualquer outra mídia de tal prática social. A face do “*The Piauí*”, portanto, é séria. Mas o desejo de ironizar ou de brincar está ali, latente, prestes a explodir quando os sentidos acionados são fisgados pelo leitor. Ainda sobre o *corpus*, parece que há certo prazer do autor em brincar com as situações sérias e dramáticas da cena política do país.

No *Dicionário de Análise do Discurso*, (CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2012, p.93), Maingueneau remete o verbete “Paródia” à “Captação”. Mas, quem define a “Captação” no referido dicionário é Charaudeau. Para ele, “as estratégias de captação dão lugar a configurações discursivas particulares de acordo com as situações de comunicação” (CHARAUDEAU, 2012, p. 93). As mídias buscam, por meio de efeitos discursivos, fazer com que o destinatário sinta-se sensibilizado e/ou seduzido pela troca comunicativa.

Portanto, vale destacar que a paródia é um recurso que tem em suas raízes o discurso de outrem. Segundo Machado (2013), “a paródia pode ser classificada pelos fenômenos da heterogeneidade constitutiva. Ela admite a captação e a imitação de um gênero ou de um conteúdo e sua subversão⁴⁰” (MACHADO, 2013, p. 31).

O jogo paródico, para existir, necessita de algo ou de alguém de onde partirá a imitação. Por meio da paródia, podemos ver o dialogismo de Bakhtin – constituidor de qualquer ato linguageiro - operando em sua melhor forma. O outro que está sendo “copiado” está ali, e precisa estar de alguma maneira visível para que o jogo paródico se efetue. Machado (1999) lembra que a paródia acaba por colocar dois discursos distintos em um cenário de diálogo. A autora reforça o caráter de rebeldia da paródia, recurso usado para “transgredir

⁴⁰ Nossa tradução de “La parodie peut être classée parmi les phénomènes d’hétérogénéité constitutive. Elle admet la captation et l’imitation d’un genre ou d’un contenu, et sa subversion” (MACHADO, 2013, p. 31)

uma ordem estabelecida”, ou seja, a paródia, precedida da ironia, teria um alvo a ser atacado. Portanto, tal jogo estaria longe de ser algo puramente lúdico e/ou benevolente.

A paródia desvela assim um gênero que poderíamos chamar de “transgressivo”, pois, passível de denunciar o jogo que preside sua construção, a saber: o deslocamento e o reemprego de palavras ou expressões, colocadas fora de seu lugar “habitual” ou “primeiro”. (MACHADO, 2007, p. 317-336)⁴¹

Vale lembrar que para essa “rebeldia” se materializar no ato paródico, o leitor ou espectador ou ouvinte deve estar atento ao “primeiro texto” ou ciente do que está se passando ali. Por isso, não raro, o jogo paródico se instala em um clube mais ou menos fechado, como diz Machado (2013).

Em relação ao nosso *corpus*, e como já dito em trechos anteriores, a paródia acontece de maneira mais visível com o jornalismo e os seus portais de notícias ditos sérios. Assim, os produtores do *blog The piauí Herald* parecem brincar com o gênero jornalístico, fazendo-se passar por profissionais que teriam ido a campo e entrevistado os personagens ou, pelo menos, apurado a história que está sendo contada. Dessa forma, é possível dizer que o nosso *corpus* é exemplo também de um discurso carnalizado⁴², cuja ideia, conforme Machado e Melo (2004, p. 79) estaria ligada à “destruição e a reconstrução de um texto”, no caso, o texto jornalístico, *a priori*, sério. Para Medina (2012), “as características já destacadas do carnaval e da festa, que colocam em oposição uma vida oficial, ‘séria’, com uma vida ao contrário, invertida, ‘não séria’, abrem caminho para a paródia”. Portanto, assim como nos mostra Medina (2012), a carnalização, tal qual nos apresenta Bakhtin, seria também uma porta de entrada para a paródia, precedida sempre da ironia.

Machado (2012), em sua tarefa de compreender como se efetua e materializa o jogo paródico oferece uma reflexão onde coloca esse fenômeno linguageiro numa instância de provocação. Conforme a linguista, ao destilar uma paródia, o sujeito comunicante, motivado pelo desejo irônico, faz uso de

⁴¹ Publicado em: MARI, H. *et al.* (org.) *Ensaio sobre a leitura 2*. Belo Horizonte: Editora PUCMINAS, 2007, p. 317-336.

⁴² Foi Bakhtin, em 1970, quem cunhou pela primeira vez o conceito de “Discurso Carnalizado”, conforme, Machado e Melo (2004). O Carnaval, para o mestre russo, seria um processo pelo qual a instância oficial seria abalada e desconstruída por outros discursos.

um jogo de vozes para criticar algo ou alguém. Essa polifonia seria, portanto, um dos caminhos pelos quais o ato linguageiro seria processado/sustentado por um terreno da subversão e/ou transgressão. Ainda conforme Machado (2012, p. 30): “A paródia, mesmo se não for ‘autossuficiente’ no âmbito de sua construção, oferece uma ponte, uma passagem entre provocação, a indignação (ou a diversão) e a reflexão crítica”. Nesse jogo, portanto, o processo não pode ser outro senão dialógico, já que, como já dito, no ato linguageiro paródico, o sujeito comunicante convoca (e provoca) outros textos, que devem estar presentes de maneira implícita para a paródia fazer sentido.

Retornando ao nosso *corpus*, podemos dizer que os produtores usam e abusam da paródia, fazendo com que certa provocação seja emitida em relação ao próprio fazer jornalístico. Ao imitar textos cuja estrutura se assemelha à dos jornalísticos, parece que os redatores irônicos buscam no universo lúdico a forma de brincar não apenas com o formato sério do jornalismo, mas com os fatos verídicos que se passam na esfera pública. Não à toa, são as figuras políticas, alvos históricos de chargistas e cartunistas, o principal alvo do *blog The piauí Herald*.

3.3. ALGUMAS CONSIDERAÇÕES SOBRE A IRONIA

Como vimos na seção anterior, a ironia é condição da paródia. Antes da paródia se concretizar há um desejo irônico ou uma intenção do sujeito comunicante de debochar de algo ou alguém. A paródia, portanto, é construída por meio dessa vontade de ironizar. Como já dito anteriormente, na paródia acontece a destruição e reconstrução de um texto, logo, a força e a projeção dessa destruição e construção são pautadas pela ironia. Maingueneau, no *Dicionário de Análise do Discurso* (CHARAUDEAU e MAINGUENEAU, 2008, p. 291) descreve a ironia ligada à retórica – como tropo⁴³, portanto, haveria uma quebra de expectativa numa fala irônica. “É, pois, um fenômeno essencialmente

⁴³ Os tropos são “figuras por meio das quais atribui-se uma palavra uma significação que não é precisamente aquela própria dessa palavra” (DUMARSAIS, 1968, p.69 in: C. Kerbrat Orecchioni, *Dicionário de Análise do Discurso*, CHARAUDEAU E MAINGUENEAU, 2008, p. 487)

contextual (...)” (MAINGUENEAU, 2008, p.291). Para Machado, quando a ironia for representada

(...) por palavras que correspondem, literalmente, ao contrário do que se pensa ou por palavras que, sem ser totalmente contrárias, são diferentes daquelas que se quer ouvir, é preciso reconhecer que existe, na base da figura, uma contradição entre o dizer e o dito, acompanhada de uma intenção valorativa. Estas são as bases do fenômeno irônico. (MACHADO, 1998, p.22)⁴⁴

Como diz a pesquisadora, em sua tese, se a ironia tiver por base a antífrase, ela terá uma relação com o *tropo* da retórica. Há na ironia um jogo instigante e malicioso no qual o operador, o locutor do ato irônico, elabora, por meio de outras crenças, valores e fórmulas de pensamento, um enunciado que se distancia do esperado. Por isso, o resultado é de algo que se afastaria de um enunciado transparente, objetivo e claro. Assim, podemos dizer que a ironia fere duas das categorias – e suas respectivas máximas – pelas quais um dito deve atravessar, segundo Grice (1982):

Quadro 3 - Máximas conversacionais, segundo Grice (1982)

Categoria da Qualidade

- Não diga o que você acredita ser falso
- Não diga senão aquilo para que você possa fornecer evidência adequada

Categoria de Modo

- Evite obscuridade de expressão
- Evite ambiguidades

⁴⁴Nossa tradução de: Que l'ironie soit représentée par des mots qui correspondent, à lettre, au contraire de ce qu'on pense ou par des mots qui, sans être tout à fait contraires, sont différents de ceux qu'on veut faire entendre, il faut reconnaître qu'il y a, à la base de la figure, une contradiction entre le dire et le dit, accompagnée d'une intention évaluative. Telles sont les bases du phénomène ironique.

Assim, a ironia teria um caráter transgressivo e o seu emprego uma finalidade específica, que só poderia ser esclarecida se atentarmos para a situação de comunicação. Kerbrat-Orecchioni entende também que a ironia é direcionada a um alvo: “A ironia implica necessariamente um alvo (ironiza-se contra algo ou alguém), o que não é necessariamente o caso do humor, que pode suscitar, nas palavras de Freud (1971 [1905]), um espírito ‘inofensivo’. “(E não ‘tendencioso’). (KERBRAT-ORECCHIONI, 2013, p. 51)⁴⁵.

Vamos retornar ao nosso *corpus*. No texto 3, intitulado “Inspirada pelos estudantes, Dilma ocupa o Palácio do Planalto”, o alvo dos redatores do *blog* é a presidente Dilma. Na época, a mandatária estava prestes a ser afastada da presidência da República. Contudo, outro fato do período é importante para compreender o jogo paródico-irônico envolvido. No mesmo período, estudantes secundaristas de São Paulo (SP) protestavam contra a maneira como a reestruturação do ensino estava sendo conduzida e ocuparam diversas escolas. Portanto, de acordo com a “notícia”, para se manter no governo e no Palácio do Planalto, Dilma Rousseff lançaria mão da mesma tática estudantil. De acordo com o seguinte enunciado da postagem:

Aos gritos de “ocupar e resistir”, Dilma puxou um coro: “De agora em diante”, bradou a resistente mandatária.

Neste enunciado, o jogo paródico irônico acontece e convoca outros textos. “Ocupar e resistir” era, de fato, o que os estudantes gritavam durante os protestos nas instituições de ensino. Portanto, o *blog*, para legitimar a paródia acaba por mesclar ditos e situações verídicas com invencionices que beiram o absurdo e o insólito. A voz irônica, condição indispensável da paródia, brinca a partir de um *éthos* de uma Dilma Rousseff desesperada e que faria de tudo para permanecer no governo, mesmo que tivesse que imitar a manifestação juvenil.

