

O CONHECIMENTO PRÉVIO (OU MEMÓRIA) NAS CONSTRUÇÕES CÔMICAS DAS DESNOTÍCIAS DO BLOG THE PIAUÍ HERALD

Filipo Pires FIGUEIRA
Orientador: Prof. Dr. Sírio Possenti

Resumo: A proposta do presente trabalho é apresentar um esboço de análise inicial do corpus da pesquisa que visa descrever o funcionamento humorístico discursivo das desnotícias publicadas no blog the Piauí Herald. Assumindo o caráter paródico do gênero em questão, que se constrói a partir da intertextualidade e da divergência com textos típicos do jornalismo, a característica inicial a ser analisada foi a noção de Conhecimento Prévio ou de memória, conforme a teoria. Neste trabalho, busca-se demonstrar como este mecanismo, aliado a outras técnicas humorísticas, se fundamenta na retomada de acontecimentos contemporâneos à publicação dos textos no blog. A análise torna evidente que o Conhecimento Prévio não é apenas uma das técnicas da construção do cômico, mas a principal delas, pois é seminal na construção dos ditos engraçados e exige do leitor que reconheça as referências reformuladas.

Palavras-chave: Análise do Discurso; Humor; Desnotícia; Paródia.

CONSIDERAÇÕES INICIAIS

No texto que segue, analisaremos trechos de três *desnotícias*¹ publicadas no site The Piauí Herald (seção do site da revista Piauí), sendo elas *José Serra elogia olheiras de Dilma*², *Citando dom da multiplicação de cargos, PMDB exige Medalha Fields*³, e *Padilha estuda importar eleitores cubanos*⁴, que consideramos bastante exemplares das características de tal gênero. Uma primeira observação a ser feita é que, como ficará claro, as desnotícias não são notícias, mesmo que seus textos – seja no estilo, temática ou

¹ Desnotícia é um gênero discursivo originalmente virtual, humorístico, que parodia o gênero notícia, por meio da fabricação de notícias falsas e, muitas vezes, absurdas.

² <http://revistapiaui.estadao.com.br/blogs/herald/alem/jose-serra-elogia-olheiras-de-dilma> (Acesso em 30/8/2014, as 19:21).

³ <http://revistapiaui.estadao.com.br/blogs/herald/brasil/citando-dom-da-multiplicacao-de-cargos-pmdb-exige-medalha-fields> (Acesso em 26/08/2014, as 19:40).

⁴ <http://revistapiaui.estadao.com.br/blogs/herald/eleicoes/padilha-estuda-importar-eleitores-cubanos> (Acesso em 29/09/2014, as 21:10).

cenografia – aparentem sê-lo; i.e., mesmo que aparentem pertencer ao *discurso jornalístico*. Seu propósito, na verdade, é veicular um *discurso humorístico*. Pistas de que não se trata de jornalismo são encontradas (e são bastante óbvias), em vários momentos dos textos. Um exemplo é a palavra “Herald” no título, nome de diversos veículos de comunicação de prioritariamente em países anglófonos, como o *Daily Herald*, na Inglaterra, e *Miami e Boston Herald*, nos Estados Unidos, no entanto, inexistentes no Brasil. Um título, portanto, inusitado. Além deste índice, também o slogan do site remete ao campo discursivo do humor: o *blog do diário mais elegante do Brasil*. É de se considerar que *elegância* não é quesito a ser ostentado como o diferencial de um site de notícias, caso em que se esperaria “o mais neutro”, “imparcial”, “investigativo”, por exemplo. Por fim, o próprio conteúdo dos textos, que, para um leitor atento aos acontecimentos, não apresentam dificuldade para serem percebidos como relatos fictícios e de teor zombeteiro, mesmo que aludam e relacionem fatos ocorridos – por exemplo, menção de dados pouco prováveis ou relato de situações absurdas. Trata-se, portanto de textos paródicos.

Paródia é em um efeito de linguagem metalinguístico, articulando-se principalmente através da intertextualidade⁵ (SANT’ANNA, 2003). Por haver muita semelhança entre a forma de intertextualidade da *paródia* e da *estilização*, vários autores as aproximaram, pois, no que diferem “não há mais que um passo; quando a estilização tem uma *motivação cômica* ou é fortemente marcada, se converte em paródia” [grifo nosso] (TYNIANOV citado em SANT’ANNA, 2003, p. 13). Ambos os efeitos baseiam-se em um texto original e o “reformulam” – seja em conteúdo temático, em forma ou em estilo -, empregando a voz do outro: a estilização vai em sentido favorável à voz (ou texto) original, enquanto a paródia,

em oposição à estilização, introduz naquela outra fala uma intenção que se opõe diretamente à original. A segunda voz, depois de se ter alojado na outra fala, entra em antagonismo com a voz original que a recebeu, forçando-a a servir a fins diretamente opostos. [...] as vozes na paródia não são apenas distintas e emitidas de uma para outra, mas se colocam, de igual modo, antagonisticamente. É por esse motivo que a fala do outro na paródia deve ser marcada com tanta clareza e agudeza. (BAKHTIN citado em SANT’ANNA, 2003, p. 14).

Assim, a paródia “instaura o conflito”, “é um ruído, a tentação, a quebra da norma” (SANT’ANNA, 2003, p. 33). Essa contrapartida é de ordem ideológica (ou discursiva), pois enquanto a ideologia fala sempre de si, do mesmo, “a repetir suas afirmações tautologicamente diante de um espelho”, a paródia, “assumindo uma atitude contra-ideológica [...] foge ao jogo de espelhos denunciando o próprio jogo e colocando as coisas fora de seu lugar ‘certo’” (SANT’ANNA, 2003, p. 29). Considerando aqui, no lugar de ideologia a noção de discurso, a paródia pode ser considerada um efeito *intertextual*, cuja estratégia é baseada no estabelecimento da diferença entre os “fatos” narrados, sugerindo que o *gênero discursivo* original é imitado em um outro campo discursivo⁶.