Percebe-se que os produtores do *blog The piauí Herald*, ao envolverem a então presidente Dilma Rousseff nesse enredo fictício, não o fizeram de maneira aleatória. Inserir Dilma, personagem real, em uma trama fictícia onde

⁴⁵ Tradução nossa de: L'ironie implique nécessairement une cible (on ironise contre), ce qui n'est pas forcément le cas de l'humour, lequel peut relever, pour reprendre la terminologie de Freud (1971[1905]), d'un esprit « inoffensif » (et non « tendancieux »)

para certo desespero diante da situação política pode ser entendido como uma intenção do *blog* de argumentar sobre as ações verídicas da presidente. Talvez em um discurso “carnavalizado”, que tolera desvios – como é o caso do *blog* em análise –, possa ser mais fácil e/ou aceitável dizer determinadas coisas que não seriam bem vistas em um texto sério. “De fato, graças à ironia, podemos, ao mesmo tempo, convencer alguém de algo e zombar de atitudes e crenças que são irônicas⁴⁶” (MACHADO, 1998, p. 23).

O humor irônico, segundo Brait (2008), pode acessar (ou transgredir) os mais diferentes textos considerados sérios e que normalmente não foram elaborados para divertir seus leitores. Da mesma forma, a provocação e/ou a transgressão de certos dogmas ou “verdades” de instituições tidas como sérias, podem se transformar em alvos da ironia – que por vezes geram consequências graves⁴⁷. Ao mesmo tempo, Brait (2008), assim como Possenti (1998), ressalta que o humor irônico não opera apenas numa perspectiva crítica ou para mudar o estado das coisas.

Uma manifestação humorística tanto pode revelar a agressão a instituições vigentes, quanto aspectos encobertos por discursos oficiais, cristalizados ou tidos como sérios. Mas pode também, transmitir ou instaurar preconceitos (BRAIT, 2008, p.15-16)

Como já foi dito, Machado (2013) enxerga a ironia e a paródia como recursos que podem, em certos casos, serem amalgamados, sendo que a primeira emerge e dá vida à segunda. No entanto, para melhor compreender esse fenômeno linguístico, a autora concebe a ação do sujeito irônico sob duas formas, num ato paródico. A primeira forma é de um sujeito irônico na roupagem de um *sujeito empírico criador*, este, externo à paródia. Também chamado de *sujeito empírico ironista*, quando surge a intenção de parodiar: a paródia estaria ali, de forma latente, prestes a aparecer, como a erupção de um vulcão. Essa maneira extralinguística de enxergar esse fenômeno se encerraria em seu

⁴⁶ Tradução nossa de: “En effet, grâce à l'ironie, on peut à la fois convaincre quelqu'un de quelque chose et se moquer des attitudes et des croyances sur lesquelles on ironise.”

⁴⁷ Um exemplo notório desta afirmação foi o episódio, ocorrido em 2015, quando a redação do jornal satírico francês *Charlie Hebdo* foi alvo de homens armados, insatisfeitos com as recorrentes charges produzidas pela publicação que tinham como alvo o islamismo e o seu profeta Maomé.

formato interno que aparece quando o ato irônico, de fato, se concretiza no ato paródico. Podemos entender esse fenômeno de duas formas: a *ironia extralinguística* e a *ironia interna*. Machado (2013) concebe a seguinte fórmula:

IP = Sc (Si + Sp), na qual

IP: intenção paródica; **Sc**: o sujeito-comunicante; **Si**: o sujeito-irônico; **Sp**: o sujeito- parodista

Que ela assim explica:

Em outros termos: a intenção paródica solicita a presença de um *sujeito-comunicante* (ser psicossocial), sujeito este que é formado pela junção de um *sujeito-ironista* e de um *sujeito-parodista*. Como mostra a fórmula, o sujeito-comunicante em questão - este sujeito que se desdobra - é exterior ao ato de palavra paródico, ainda que nele se inscreva: estamos aqui no domínio situacional da comunicação, no espaço das intenções comunicativas. (MACHADO, 2013, p.30)

Convocamos, por meio dos estudos de Machado (2013), os sujeitos da linguagem para compreender como um ato paródico-irônico se realizaria. Sabemos que esse jogo é carregado de intenções, desejos conscientes ou não, de executar desvios e/ou, para usar um termo bakhtiniano, *carnavalizar* um texto X ou um alguém Y que fazem parte de um universo sério. O sujeito ironista seria, assim, malicioso e perspicaz. Por meios de palavras, frases lançadas no momento adequado, o responsável pela ironia agiria de maneira provocativa e também transgressora. Falar do recurso paródico-irônico é lembrar Ducrot (1977) que, em sua obra *Princípios de Semântica Linguística*, escreveu que, ao contrário do que propôs Saussure, a língua serviria para muito mais do que transmitir informação, um código pelo qual se fala a alguém.

A língua, então, não é mais apenas o lugar onde os indivíduos se encontram; ela impõe também, a esse encontro, formas bem determinadas. Não é mais somente uma condição da vida social, mas um modo de vida social. Ela perde sua inocência. Deixar-se-á, portanto, de definir a língua, à moda de Saussure, como um código, isto é, como um instrumento de comunicação. Mas ela será considerada como um jogo, e de um jogo que se confunde amplamente com a existência cotidiana. (DUCROT, 1977, p. 12)

No texto 4, intitulado “Dilma importa 300 senadores cubanos”, o *éthos* de uma presidente desesperada e disposta a fazer de tudo para se manter no governo permanece. Nota-se ainda que o sujeito irônico, como já dito anteriormente, utiliza outros discursos e/ou a instância psicossocial para forjar a paródia. Assim, o leitor deve estar atento aos acontecimentos do mundo real para compreender o fenômeno paródico-irônico. Neste trecho:

Pessimista com a votação no Senado, a (ainda) presidente Dilma Rousseff tomou atitudes drásticas para conter o impeachment. “Acabo de assinar uma medida provisória que autoriza a importação de 300 senadores cubanos. Eles permanecerão no Brasil até o final do mês e serão imediatamente integrados ao sistema de votação da Casa”, explicou. “Ficarão todos hospedados aqui no Palácio da Alvorada”.

podemos notar que situações verídicas são amalgamadas às invencionices do blog e servem para criar o efeito humorístico. Para que a zombaria, que tem como alvo a então presidente Dilma Rousseff, seja concretizada, o leitor deve se lembrar de que o país requisitou médicos cubanos, para fazer parte do Programa *Mais Médicos*, criado em 2013, no governo Dilma. A ideia inicial era que os profissionais trabalhassem em regiões carentes do Brasil. Assim, o sujeito irônico utilizou esse fato da vida real para sugerir que Dilma, diante de tamanho desespero, recorreria novamente a Cuba, desta vez, importando senadores daquele país (que na verdade é unicameral) para que estes votassem contra a sua cassação.

Desse modo, o sério e o não-sério se equilibram na paródia. Como diz Machado (2013, p.59), “essa subversão genérica não seria evidentemente possível sem a presença da ironia”. Ainda para a pesquisadora, o gênero é transgressivo quando “se atreve a montar diferentes tipos de discursos que tiveram, em suas primeiras situações de comunicação, outras metas que não aquelas causadas por esse encontro geralmente incomum” (*ibidem*).

É válido ressaltar que as instâncias interpretativas dos textos do *blog The piauí Herald* não se esgotam ou alcançam alguma interpretação definitiva. É por isso que no capítulo a seguir, iremos analisar cinco postagens do *blog* de maneira mais aprofundada. Até então, as pontuações feitas acerca das notícias

fictícias tiveram o objetivo de apresentar de modo breve como as piadas ou sarcasmos foram construídos pelos produtores do *blog*.

Enfim, é chegada a hora de avançarmos um pouco mais e nos embrenharmos, no próximo capítulo, no jogo paródico-irônico montado por *The piauí Herald*.

CAPÍTULO 4: ANÁLISE DE POSTAGENS DO *BLOG THE PIAUÍ HERALD*

No jogo paródico-irônico os produtores do ato de comunicação lançam mão de vozes e/ou discursos diferentes para que o enunciado ganhe o efeito de humor. Portanto, a instância psicossocial é convocada e cabe ao sujeito destinatário, num processo dialógico, afiançar a proposta interpretativa lançada. Para compreender esse fenômeno, ou seja, para analisar as postagens selecionadas e destacadas no Capítulo 1, iremos destrinchar os textos do *blog The piauí Herald* a partir dos estudos de Charaudeau (2014), que trouxe à cena os “Os Modos de Organização do Discurso⁴⁸”. Para tanto, analisaremos as postagens sobre as instâncias descritivas, narrativas e argumentativas, por acreditar que por meio delas, será possível refletir sobre como e porque a paródia é realizada no contexto apresentado.

Para fins de análise e a fim de alcançarmos o objetivo proposto, optamos por não trazer o modo de organização enunciativo: tal modo é o que domina e encampa todos os outros. Sustentado por três comportamentos, alocutivo, elocutivo e delocutivo, acaba por ter abrangência também sobre os demais. Além disso, acreditamos que as três categorias (descritivo, narrativo e argumentativo) são as que mais se adéquam à análise do *corpus* desta pesquisa.

Debruçando-nos sobre as postagens do *The piauí Herald*, podemos notar, a partir de tais modos de organização do discurso, que os textos aí exibidos têm a finalidade de fazer rir. Entretanto, sua organização, como já foi dito, se assemelha, de maneira proposital, à de uma notícia jornalística. Dessa forma, para compreender a intenção dos produtores dos textos do *corpus*, podemos analisá-los sob o viés do modo de organização do discurso descritivo.

⁴⁸ De acordo com Charaudeau (2014, p.74), “os procedimentos que consistem em utilizar determinadas categorias de língua para ordená-las em função das finalidades discursivas do ato de comunicação podem ser agrupados em quatro Modos de organização: Enunciativo, descritivo, narrativo e argumentativo”. O primeiro desses modos diz respeito à “posição do locutor com relação ao interlocutor, com o que diz e com o mundo” (*Ibidem*). O modo Descritivo nomeia, localiza e qualifica os sujeitos de uma história e/ou relato. Já o Narrativo, por meio de sucessivas ações que se influenciam, acaba por fazer um encadeamento contínuo e progressivo. O modo argumentativo está na ordem da organização do discurso, que vem à tona a partir de uma relação de causalidade entre as asserções.

Um texto é sempre heterogêneo, do ponto de vista de sua organização. Ele depende, por um lado, da situação de comunicação na qual e para qual foi concebido e, por outro lado, das diversas ordens de organização do discurso que foram utilizadas para construí-lo (CHARAUDEAU, 2014 p. 109)

Conforme Charaudeau (2014)⁴⁹, podemos definir os textos de *The piauí Herald* a partir de sua situação de comunicação, qual seja, um *blog* humorístico que parodia *sites* jornalísticos. Sua finalidade, portanto, é fazer o interlocutor achar graça do texto. O modo como se organizam é descritivo, narrativo e argumentativo, sendo que esses modos se mesclam, com graus de importância e destaque variáveis entre os três. Por fim, o gênero de texto diz respeito a um texto paródico.

Para fins de análise, vamos dividir tal trabalho em três partes. Na primeira parte, daremos exemplos do *corpus* citado e os analisaremos sob o ponto de vista do modo de organização descritivo, de acordo com Charaudeau (2014). Em um segundo momento, buscaremos compreender o fenômeno paródico-irônico a partir do modo de organização do discurso narrativo, e, por fim, na terceira parte vamos observar como é a atuação do modo de organização argumentativo nos enunciados em análise.

4.1. ANÁLISE DE TEXTOS DO CORPUS DE ACORDO COM O MODO DE ORGANIZAÇÃO DESCRITIVO

Descrever e narrar são atividades que mantêm relação íntima. Até aonde vai o narrar e o descrever? São ações imbricadas e/ou mescladas? Uma seria independente da outra? Charaudeau (2014) reconhece o problema, no entanto, ressalta que isso não impede com que ambas as propriedades tenham as suas especificidades. “Descrever está estreitamente ligado a contar, pois as ações só têm sentido em relação às identidades e às qualificações de seus actantes” (CHARAUDEAU, 2014, p. 111). Portanto, ainda de acordo com o linguista, o

⁴⁹ Charaudeau (2014) trata a questão do descritivo em três níveis: “situação de comunicação, que define em termos de contrato e determina uma finalidade ao texto dela resultante; o modo de organização do discurso, que utiliza em seu fazer categorias de língua; e o gênero de texto que extrai sua finalidade dos interesses em jogo na Situação de comunicação”.

descritivo não apenas serve o narrativo, mas fornece sentido a ele. Vamos a um exemplo do nosso *corpus*.

No TEXTO 1, intitulado “Dilma troca vidas no *Candy Crush* por votos contra o *impeachment*”, logo na primeira frase da postagem, já podemos deduzir o porquê de alguns dos usos languageiros.

TEXTO 1

A ainda presidente Dilma Rousseff lançou hoje uma campanha para arrecadar recursos às vítimas do *impeachment* (The piauí Herald, 06/04/2016)

O enunciado “a ainda presidente Dilma Rousseff” nos forneceria um sentido diferente se fosse apenas “a presidente Dilma Rousseff”. O advérbio de tempo “ainda” confere à personagem citada um sentido de que ela estaria prestes a deixar o cargo, por isso a atitude, relatada pelo *blog* de iniciar uma campanha para arrecadar recursos às vítimas do *impeachment*, que mais cedo ou mais tarde alcançaria a própria Dilma. Portanto, a partir desse exemplo, podemos pensar que as instâncias descritivas e narrativas podem se fundir, mas cada uma, analisada separadamente, exerce um papel distinto da outra – ainda que sejam indissociáveis. Vamos avançar mais um pouco em relação ao modo descritivo, desta vez, trazendo os componentes da construção descritiva, conforme Charaudeau (2014): nomear, localizar-situar e qualificar.

4.1.1. OS COMPONENTES DA CONSTRUÇÃO DESCRITIVA

Conforme Charaudeau (2014, p.112), os três componentes são ao mesmo tempo autônomos e indissociáveis. Vamos explicar de modo breve como que cada um opera nessa organização discursiva. *Nomear*, de acordo com o linguista, “é dar existência a um ser (*lb.*)”. Entretanto, diz Charaudeau, não se trata de um mero processo de etiquetagem, como se os seres já fossem nomeados ou identificados de maneira prévia. Portanto, seria o próprio sujeito, enquanto observador e leitor do mundo, o autor dessa nomeação. Ao nomear,

ao mesmo tempo, ele está dando vida aos seres e os transformando em significantes. Vale ressaltar que, ao nomear, o sujeito também o faz a partir de códigos sociais já estabelecidos ou das circunstâncias psicossociais relacionadas ao contexto analisado. Vamos a mais um segmento de nosso *corpus*.

TEXTO 5

Em sua delação premiada, Marcelo Odebrecht, ex-presidente do consórcio que administra a América Latina vai dizer que sua participação na campanha de Dilma em 2014 não passou de uma Parceria Público-Privada. (The piauí Herald, 21/06/2016)

No segmento acima, “Marcelo Odebrecht”, personagem real, é nomeado como “ex-presidente do consórcio que administra a América Latina”. Tal identificação irônica é importante para entender o papel desse personagem na trama fictícia do *blog*. Ora, o executivo, na época da postagem, era acusado de participar de um grande esquema de corrupção, envolvendo o governo federal e partidos políticos. Ao nomeá-lo assim e não como “ex-presidente da empreiteira que leva seu nome”, o redator da notícia de maneira irônica, atribui ao executivo o comando não de uma das maiores construtoras do país e sim de um continente inteiro, haja vista, o *modus operandi* do esquema de corrupção que, à época, estava sendo revelado pela mídia tradicional. Atente-se, portanto, para a indispensável ação de convocar na instância psicossocial elementos para compreender o jogo paródico-irônico envolvido.

Descrever consiste, então, em identificar os seres do mundo cuja existência se verifica por consenso (ou seja, de acordo com os códigos sociais). No entanto, essa identificação é limitada, e mesmo coagida pela finalidade das Situações de comunicação nas quais se inscreve, e relativizada, tornando-se até mesmo subjetiva, pela decisão do sujeito descritor. (CHARAUDEAU, 2014, p.113)

Podemos sugerir, portanto, que mesmo em um ato de comunicação marcado pelo deboche e pela ironia, há certa limitação na forma de fazer a

piada. No caso em que o *blog The piauí Herald* parodia a atividade jornalística e, por consequência, a vida real, seus produtores devem fazer desfilar brincadeiras, mesmo que absurdas, a partir de certo grau de proximidade com o universo real. Assim, o escárnio parte sempre de uma instância factível, para que o sujeito destinatário compreenda a brincadeira e faça algum tipo de relação com as informações verídicas. No segmento seguinte, retirado do Texto 3, vemos outro exemplo de nomeação ou de identificação de um dos actantes.

TEXTO 3

Alinhada com a movimentação dos estudantes das redes estaduais de São Paulo e do Rio de Janeiro, Dilma Rousseff trancou os acessos ao Palácio do Planalto (The piauí Herald, 03/05/2016)

A presidente Dilma Rousseff usa de artifícios que seriam válidos partindo de jovens estudantes (mas não de uma presidente) para conseguir o que deseja: manter-se à frente do governo do país. A exemplo do trecho anterior, o leitor do *blog* deve ser dotado de perspicácia para entender o jogo paródico-irônico. Dilma, segundo o texto paródico, é identificada como alguém que não medirá esforços para se manter no governo, mesmo que seja preciso “ocupar” o Palácio do Planalto. É importante dizer que na época da postagem, o país registrava vários protestos de estudantes que optaram por ocupar prédios públicos de ensino para chamar atenção do governo para as suas reivindicações. O grito “ocupar e resistir”, como já dissemos, era entoado pelos estudantes durante as manifestações.

É chegada a hora de avançar um pouco mais no modo de organização descritivo e seus componentes: *localizar-situar*. Conforme Charaudeau (2014, p. 113):

(...) *localizar-situar* é determinar o lugar que um ser ocupa no espaço e no tempo e, por um efeito de retorno, atribuir características a este ser na medida em que ele depende, para a sua existência, para a sua função, ou seja, para a sua razão de ser, de sua posição espaço-temporal.

E o que podemos dizer sobre em qual espaço-tempo o *corpus*, devidamente recortado, se encontra? Como já mencionado no primeiro capítulo deste trabalho, as postagens se referem à época em que a então presidente Dilma Rousseff foi alvo de um processo de *impeachment*. Portanto, em todos os textos analisados, os personagens envolvidos nas tramas fictícias existem e agem a partir desse pano de fundo. A seguir, um trecho do Texto 2:

TEXTO 2

BYE BYE BRASIL – Acossada pelo impeachment, Dilma Rousseff decidiu fazer uso da Lei Rouanet para captar os votos necessários à manutenção de seu mandato. “Durante mais de 10 anos de investimentos seletivos, recorreremos à lei para angariar o apoio de Chico Buarque, que estava quebrado, coitado, e agora contamos com a adesão dos meninos do Porta dos Fundos. Mas não é suficiente”, explicou a presidente. (*The piauí Herald*, 15/04/2016)

A “notícia”, como não poderia ser diferente, é absurda já que tal instrumento, ou seja, a Lei Rouanet, não é viável de maneira prática na vida real. A ironia emerge quando o redator irônico cita a Lei Rouanet que, apesar de ter sido criada em 1991 durante o governo de Fernando Collor, ganhou holofotes no governo Dilma. Durante o mandato da petista, a lei foi criticada por setores da sociedade que achavam que o instrumento beneficiava artistas e projetos de acordo com critérios políticos. Na notícia fictícia, a tal lei seria a chave para salvar Dilma do *impeachment*. O cantor e compositor Chico Buarque também aparece duas vezes no *post*: a primeira vez, sutilmente, pela menção de uma de suas famosas canções (*Bye, bye Brasil*) no título deste; a segunda vez, já tendo seu nome citado e incluído no corpo da “notícia” do *blog*. Ora, como podemos deduzir, isso não acontece por acaso. O cantor, na vida real, é declaradamente a favor do governo petista e na ocasião havia se posicionado contra o *impeachment* da então presidente Dilma Rousseff. Durante as denúncias e críticas à Lei Rouanet, ventilou-se ainda que esse artista brasileiro também seria um dos beneficiados pelo instrumento de financiamento, fato que

não veio a ser comprovado. O *blog*, por meio da frase fictícia atribuída à Dilma, joga com esse imaginário no qual o cantor e compositor, apesar de não necessitar de ajuda financeira para os seus *shows*, estaria sendo beneficiado pelo governo. No mundo inverossímil de *The piauí Herald*, Dilma reconhece o apoio ao cantor e o justifica: “(...) recorreremos à lei para angariar o apoio de Chico Buarque, que estava quebrado, coitado(...)”. O jogo paródico-irônico possibilita essa liberdade de brincar com algo sério.

No texto 2, Dilma reconhece que favoreceu determinados artistas de acordo com interesses não republicanos. A paródia, com sua fiel ironia, possibilita esse desarranjo de um texto primeiro e sua reconstrução com uma nova ordem. Machado (2007) afirma que “a paródia é movida por uma intenção cômica, que ela impõe uma natural distância e um certo “desacordo” entre o texto primeiro e o novo texto”.

É válido analisar outro procedimento jornalístico que o *blog The piauí Herald* utiliza de maneira transgressiva. Trata-se do elemento discursivo que identifica o lugar de onde se refere à notícia. Voltando ao exemplo anterior, é o caso do termo “Bye, Bye Brasil⁵⁰”. Essa escolha diz respeito à situação vivida pela então presidente Dilma Rousseff, que estava prestes a deixar o governo. Portanto, o termo configura, digamos, a maneira de como o leitor irá conceber a notícia repleta de desvios do *blog*. Percebe-se, então, no *corpus* analisado, que esse elemento discursivo tem a função não apenas de localizar geograficamente a notícia (algo que acontece com os textos jornalísticos sérios), mas de conduzir para onde ou de onde parte o jogo paródico- irônico empregado.

O terceiro e último componente descritivo, conforme Charaudeau é a *qualificação*, que, segundo o linguista consiste em:

(...) reduzir a infinidade do mundo, construindo classes e subclasses de seres. Mas enquanto a denominação estrutura o mundo de maneira não orientada, em “constelações seres”, a qualificação atribui um sentido particular a esses seres, e isto de maneira mais ou menos objetiva. (CHARAUDEAU, 2014, P. 115)

⁵⁰ Apenas a título de informação: a canção de Chico Buarque e Roberto Menescal foi composta em 1979 e faz parte do filme, de mesmo nome, do diretor Cacá Diegues. A ironia é bastante presente não só na canção como também no filme.

Descrever pela qualificação, portanto, é fechar ainda mais o olhar sobre o elemento. Recortá-lo, a partir dos códigos sociais, evidentemente, sob um imaginário particular. Qualificar, podemos definir melhor assim, é conferir certa imagem a um alvo.

Retomemos nosso *corpus*. Agora, com este segmento do Texto 3:

TEXTO 3

“Minha meta é a seguinte: só saio daqui quando a Tropa de Choque me tirar ou quando a Marisa Monte vier fazer um show para mim e para os ministros que sobraram”, bradou a presidente em cima de sua mesa. (*The piauí Herald*, 03/05/2016)

O *blog The piauí Herald* em sua empreitada de ironias e brincadeiras, insere a então presidente Dilma Rousseff em uma ótica de “pessoa imatura”, ainda sob um *éthos* de “presidente desesperada”, a ponto de subir em uma mesa e fazer exigências de menina mimada para não ceder ao processo de *impeachment*⁵¹. Portanto, além de nomear, como vimos anteriormente, a descrição pode avançar, ao qualificar o alvo. É como se o olhar do descritor se aproximasse ainda mais do objeto, conferindo-lhe, além de uma identificação, uma qualificação dele no mundo. Essa qualificação, assim, é de acordo com a visão e sentimentos do próprio sujeito, no caso, o redator irônico do *blog*. Em nossa visão, a descrição pela qualificação é também uma escolha de perceber o mundo de uma dada maneira.

A descrição pela qualificação pode ser considerada a ferramenta que permite ao sujeito falante satisfazer seu desejo de posse do mundo: é ele que o singulariza, que o especifica, dando-lhe uma substância e uma forma particulares, em função da sua própria visão das coisas, visão essa que depende não só de sua racionalidade, mas também de seus sentidos e sentimentos. (CHARAUDEAU, 2014, p. 115)

⁵¹ Apesar de não ser o objeto deste trabalho, não pudemos deixar de mencionar aqui o fato de que, na brincadeira paródica promovida pelo *blog*, percebemos em nossa análise que existem farpas machistas lançadas contra uma presidente mulher.

Podemos ainda fazer um paralelo com tal explicação, partindo da característica do nosso *corpus*. O *blog The piauí Herald*, além de brincar com assuntos considerados sérios por meio de seus textos, que têm como principal tema a política do país, debocha também do próprio jornalismo e/ou do fazer jornalístico. Assim, a existência do *blog* é também uma maneira de descrever o próprio jornalismo, transgredindo-o por meio da nomeação e da qualificação, como algo que pode ser colocado em outra instância, qual seja, a do reino do absurdo e/ou do lúdico.

Vamos a outro fragmento, desta vez do Texto 1, onde entendemos que há também descrição pela qualificação.

TEXTO 1

Em seguida, Dilma foi vista oferecendo vidas no *Candy Crush* e outros mimos em troca de votos contra o impeachment. “Ela me acenou com um Serenata de Amor, mas declinei. Eu merecia pelo menos um alfajor”, protestou o deputado Paulo Maluf (*The piauí Herald*, 06/04/2016)

Como diz Charaudeau (2014, p.115), “qualificar é tomar partido”. Isso posto, voltemos ao exemplo acima. Acreditamos se tratar de descrição pela qualificação, pois o sujeito descritor, ou seja, o redator do *blog*, descreve a então presidente Dilma de maneira irônica, a partir de uma imagem de alguém que comete atos ilícitos e/ou suspeitos. No caso, podemos analisar a ação descritiva da passagem como uma figura alegórica que representa troca de favores. Como diz o trecho, “Dilma foi vista oferecendo vidas no *Candy Crush* e outros mimos em troca de votos contra o *impeachment*”. Por se tratar de um jogo paródico-irônico, ou seja, com a intenção de fazer rir, o *blog* parece revelar, de maneira brincalhona e ao mesmo tempo, crítica, uma presidente que faria de tudo para permanecer liderando o país. Assim, para que faça sentido tal jogo, a imagem real de Dilma deve dialogar de alguma forma com a imagem cheia de desvios e transgressões convocadas pelo *blog*. Em princípio, podemos fazer uma reflexão sobre até aonde vão os tentáculos

da ironia e quando eles alcançam elementos da realidade. Não podemos perder de vista o significado da ironia, que é “dizer o contrário do que se pensa”, mas soma-se a essa definição, a intenção de transgredir uma ordem pré-estabelecida ou fazer determinadas afirmações que não seriam aceitas em um ambiente estável, formal ou considerado sério. Como diz Machado,

A nosso ver, os discursos não-sérios que a ironia pode causar são carnavalescos já que são detentores do poder de significar não significando... São discursos onde é estabelecido um jogo com as palavras, capazes de subverter ou até de transgredir normas estabelecidas na vida em sociedade.(MACHADO, 2014, p. 114)

Assim, o *blog The piauí Herald* brinca com o sério, revelando e/ou descrevendo situações ou personagens que se apresentam na vida real de maneira lúdica, debochada e transgressiva. A nosso ver, o *corpus* em análise, por meio da ironia e de enunciados risíveis, apresenta um mundo diferente ou, digamos, à parte, em que figuras públicas como a ex-presidente Dilma Rousseff são inseridas em cenas insólitas e absurdas, mas com base em uma dada realidade. É essa realidade, ou seja, os fatos divulgados pela mídia séria, em que são baseadas as transgressões de *The piauí*. No entanto, mais do que brincar com algo sério, acreditamos que o *blog* lança, ao mesmo tempo, um novo olhar sobre as personalidades e as situações que as envolvem. Trata-se, portanto, de um novo recorte da vida dos citados e de um novo recorte da própria vida.

Como afirma Charaudeau (2014), o modo de organização do discurso descritivo, no qual nos embrenhamos, impõe um estado atemporal às pessoas e objetos da descrição. Resta-nos saber se tal explicação se encaixaria também em atos de comunicação irônicos com a finalidade cômica. Se ousarmos adiantar essa resposta, podemos dizer que ela pode ser positiva. À medida que olhamos para o jogo paródico-irônico, pela ótica da descrição de uma realidade possível, apesar de seu caráter lúdico e debochado, é possível pensar que, mesmo na transgressão, a realidade ou a instância verídica se faz presente, uma vez que é na instância psicossocial, portanto, no imaginário sociodiscursivo, que convocamos e/ou buscamos elementos para conferir

sentido às invenções do *blog*. É como se olhássemos de fora para tais figuras.

A nosso ver, é importante ressaltar, com base nos estudos de Charaudeau (2014) sobre os modos de organização do discurso, que o nosso *corpus* apresenta um *efeito de gênero* jornalístico, já que é esse último que se apresenta como signo ou um caminho possível para compreender o jogo paródico-irônico empregado nas postagens. O jornalismo, portanto, é o texto de partida. Ainda segundo Charaudeau (2014, p.143) “Todas as formas de pastiches, paródias, plágios etc, utilizam procedimentos que permitem guardar (além das variações temáticas) as funções discursivas do texto de partida para produzir um efeito de semelhança”, enunciado este com o qual concordamos.

4.2. MODO DE ORGANIZAÇÃO NARRATIVO & ANÁLISE DO CORPUS

Contar, afirma Charaudeau (2014, p. 153), não é apenas descrever uma sequência de ações. A narrativa necessita de um contador, carregado de certa intencionalidade e disposto a dizer algo a alguém. Assim como o descrever, narrar também opera no sentido de que o locutor, ao transmitir algo, possa estar sendo influenciado por desejos não conscientes, portanto, conferindo à história ou enredo algo particular ou um olhar viciado, digamos assim. Desta forma, analisar o *corpus* em questão, a partir do conceito de narrativa é crucial para compreendermos o quão complexo são os textos de toda forma e, em particular, aqueles que em sua construção são forjados sob o jogo paródico-irônico. Interessa-nos ao mergulhar na instância narrativa a tensão que essa gera sobre a dicotômica relação entre realidade e ficção.

Contar é uma atividade posterior à existência de uma realidade que se apresenta necessariamente como passada (mesmo quando é pura invenção), e ao mesmo tempo, essa atividade tem a propriedade de fazer surgir, em seu conjunto, um universo, o universo contado, que predomina sobre a outra realidade, a qual passa a existir somente através desse universo. Nessas condições, como pretender que uma narrativa possa ser o reflexo fiel de uma realidade passada (mesmo que essa realidade tenha sido efetivamente vivida pelo sujeito que narra)? (CHARAUDEAU, 2014, p.154)

O sujeito que descreve e o que narra podem ser confundidos, por isso é importante analisá-lo através de óticas distintas. Enquanto o primeiro observa *de fora* as ações e os envolvidos nela, nomeando-os, localizando-os e qualificando-os, o segundo é partícipe desse mundo e vê os seres “se transformando sob o efeito de seus atos” (Charaudeau, p.157). Ao contrário da instância descritiva, a narrativa preocupa-se com o fechamento e possibilita reduzir ou simplificar o discurso.

4.2.1 COMPONENTES DA LÓGICA NARRATIVA

São três os tipos de componentes, conforme Charaudeau (2014), mas aqui, vamos nos a ter a dois deles: *actantes* e os *processos*. Os *actantes* “desempenham papéis relacionados à ação da qual dependem (2014, p.160)”. Portanto, são os seres envolvidos na história e que nela agem. Retomando nosso *corpus*, seriam as figuras públicas e políticas partícipes do contexto da narrativa. Assim, a então presidente Dilma Rousseff é a agente que executa e, às vezes, sofre a ação nas postagens selecionadas por este trabalho. Vamos à análise.

No Texto 1, Dilma Rousseff é a agente-desesperada que busca reunir forças e apoio para se manter no governo. Como sabemos, o pano de fundo real das postagens do *blog The piauí Herald* recortadas por este trabalho, é o processo de *impeachment* sofrido pela petista. Nessa postagem, a então presidente em um primeiro momento (já abatida) reconhece a derrota e busca ajuda para se manter, pelo menos, na cena política do país. Como vemos a seguir:

TEXTO 1

“Não tenho nada a oferecer em troca de apoio, nem mesmo vento estocado. Acabaram-se o PIB, a popularidade e a boca livre nas estatais. Por isso, ligue 0800 13 13 para me doar um cargo comissionado e 0800 13 15 para me doar uma diretoria numa estatal. Dê esperança a uma governante”, apelou, enquanto fuçava o bolso de uma calça guardada no fundo do armário. (*The piauí Herald*,

06/04/2016)

É válido afirmar que a configuração do sentido da trama narrativa do *blog* só pode ser compreendida se o leitor (ou o destinatário) entender também a ironia lançada. Como sabemos, o leitor deve convocar seus saberes de mundo para deixar-se levar pelo jogo quase lúdico e com o objetivo de fazer rir. Portanto, o jogo paródico-irônico emerge, nessa passagem, quando a fala fictícia da então presidente cita números de telefone, pelos quais deverão vir as “doações” para ajudá-la a se manter em Brasília.

É preciso destacar que o texto de partida que está sendo parodiado é o de programas televisivos que encampam campanhas para arrecadar fundos de assistência aos carentes. Um exemplo, e o mais famoso, é o “Criança Esperança”, da emissora Globo. O verbo “apelar”, conjugado em terceira pessoa, encerrando a frase, também não deve ser ignorado, pois ele revela e/ou ratifica um ser que está em agonia e disposto a fazer de tudo para conseguir seu objetivo. Na mesma postagem:

TEXTO 1

Em seguida, Dilma foi vista oferecendo vidas no *Candy Crush* e outros mimos em troca de votos contra o *impeachment*. “Ela me acenou com um Serenata de Amor, mas declinei. Eu merecia pelo menos um alfajor”, protestou o deputado Paulo Maluf. (*The piauí Herald*, 06/04/2016)

Neste segmento, a ex-presidente, contrariando a versão anterior, onde já desiste de se defender e busca apoio apenas para se manter em algum cargo importante, recorre à ajuda de possíveis aliados contra o *impeachment*. Nesse momento, surge um segundo actante, o deputado Paulo Maluf, que na notícia inventada, teria recebido um “afago” (o bombom), em troca de apoio da então presidente. Nessa passagem, fica claro o caráter quase lúdico da ironia: políticos discutindo apoio por meio de trocas de doces ou bombons. Como já dito, a ironia, além de fazer desmoronar textos sérios, com o auxílio da paródia, atua no sentido da transgressão. Antecipando a questão argumentativa, o *blog*

The piauí Herald sugere que as coisas de Brasília ou no Congresso Nacional são tratadas de maneira quase infantil, o que acaba por deixar distantes as questões e preocupações que, de fato, são importantes para o país. E mais, que talvez sejamos governados por pessoas imaturas e/ou mulheres incapazes.

O jogo paródico-irônico do *blog*, por meio da liberdade que tal empreitada possibilita, brinca e debocha das situações vividas pelas figuras públicas. Não podemos esquecer que o pano de fundo de tais notícias inventadas é baseado na vida real e/ou na narrativa de veículos de comunicação considerados sérios.

Assim, a paródia e a ironia fazem existir relações entre determinadas figuras públicas que na vida real, por meio do jornalismo sério, só aparece no campo da especulação. No Texto 5, abaixo transcrito, a relação entre uma presidente da República, prestes a ter o mandado cassado com um executivo de uma grande empreiteira do país, acusado de participar de um esquema de corrupção com o governo, é considerada como algo perfeitamente normal:

TEXTO 5

CURITIBA – Em sua delação premiada, Marcelo Odebrecht, ex-presidente do consórcio que administra a América Latina, vai dizer que sua participação na campanha de Dilma em 2014 não passou de uma Parceria Público-Privada. “Era uma parceria muito engraçada. Não tinha trust, não tinha nada. Qualquer um podia fazer doação, pois não tinha risco de delação”, explicou o empresário, à maneira poética de Michel Temer. (*The piauí Herald*, 21/06/2016)

Temos, portanto, Marcelo Odebrecht, agente cúmplice e actante principal da notícia, que apelida as relações escusas que mantinha com o governo de “Parceria Público-Privada⁵²”, aqui, um claro exemplo de ironia. É importante enfatizar que Dilma Rousseff embora continue a ser inserida como actante principal das tramas que envolvem o *impeachment* destacadas no *blog*, nessa postagem, deixa o lugar de coordenadora das ações a Marcelo Odebrecht.

⁵² São modelos de concessão entre o governo e a iniciativa privada. A lei que regular a prática foi instituída em 2004.

De toda forma, nosso interesse no presente trabalho continua sendo compreender o jogo narrativo em torno da ex-presidente Dilma Rousseff. Diante disso, optamos por convocar o *Questionário actancial* proposto por Charaudeau (2014), para analisar as cinco postagens do *The piauí Herald* e tentar, em seguida, elencar características atribuídas à Dilma Rousseff.

Charaudeau (2014) propõe tal questionário, que permite responder às questões que dizem respeito ao comportamento do agente na narrativa. Para tanto, o linguista classifica dois tipos de agentes: quem age e quem sofre a ação. Há ainda a especificação dos papéis entre aliado/oponente. E por fim, tipos de qualificação passando por positivas ou negativas.

Dito isso, vimos que em nosso *corpus* a então presidente Dilma Rousseff é revelada como actante principal (salvo no texto 5, como mostramos na página anterior). Estamos diante de uma personagem que no enredo do *blog* é proativa no sentido de se desvencilhar das acusações, com argumentos absurdos e/ou radicais para permanecer no governo. Seu papel narrativo é, na maioria das vezes, de vítima, que, ao mesmo tempo, busca negociar certa vantagem diante de seus pares e algozes. Podemos então, baseados em Charaudeau (*op.cit.*) considerar que o papel narrativo da actante principal é qualificado de maneira negativa, já que a Dilma Rousseff fictícia é sempre inserida num *éthos* de alguém que deseja se desvencilhar do *impeachment*, mas de maneira atabalhoada, radical e desesperada. Diante disso, o questionário actancial⁵³ pode ser lido da seguinte maneira:

Quadro 4 - Questionário actancial

Questionário actancial – Dilma Rousseff	
Como age	Busca se favorecer para angariar votos contra sua cassação, beneficiando terceiros. Age de maneira intencional;

⁵³ Baseado no Questionário Sobre Os Actantes Narrativos, de Patrick Charaudeau (2014, p.162).

Como sofre a ação	É afetada negativamente. Ora ela age contra o agressor, ora busca uma negociação;
Qual tipo de qualificação recebe	Qualificações negativas, como desonesta, inábil, infantil, imatura, oportunista

Outro componente destacado por Charaudeau (2014, p.160) na lógica narrativa são os *processos*, “que unem actantes entre si, dando uma orientação funcional à sua ação”. Isso pode ser visto no Texto 4, em que é revelada a ideia de Dilma Rousseff de “importar” senadores cubanos para conseguir votos necessários para afastá-la do *impeachment*. Podemos pensar que o processo pelo qual se dá a função narrativa é, justamente, pela convocação de ações anteriores (e verídicas). A nosso ver, e como já foi dito, o jogo paródico-irônico se dá pela transgressão do texto de partida da paródia que, em seguida, será reordenado, ganhando sentidos diferentes. Portanto, ao citar “senadores cubanos”, o *blog The piauí Herald* sinaliza para o seu leitor a chave para que o deboche faça sentido e ganhe tons cômicos. Portanto, podemos dizer que, se anteriormente, médicos cubanos vieram ao Brasil para ajudar o país a suprir uma carência de profissionais, agora, de acordo com o *blog*, chegou a vez dos senadores daquele país ajudarem a presidente a não ter o mandato cassado. É como se a então presidente quisesse algo em troca dos cubanos, já que em um passado recente ela havia auxiliado profissionais daquele país a conseguirem empregos no Brasil.

4.3 MODO DE ORGANIZAÇÃO ARGUMENTATIVO & ANÁLISE CORPUS

A instância argumentativa opera de forma mais complexa que a narrativa. Enquanto que os atos de descrever e de narrar são sustentados por uma dada realidade, portanto, tangível ou acessível, o ato de argumentar “está em contato apenas com um saber que tenta levar em conta a experiência humana, através

de certas operações do pensamento” (CHARAUDEAU, 2014, p. 201). Ainda conforme o linguista, a complexidade do modo argumentativo recai também na possibilidade de que um argumento pode ser invalidado, algo que não ocorre com o ato narrativo. Toda essa complexidade em torno do termo argumentação, diz Charaudeau (2014), pode ser explicada pelo grande número de definições que a acompanharam ao longo dos tempos, desde a retórica dos antigos. Em verbete sobre a *Argumentação*, localizado no *Dicionário de Análise do Discurso* (CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2012, p.52), Plantin também diz que esta já era presente na concepção antiga da retórica.

Os gregos, conforme Charaudeau (2014), entendiam a argumentação de duas formas: por um lado, a partir da lógica do raciocínio, que seria livre das artimanhas da psicologia humana, e que resultaria em algo no estado “puro” e o mais próximo da verdade; e, por outro lado, a partir de técnicas pelas quais as pessoas poderiam influenciar as outras, no sentido de comovê-las e captá-las, a persuasão. Resumindo: de um lado, a razão e de outro, a emoção⁵⁴.

Estudiosos do século XX se debruçaram sobre a argumentação, a partir da distinção feita pelos gregos⁵⁵. Dito isso, para o presente trabalho é válido destacar, conforme Charaudeau (2014, p.204), que o “aspecto argumentativo de um discurso encontra-se frequentemente no que está implícito”, dessa forma, a argumentação não se restringe a certa sequência de frases ligadas por conectores lógicos. Os sentidos acionados a partir dos enunciados não cabem ou não são inscritos apenas no *ipsis litteris* do que está sendo mostrado.

Retomando nosso *corpus*, parece-nos que os textos do *blog The piauí Herald* revelam visadas argumentativas. Afinal como diz Machado (2014), “a

⁵⁴ No *Dicionário de Análise do Discurso* (CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2012, p.52), Plantin lembra que a argumentação que havia enfrentado certo descrédito diante do “cientificismo”, ganha novamente notoriedade no século XX, “a partir dos estudos de Perelman e Olbrechts-Tyteca (1970), Toulmin (1958), Hamblin (1970), assim como os de Grize e Ducrot nos anos 70” (*Ib.*).

⁵⁵ Charaudeau (2014) cita Ducrot para quem o estudo do raciocínio linguístico e o da argumentação são colocados em lados opostos. Enquanto o primeiro opera no sentido de confrontar as linguagens formais, o segundo tem o objetivo de orientar “a sequência do discurso”, representando assim uma maneira de agir sobre o outro. Já J.B. Grize, conforme o linguista, “opõe argumentação a demonstração: esta última não deve levar em conta a situação concreta (...) do sujeito que raciocina (...), e daquele aos quais este se dirige” (CHARAUDEAU, 2014, p.202). Para Grize, a demonstração se presta mais a uma formalização, já a argumentação se liga ao contexto de comunicação, obedecendo ao que o autor chama de “lógica natural”.

ironia busca caminhos nada convencionais para estabelecer um equilíbrio entre o *éthos* atual e o *éthos* passado de quem se conta”. Em nosso caso, o *éthos* de Dilma Rousseff, figura pública, é, no *blog*, inserido em um terreno lúdico, absurdo e pitoresco, contudo, ele (o *éthos*) não deve se afastar completamente da imagem de Dilma construída pela mídia convencional que, em tese, opera no sentido de reportar fatos fieis à realidade. O “equilíbrio”, como nos diz a linguista supracitada, portanto, seria necessário para que a ironia faça sentido para quem com ela se depara.

O campo da argumentação é vasto. Diante disso, e até por limitações de espaço, acreditamos que seja válido seguir o nosso percurso de análise do *corpus*. Por meio dos estudos de Charaudeau (2014) e de seu Modo de Organização Argumentativo, prosseguimos agora com a análise das postagens do *blog The piauí Herald*. A seguir, traçaremos a mecânica não só de como a argumentação é forjada, mas de como ela aparece e, ao mesmo tempo, gera sentidos durante a leitura das postagens do *blog*.

4.3.1 A ENCENAÇÃO ARGUMENTATIVA

Para inserirmos o *blog The piauí Herald* em uma visada argumentativa é importante, conforme os estudos de Charaudeau (2014), que o coloquemos numa perspectiva de dispositivo argumentativo. Para tanto, vale a pergunta: será que o *blog* em análise se encaixaria nesse enquadramento? De acordo com o linguista francês, a definição de um dispositivo argumentativo deve ser assim composta: *Proposta, Proposição e Persuasão*, que diga-se de passagem, podem se mesclar durante a argumentação propriamente dita. Assim, destacado o dispositivo, devem ser observadas as seguintes características:

- sua encenação pode ser feita através de configurações diversas que dependem do contrato de fala que liga os parceiros da comunicação;
- o sujeito, que se encontra no centro desse dispositivo, é instado a tomar posição com relação ao quadro e ao desenvolvimento da argumentação
- para justificar a posição tomada ao longo da argumentação, e para atingir da melhor maneira possível seu objetivo de persuasão, o sujeito que argumenta utilizará determinados

procedimentos: semânticos, discursivos e de composição.
(CHARAUDEAU, 2014, p.221)

Vamos à análise. Neste fragmento do Texto 4, temos:

TEXTO 4

SIERRA MAESTRA – Pessimista com a votação no Senado, a (ainda) presidente Dilma Rousseff tomou atitudes drásticas para conter o *impeachment*. “Acabo de assinar uma medida provisória que autoriza a importação de 300 senadores cubanos. Eles permanecerão no Brasil até o final do mês e serão imediatamente integrados ao sistema de votação da Casa”, explicou. “Ficarão todos hospedados aqui no Palácio da Alvorada.” (*The piauí Herald*, 04/05/2016)

Conforme Charaudeau (2014), a “proposta” corresponde também à tese. Além disso, ela (a proposta sobre o mundo) aparece quando uma asserção é colocada em relação com uma outra, de maneira explícita ou implícita. No trecho acima, portanto, é o jogo paródico-irônico que atua no sentido de projetar dois mundos distintos, porém não indissociáveis: o mundo real e o fictício.

Assim, a visada argumentativa surge quando a ex-presidente Dilma é, na trama, alguém que usa de seu poder de mandatária do país para “importar” políticos cubanos. A ideia é que estes votem contra a sua cassação (já que os conterrâneos não estavam dispostos a ajudá-la). Estão, portanto, colocadas duas visadas de mundo, uma explícita e outra implícita. A primeira, na narrativa, diz respeito ao ato de uma presidente de convocar políticos de outro país para atuarem no Congresso Nacional, e a segunda, a implícita, revela que tal ato se caracteriza pelo seu absurdo, prática impossível de ser feita em qualquer nação. É nessa distinção que emerge a argumentação, onde é possível lançar hipóteses sobre a sanidade da presidente ou a maturidade da mesma.

Ainda a partir do trecho em destaque, podemos descrevê-lo a partir de um dos modos de raciocínio⁵⁶ que Charaudeau (2014) convoca para que compreendamos os mecanismos da lógica argumentativa. No caso, optamos por destacar a “dedução”, que possibilita alcançar uma conclusão que “representa a sequência, o resultado, o efeito, em resumo, a consequência mental (mesmo que esta se baseie na experiência dos fatos) da tomada em consideração de A1, através de uma inferência” (Charaudeau, 2014, p.214). Entre os tipos de dedução, destacamos aquela por silogismo, logo:

Quadro 5 - Quadro Dedução por Silogismo

(1) (**Se**) não consigo votos no Brasil
(2) (e **se**) Cuba é um país “amigo”
(3) (**então, portanto**) posso contar com a ajuda dos cubanos para obter votos

Ao tornar possível, pelo menos no enredo na “notícia”, a medida de convocar políticos de outro país para trabalhar em prol do governo brasileiro, os produtores do *blog* parecem em um primeiro momento brincar com algo sério, mas, em um segundo momento, lançar certo argumento em torno da então (real) presidente Dilma Rousseff. Como já dito, há por trás de cada postagem a intenção irônica, espécie de combustível da paródia. Dessa forma, parece que o *blog* age no sentido de ironizar a situação da presidente que estava prestes a perder o mandato. A escolha do país cubano para fazer parte do enredo fictício não parece ter sido aleatória. Além de já mencionado anteriormente o fato de que médicos daquele país participaram de um programa no Brasil, Cuba, historicamente, sempre foi uma nação “amiga” do Partido dos Trabalhadores e

⁵⁶ Charaudeau (2014) destaca cinco modos de raciocínio que fazem parte da lógica argumentativa. São eles: a dedução (silogismo, pragmática e condicional); a explicação (silogismo, pragmática, cálculo e hipotética); a associação (pelos dos contrários e do idêntico); a escolha alternativa (pela incompatibilidade, escolha entre positivo/negativo, escolha entre duas negativas e escolha entre duas positivas) e, por fim, a concessão restritiva.

de seu presidente de honra, Luiz Inácio Lula da Silva. Então, uma leitura possível de tal “notícia paródica” é que só restaria o auxílio de Cuba (de Fidel Castro) para Dilma se livrar de uma cassação. Dessa forma, a presidente, reafirmamos, pelo menos na trama do *blog*, é uma presidente desesperada e pronta para cometer insanidades.

E as insanidades continuam como marcas do *éthos* da presidente Dilma Rousseff em outras postagens do *blog*. A seguir, nos trechos do Texto 2 temos:

TEXTO 2

(...) “Durante mais de 10 anos de investimentos seletivos, recorremos à lei para angariar o apoio de Chico Buarque, que estava quebrado, coitado, e agora contamos com a adesão dos meninos do Porta dos Fundos. Mas não é suficiente”, explicou a presidente.

O Ministério da Cultura pretende expandir os fartos recursos da Rouanet aos deputados de oposição que virarem a casaca e declararem voto contra o impeachment. “Distribuiremos verbas para poesia à moda peemedebista, filmes bíblicos, documentários sobre os benefícios dos agrotóxicos, peças de teatro enaltecendo a Polícia Militar, turnês do Lobão e até um *songbook* com as melhores canções de Roberto Jefferson”, detalhou o ministro Juca Ferreira. (*The piauí Herald*, 15/04, 2016)

Dilma Rousseff, na trama do *blog*, confessa o apoio “seletivo” dado a partir da lei de incentivo cultural, Rouanet. Aliás, ela não só reconhece o ato condenável, mas revela que não foi suficiente para lhe conferir certo *status* de intocável. Portanto, teria que expandir os benefícios aos deputados da oposição, que tendem a não ajudá-la no processo de *impeachment*. É a conhecida troca de favores no campo político que está em destaque no enredo fictício do *blog*. No entanto, a diferença é que tal situação, jamais seria admitida pelos envolvidos na mídia dita séria. Em outras palavras, o jogo paródico-irônico acontece no sentido de que uma presidente do Brasil ou de qualquer outro país,

em condições normais, não se indisporia com a imprensa e, conseqüentemente, com a opinião pública, ao revelar algo que lhe condenaria.

Como já dito, a ironia permite se fazer afirmações que normalmente não poderiam ser feitas. É o que o *blog The piauí Herald* parece fazer. Ele brinca com o imaginário de que políticos são mesquinhos, malandros e parciais, atributos que não escapariam também do modo de ser de Dilma Rousseff.

A nosso ver, Charaudeau (2014) destaca outro componente importante e que afeta a nossa análise. Trata-se dos “procedimentos semânticos”, que são aqueles usados em um ato de argumentação e compartilhados socialmente como positivos, em determinados “domínio de avaliação”. Olhando para o nosso *corpus*, podemos dizer que o argumento se faz presente quando, Dilma Rousseff e os outros actantes que participam das tramas produzidas pelo *blog* – todos políticos – são inseridos em um imaginário no qual valores como ética, justiça, honestidade e o compromisso com o bem público são esvaziados. Nesse caso, os procedimentos semânticos são utilizados no domínio da política (ou da ética).

A seguir, neste fragmento do Texto 5 temos:

TEXTO 5

Em nota, Dilma elogiou a parceria com Marcelo Odebrecht: “Sempre à frente de seu tempo, o PT, em cooperação com os empreiteiros, desenvolveu uma sofisticada engenharia para estocar caixa 2” (The piauí Herald, 21/06/2016)

Percebe-se, portanto, que o argumento no jogo paródico-irônico acontece pelas vias do deboche, em que a presidente Dilma Rousseff mostrada é uma personagem que fala abertamente sobre as negociatas, troca de favores entre outras atitudes assumidas como se fossem normais ou justificáveis. Podemos supor que ao tocar em valores compartilhados pela sociedade como imprescindíveis no ambiente político – e não respeitados pelos próprios políticos, segundo o *piauí Herald* –, o *blog* pode conquistar leitores que têm a mesma opinião, qual seja, a de que o ambiente político é sujo, traiçoeiro e onde impera a malandragem.

CONCLUSÃO

Ao final deste trabalho vimos que o *blog The piauí Herald*, nas postagens analisadas, produz as suas “notícias” tendo como pano de fundo o imaginário que paira sobre a classe política brasileira. Sabemos que partidos políticos e os atores eleitos e que representam a sociedade nos poderes executivo e legislativo andam desacreditados há muito tempo. Não são poucas as charges ou caricaturas de jornais e revistas do país que brincam e/ou satirizam vereadores, prefeitos, governadores, deputados, senadores e presidentes. Da mesma forma, tais piadas caem no gosto do público, já que este reconhece que, apesar de os enunciados ou imagens estarem no terreno do lúdico, são baseados em uma dada realidade.

Desta forma, a paródia-irônica, peça chave do mecanismo de construção dos textos do *blog*, opera no sentido de imitar a realidade exibida nos meios de comunicação tidos como sérios, mas de maneira mais exacerbada e caricatural. Ouve-se e lê-se sobre determinadas atitudes e comportamento de políticos em jornais, revistas e portais de notícias da *internet*, mas em nenhum desses espaços são lidas falas ou explicações que desnudam os bastidores da política da maneira como o faz o *blog*. Em um dos textos analisados, por exemplo, a então presidente Dilma Rousseff, em meio ao processo de *impeachment*, confessa que quer buscar apoio, por meio de troca de favores. Em outro, admite a mal fadada atitude de fazer o famigerado *caixa dois*. Ora, sabemos que os políticos são espertos e perspicazes, portanto, em condições normais, não confessariam crimes ou desvios de comportamento na mídia. Desse modo, o *blog The piauí Herald* parece propor uma nova realidade, onde as relações escusas no ambiente político são escancaradas.

Tal situação de comunicação nos faz lembrar da discussão proposta por Emediato (2016), na obra *Análises do Discurso Político*. Em artigo de sua autoria, o linguista atenta para o conceito de mentira no mundo político que, como ele mesmo reconhece, é delicado, uma vez que “no domínio político, as bases são ideológicas, o que torna as verdades discursivas e retóricas” (EMEDIATO, 2016, p.17). Diante da reflexão do referido pesquisador, podemos

problematizar e refletir sobre o *modus operandi* do *blog The piauí Herald*, que escolhe justamente o universo político para ser o alvo de seus deboches e sarcasmos. Podemos fazer a leitura de que o *blog* ao desfilar mentiras sobre personagens políticos estaria, porque não, criticando o modo de fazer política dos mesmos que, como o censo comum projeta, seria envolto em mentiras e falsidades.

Por meio da análise das postagens, podemos refletir ainda sobre a maneira como a presidente Dilma Rousseff foi projetada nas narrativas fictícias. Além de demonstrar desespero por conta da iminente cassação, a mais importante representante do país era também inábil com a política, imatura e, às vezes, insana. É a ironia, no entanto, que possibilita tais inferências. Como já dito anteriormente, enunciados podem ser emitidos em forma de piadas ou caracterizados como lúdico, entretanto, por trás deles, a intenção irônica pode revelar argumentos machistas e/ou reacionários.

Por isso, entendemos que há argumentos ou intenção de argumentar nas postagens analisadas. Acreditamos que a maneira pela qual a ex-presidente é descrita nas narrativas não foi escolhida aleatoriamente pelo *blog*. Como já mencionado, as “notícias” foram produzidas tendo como pano de fundo o imaginário sociodiscursivo, que vai conferindo sentido às paródias. Assim, percebemos que há nelas um *princípio da influência* a funcionar e que, como diz Emediato (2001, p. 157), tem por objetivo “elaborar um discurso capaz de não só elaborar as crenças de um auditório, como também de fazê-lo aderir as teses que lhe são apresentadas”.

Dito isso, é válido afirmar, a partir da análise, que o *blog The piauí Herald* exige que seus leitores tenham um repertório aprofundado, no caso, tenham uma carga de saberes sobre a cena política do país. Sem esses pré-conhecimentos, a ironia não faria sentido e a paródia seria considerada como o retrato da verdade. Ora, no universo do humor isso não pode acontecer.

Aliás, trata-se de um humor, digamos, sofisticado, que convoca situações relatadas pela mídia convencional e que passam a ser partícipes do mundo absurdo do *blog*. É como se fosse um jogo, no qual, a todo o momento, o leitor deve estar atento ao enunciado fictício do *blog* e, ao mesmo tempo, ao relato ou a associação do passado que fará sentido com a brincadeira lançada no

presente. Lembremo-nos que o objetivo do *blog* é despertar no leitor o riso. Se este acontecer aí teremos o sinal de que o contrato de comunicação entre o *blog* e seu leitor teria sido afiançado.

Até o presente momento, são poucos os trabalhos, na área da AD de tendência francesa que têm como alvo *sites*, *blogs* ou outras plataformas midiáticas que produzem “notícias” inventadas. Acreditamos que por isso, tais abordagens já apontam para um possível desdobramento desta pesquisa. O caráter icônico do *corpus*, as fotos que acompanham os textos, não foram por nós trabalhados, por acharmos que tal empreitada mereceria quase que um trabalho à parte. No entanto, durante nossa breve análise foi possível percebermos o potencial de uma futura pesquisa que trabalhe, discursivamente, com as fotos (ou com algumas fotomontagens) das postagens.

Acreditamos, ainda, que os estudos de jornalismo, cuja atividade vem enfrentando importantes transformações, também devem demonstrar maior atenção a tais iniciativas. Durante a produção desta pesquisa começaram a surgir algumas questões que podem ser problematizadas em futuros trabalhos tais como: *-É possível se informar lendo “notícias” fictícias? -Quais são os sentidos acionados e criados a partir de tais textos? -O jornalismo, tal qual nós conhecemos, não teria também, de alguma forma, as aspectos ficcionais?*

Deixamos essas sugestões para a continuação dessa pesquisa ou para outros trabalhos envolvendo o real e a ficção na notícia jornalística, ou então para o estudo da ironia que pode estar “colada” à maneira de escrever ou de se exprimir de certos jornalistas.

REFERÊNCIAS

ADER, Basile. *Les "lois du genre" du discours humoristique*. In: CHARAUDEAU, Patrick (org.). *Humor et engagement politique*. Limoges: Lambert-Lucas, 2015, p.183-195

ARISTOTELES. *As partes dos animais* – Tradução Maria de Fátima Sousa e Silva (Centro de Estudos Clássicos e Humanísticos da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra) – Centro de Filosofia da Universidade de Lisboa/Imprensa Nacional/Casa da Moeda da Lisboa, 2010.

_____. *Retórica – Obras Completas*. Edição Imprensa Nacional – Casa da Moeda, 2005.

ASSIS, Francisco de. *Jornalismo Diversional: Função, Contornos e Práticas na imprensa brasileira*. Tese. São Bernardo do Campo: Faculdade de Comunicação da Universidade Metodista de São Paulo, 2014.

BAKHTIN, Mikhail. *A cultura popular na Idade Média e no Renascimento: o contexto de François Rabelais*. São Paulo: Editora Hucitec, 2010.

BARBARA, Vanessa. *Bom dia, Meu nome é Sheila*. Disponível em <http://piaui.folha.uol.com.br/materia/bom-dia-meu-nome-e-sheila/>. Acesso em 17 de jan.2018.

BERGER, Christa; ALMEIDA, Charles Florczak. *Notícias do Brasil: o jornalismo e o tempo presente*. In: *Jornalismo, cultura e sociedade. Visões do Brasil contemporâneo*. FREIRE FILHO, João; COELHO, Maria das Graças Pinto (org.). Porto Alegre: Sulina, 2004

BERGSON, Henri. *O Riso. Ensaio sobre o significado do cômico*. Rio de Janeiro: Zahar, 1980

BRAIT, Beth. *Ironia em perspectiva polifônica*. Campinas: editora Unicamp, 2008

CAMPOS, Rafael. *O humor no contrato de leitura do Blog The piauí Herald*. Belo Horizonte: Monografia da especialização Processos Comunicativos e Dispositivos Midiáticos, Fafich, 2012.

CARVALHO, Carlos Alberto de. *Discurso, argumentação e produção de sentido no jornalismo*. in: CARVALHO, Carlos Alberto de; BRUCK, Mozahir Salomão (Orgs.). *Jornalismo: Cenários e Encenações*. São Paulo: Intermeios, 2012, p. 79-102.

CHARAUDEAU, Patrick. *Linguagem e discurso: modos de organização*. Coordenação da equipe de tradução: Ângela M.S. Corrêa & Ida Lucia Machado. São Paulo: Contexto, 2014.

_____ ; Maingueneau, Dominique. *Dicionário de Análise do Discurso*. São Paulo: Contexto, 2012

_____ ; *Discurso Político*. São Paulo: Contexto, 2006

_____ ; *Discurso das Mídias*. São Paulo: Contexto, 2006

DUCROT, Oswald. *Princípios de semântica linguística – Dizer e não dizer*, São Paulo: Cultrix, 1977

EMEDIATO, Wander. *Retórica, Argumentação e Discurso*. In: MARI, H.et.al. *Análise do Discurso: Fundamentos e Práticas*. Belo Horizonte: Núcleo de Análise do Discurso. Fale UFMG/2001

_____. *Dimensões e Faces da Mentira no Discurso Político*. In: EMEDIATO, Wander (org.). *Análise do discurso político*. Belo Horizonte: Núcleo de Análise do Discurso, Programa de Pós-Graduação em Estudos Linguísticos, Faculdade de Letras da UFMG, 2016, p.14-49.

FREUD, Sigmund, 1856-1939. *Obras completas, volume 7: O chiste e sua relação com o inconsciente (1905) / Sigmund Freud*; tradução Fernando Costa Mattos e Paulo César de Souza. 1ª Ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2017

FILGUEIRAS, Mariana. *É tudo mentira*. Site *O Globo*. Disponível em <https://oglobo.globo.com/sociedade/tecnologia/e-tudo-mentira-4707979>. Acesso em 10 set.2017

GERSON, Deborah Cattani; DORNELLES, Beatriz. *The i-Piauí Herald e o caso Cachoeira: um estudo sobre falso noticiário*. In: Revista do Programa de Pós Graduação em Comunicação da Universidade Federal da Paraíba, 2012. Disponível em <http://periodicos.ufpb.br/index.php/cm/article/view/14328/8195> Acesso em 11 de abril de 2017

GUIMARÃES, César. Apresentação: *O ordinário e o extraordinário das narrativas*. In: *Na mídia, na rua: narrativas do cotidiano*. GUIMARÃES, César; FRANÇA, Vera (org.), Belo Horizonte: Autêntica, 2006, p. 08-18.

LAGE, Nilson. *A Estrutura da notícia*. São Paulo: Ática, 1987.

MACHADO, Ida Lucia. *Parodie et discours*. Paris: L'Harmattan, 2013

_____. *A paródia vista sob a luz da análise do discurso*. In: MARI, H. et al (org.). *Fundamentos e dimensões da Análise do Discurso*. Belo Horizonte: Carol Borges – Núcleo de Análise do Discurso FALE-UFMG, 1999.

_____. *Parodie, ironie et sémiolinguistique*. In: *Le Langage et l'Homme*, vol. XXXXII, nº 2, Bélgica, 2007

_____. *A ironia como estratégia comunicativa e argumentativa*. In: *Bakhtiniana*, São Paulo, Número 9 (1): 108-128, Jan./Jul. 2014.

_____. *Essai d'analyse du fonctionnement de l'ironie comme élément de communication*. Thèse Doctorat ès Lettres – Université de Toulouse II, Toulouse, França, 1988, 367p.

_____.; MELLO, Renato de. (orgs.). *Gêneros: reflexões em análise do discurso*. Belo Horizonte: NAD/POSLIN/ FALE-UFMG, 2004.

MARQUES DE MELO, José. *Jornalismo Opinativo: Gênero opinativo no jornalismo brasileiro*. Campos do Jordão: Mantiqueira, 2003

MARQUES DE MELO, José; ASSIS, Francisco de. *Gêneros e formatos jornalísticos: um modelo classificatório*. São Paulo: Intercom, 2016

MARTINS, A. L. *Imprensa em tempos de Império*. In: MARTINS, A. L.; LUCA, T. R. (orgs) *História da imprensa no Brasil*. São Paulo: Contexto, 2008. p. 45-80.

MEDINA, Leonardo Cezar Correa. *Transgredindo o discurso jornalístico: a paródia nas reportagens de Ernesto Varela*. Dissertação. Belo Horizonte: PosLin/Fale/UFMG, 2012.

MEDITSCH, Eduardo; SCHWAAB, Reges. *Jornalismo*. In: CITELLI, Adilson. et al. Dicionário de comunicação: escolas, teorias e autores. São Paulo: Contexto, 2014.

MELO, Bianca Magela de. *Jornalismo e humor: considerações sobre a esquina da Revista Piauí*. In: LEAL, Bruno Souza, Org.; CARVALHO, Carlos Alberto de, Org. Narrativas e poéticas midiáticas: estudos e perspectivas. São Paulo: Intermeios, 2013.

KERBRAT-ORECCHIONI, Catherine. *Humour et ironie dans le débat Hollande-Sarkozy de l'entre-deux-tours des élections présidentielles*. In: Langage et société 2013/4 (N° 146), p. 49-69.

POSSENTI, Sírio. *Os humores da língua: análises linguísticas de piadas*. Campinas: Mercado de Letras, 1998

SILVA, Terezinha; FRANÇA, Vera. *Jornalismo, noticiabilidade e valores sociais*. In: Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação. Compós, Brasília, 2017. Disponível em <http://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/1398/948> Acesso em 02 de janeiro de 2018

SKINNER, Quentin. *Hobbes e a Teoria Clássica do Rio*. São Leopoldo: Unisinos, 2004

TRAQUINA, Nelson. *Teorias do jornalismo – Porque as notícias são como são*. Florianópolis: Insular, 2 ed, 2005.

ZAGO, Gabriela da Siva. *Dos blogs aos microblogs: aspectos históricos, formatos e características*. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/zago-gabriela-dos-blogs-aos-microblogs.pdf> Acesso em 05 de junho de 2017

REFERÊNCIAS DO CORPUS

TEXTO 1

<https://piaui.folha.uol.com.br/herald/2016/04/06/dilma-troca-vidas-no-candy-crush-por-votos-contr-o-impeachment/>

TEXTO 2

<http://piaui.folha.uol.com.br/herald/2016/04/15/dilma-captara-apoio-politico-via-lei-rouanet/>

TEXTO 3

<http://piaui.folha.uol.com.br/herald/2016/05/03/inspirada-pelos-estudantes-dilma-ocupa-o-palacio-do-planalto/>

TEXTO 4

<https://piaui.folha.uol.com.br/herald/2016/05/04/dilma-importa-300-senadores-cubano>

TEXTO 5

<http://piaui.folha.uol.com.br/herald/2016/06/21/marcelo-odebrecht-dira-que-campanha-de-dilma-em-2014-foi-parceria-publico-privada/>

SITES

MANUAL DE REDAÇÃO DO JORNAL O ESTADO DE SÃO PAULO. Disponível em <http://www.estadao.com.br/manualredacao/gerais>. Acesso em 24 de junho de 2017

TV TRIP. Disponível em https://www.youtube.com/watch?time_continue=302&v=7IKz8XhyB2w Acesso em 10 de abril de 2017

PROGRAMA SEMPRE UM PAPO. Entrevista de João Moreila Salles. Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=P8V5QnHAlmo> Acesso em 10 de maio de 2017

ANEXOS

(TEXTO 1)

Dilma troca vidas no Candy Crush por votos contra o impeachment

06abr2016_19h20

FOLHA DE SPALHO Opinião Política Mundo Economia Cotidiana Esporte Cultura P5

piauí INÍCIO ASSINE

The piauí Herald

Dilma troca vidas no Candy Crush por votos contra o impeachment

06abr2016_19h20

f t



FIM DO TÚNEL – A ainda presidente Dilma Rousseff lançou hoje uma campanha para arrecadar recursos às vítimas do impeachment. “Não tenho nada a oferecer em troca de apoio, nem mesmo vento estocado. Acabaram-se o PIB, a popularidade e a boca livre nas estatais. Por isso, ligue 0800 13 13 para me doar um cargo comissionado e 0800 13 15 para me doar uma diretoria numa estatal. Dê esperança a uma governante”, apelou, enquanto fazia o bolso de uma calça guardada no fundo do armário.

Em seguida, Dilma foi vista oferecendo vidas no Candy Crush e outros mimos em troca de votos contra o impeachment. “Ela me acenou com um Serenata de Amor, mas declinei. Eu merecia pelo menos um altaje”, protestou o deputado Paulo Maluf. O ministro Jaques Wagner separou como oferendas pôsteres de Wagner Moura, manuscritos de Leticia Sabatella e DVDs de Antonio Pitanga recitando poemas de Elisa Lucinda. “Vamos reverter esse quadro”, declarou, otimista.

No final da tarde, o governo anunciou que seis partidos nômicos entraram para a base aliada em troca de paletas mexicanas.

(TEXTO 2)

Dilma captará apoio político via Lei Rouanet

15abr2016_15h07

FOLHA DE S. PAULO Opinião Política Mundo Economia Colômbia Esportes Cultura PS

piauí INICIO ASSINE

The piauí Herald

Dilma captará apoio político via Lei Rouanet

15abr2016_15h07

f t e



BYE BYE BRASIL – Acossada pelo impeachment, Dilma Rousseff decidiu fazer uso da Lei Rouanet para captar os votos necessários à manutenção de seu mandato. “Durante mais de 10 anos de investimentos seletivos, recorremos à lei para angariar o apoio de Chico Buarque, que estava quebrado, coitado, e agora contamos com a adesão dos meninos do Porta dos Fundos. Mas não é suficiente”, explicou a presidente.

O Ministério da Cultura pretende expandir os fartos recursos da Rouanet aos deputados de oposição que virarem a casaca e declararem voto contra o impeachment. “Distribuiremos verbas para poesia à moda peemedebista, filmes bíblicos, documentários sobre os benefícios dos agrotóxicos, peças de teatro enaltecendo a Polícia Militar, turnês do Lobão e até um songbook com as melhores canções de Roberto Jefferson”, detalhou o ministro Juca Ferreira.

Em outro aceno de reconciliação com o PMDB, o Minc também financiará um projeto multimídia em que Maria Bethânia lerá os poemas de Michel Temer.

(TEXTO 3)

Inspirada pelos estudantes, Dilma ocupa o Palácio do Planalto

03maio2016_19h11

FOHIA DE S.PAULO Opinião Política Mundo Economia Cotidiano Esports Cultura #5

plauí INICIO ASSINE

The **plauí** Herald

Inspirada pelos estudantes, Dilma ocupa o Palácio do Planalto

03maio2016_19h11

f t e



REFETTORIO - Alinhada com a movimentação dos estudantes das redes estaduais de São Paulo e do Rio de Janeiro, Dilma Rousseff trançou os acessos ao Palácio do Planalto. "Minha meta é a seguinte: só saio daqui quando a Tropa de Choque me tirar ou quando a Marisa Monte vier fazer um show para mim e para os ministros que sobraram", bradou a presidente em cima de sua mesa. Dilma estocou comida, bebida e vento suficientes para completar seu mandato trancafiada em seu gabinete. "Agora que o ZapZap voltou, consigo definir os rumos da Nação sem sair daqui", postou.

Aos gritos de "ocupar e resistir", Dilma puxou um coro: "De agora em diante", bradou a resistente mandataria. "De agora em diante", repetiram Aécio Mercadante, Jacques Wagner e Lindberg Farias. "Só entra a Midia Ninja", completou a presidente, devidamente replicada pelo síquiti. Em seguida, Lindberg foi suspenso pela coordenação por se envolver numa briga no pátio com o valentão Ronaldo Caiado.

Em represália, Michel Temer anunciou Fernando Capez para o Ministério da Educação.

(TEXTO 4)

Dilma importa 300 senadores cubanos

04maio2016_14h22

FOLHA DE S. PAULO Opinião Política Mundo Economia Cotidiana Esporte Cultura #5 Assinar


plauí INICIO ASSINE

The plauí Herald

Dilma importa 300 senadores cubanos

04maio2016_14h22

f t



SIERRA MAESTRA – Pessimista com a votação no Senado, a (ainda) presidente Dilma Rousseff tomou atitudes drásticas para conter o impeachment. “Acabo de assinar uma medida provisória que autoriza a importação de 300 senadores cubanos. Eles permanecerão no Brasil até o final do mês e serão imediatamente integrados ao sistema de votação da Casa”, explicou. “Ficarão todos hospedados aqui no Palácio da Alvorada.”

Confrontada com a informação de que o sistema político cubano é unicameral e, portanto, não possui senadores, Dilma anunciou a criação do programa Mais Débitos: “Faremos um aporte de 332 bilhões de reais para – com a ajuda da Odebrecht – construir um Centro de Treinamento que dará todas as ferramentas a qualquer parlamentar cubano que almeje conquistar uma vaga no Senado brasileiro”.

A presidente anunciou também a criação dos programas Minha Causa Minha Vida e Mandato para Todos. “Eu tô saudando a democracia”, concluiu.

(TEXTO 5)

Marcelo Odebrecht dirá que campanha de Dilma em 2014 foi Parceria Público-Privada
21jun2016_19h33

The screenshot shows the top navigation bar of the 'FOLHA DE S. PAULO' website. It includes a search bar, a 'Assine a Folha' button, and a 'piauí' logo with 'INICIO' and 'ASSINE' buttons. The main header features the title 'The piauí Herald'. The article title is 'Marcelo Odebrecht dirá que campanha de Dilma em 2014 foi Parceria Público-Privada', dated '21jun2016_19h33'. Below the title are social media sharing icons for Facebook, Twitter, and Email. The article text begins with a quote from Marcelo Odebrecht in Curitiba, where he states that his participation in Dilma's 2014 campaign was a Public-Private Partnership (PPP). He describes it as a 'very grateful partnership' without a trust, and notes that 'anyone could make a donation, as there was no risk of disclosure'. He compares this to Michel Temer's poetic style. The text continues with details from Odebrecht's testimony, mentioning his role in building 'House of Cards' in Brazil and Dilma's campaign, and his use of innovative technology to replace reinforced concrete. He concludes by stating that the world knows the 'armatures of Aécio', which were completed mysteriously. The article ends with a note from Dilma praising the partnership with Odebrecht, stating that 'Always in front of its time, the PT, in cooperation with the contractors, developed a sophisticated engineering to stockpile boxes 2'.