⁵ Em Análise do Discurso (AD) seria mais proveitoso trabalhar com a ideia de *Interdiscurso*, mas pela brevidade e caráter introdutório do trabalho, nos pareceu mais interessante nos atermos aos termos da bibliografia.

⁶ O conceito de cenografia, proposto por Maingueneau, seria outra alternativa de análise deste fato.

Retomando as mesmas características apontadas sobre a obviedade do gênero desnotícia, podemos mostrar seu caráter paródico. A questão do nome Herald, presente em jornais consagrados de diversos países, e a remissão das desnotícia a fatos noticiados e próximos à postagem são demonstrações claras da relação intertextual estabelecida, pelo jogo que fazem em relação à reconstrução de fatos dados como conhecidos. Como visto, apenas a intertextualidade não é suficiente. É preciso também que os discursos originais sejam subvertidos. Nesse quesito, o slogan serve de indicativo, pois enuncia, como característica distintiva do jornal, a elegância, e não o compromisso com a verdade, com os fatos, ou outra característica comum aos veículos noticiosos, como o faz, por exemplo, a Folha de S. Paulo, cujo slogan é “um jornal a serviço do país”⁷, que leva a presumir que esse serviço seja de caráter *informativo* ou de *denúncia*. Dessa forma, o slogan de Piauí Herald enuncia um discurso contrário ao discurso dos veículos de informação, o que também ocorre na reformulação dos fatos, tornando-os falsos, subvertendo o princípio jornalístico da *verdade*.

Podemos ver que, pela construção paródica e suas exigências, nas desnotícias a referência aos acontecimentos próximos à publicação é um mecanismo essencial na construção dos textos e, como veremos, da *graça* de seus enunciados. Portanto, as desnotícias exigem que seu leitor *reconheça* os fatos parodiados e as figuras neles referidas.

Nomearemos, conforme sugerem várias teorias, esse mecanismo textual (para nós, humorístico) de Conhecimento Prévio⁸, e é exatamente com base no funcionamento desse mecanismo que faremos as análises dos textos mencionados.

No entanto, resta fazer ainda alguns esclarecimentos sobre o corpus, antes de prosseguir à análise propriamente dita. Considerando a tese do conhecimento prévio como ingrediente de leitura, textos cômicos esperam que o leitor conheça aspectos específicos do contexto ao qual certo texto remete. Essa não é uma característica restrita aos textos humorísticos. Em textos publicitários ou jornalísticos, por exemplo, é muito comum o uso desse mecanismo. A propaganda da bebida energética Red Bull é um bom exemplo desse fenômeno. O slogan é “Red Bull te dá asas”⁹. Se o leitor entender “dar asas” literalmente – como é ilustrado, também, nas propagandas televisivas – não apreenderá os sentidos totais intencionados pela propaganda, o que também poderia causar certo estranhamento, pois não é verossímil que uma *bebida* possa prover asas, um novo membro, a alguém. No entanto, se o leitor entender o “ganhar asas” como uma metáfora bastante comum de “liberdade”, poderá construir o significado do enunciado como “Red Bull te dá a liberdade necessária para fazer aquilo que quiser ou precisar”.

No caso que estamos analisando, se torna essencial que se reconheçam as remissões intertextuais feitas pelas desnotícias, uma vez que, se não forem feitas, não só os textos se tornarão absurdos (o que, por si só, não impede que sejam engraçados, como veremos mais à frente), como não serão lidos como humorísticos. De modo a ilustrar esse processo, comento um trecho da primeira desnotícia a ser analisada:

(1) Serra convidou Dilma para um churrasco diferenciado em Higienópolis.

⁷ <http://www.folha.uol.com.br/> (Acesso em 30/10/2014, 03h29).

⁸ O que chamamos aqui de Conhecimento Prévio, conceito advindo da Linguística Textual, a AD analisaria como Memória Discursiva..

⁹ <http://energydrink-br.redbull.com/> (Acessado em 26/10/2014, as 22h54).

Neste caso, o texto faz, pela expressão “churrasco diferenciado”, uma *alusão* a um fato ocorrido em 2011, quando moradores de Higienópolis, bairro *nobre* da cidade de São Paulo, contestaram a construção de uma estação de metrô na região, pois esta atrairia gente “diferenciada” (leia-se, *pobre* ou *de baixa renda*), o que não seria “desejável”. Em protesto contra esta contestação, foi organizado um evento, intitulado “churrasco de gente diferenciada”, no qual centenas de pessoas se encontraram nas ruas de Higienópolis, em uma manifestação bastante popular, para um churrasco. Esse evento pode ser considerado a partir da oposição entre ricos e pobres, entre a elite e o povo. A mesma oposição pé de certa forma atribuída às figuras de Serra e Dilma, na medida em que aquele é associado à “classe média/alta” e esta a “classes mais populares”. Sendo assim, é precisamente quando o leitor faz essas relações que o texto produz este efeito humorístico.

Como vimos até agora, a *forma* como os enunciados cômicos são apresentados, i.e., pela paródia e pela articulação com o conhecimento prévio, é a grande responsável pelo cômico das desnotícias. Skinner (2004) explica tal efeito ao dizer que rimos não apenas do outro (pelo conteúdo do que é dito), mas também por causa da forma pela qual ele é apresentado, quando os ditos surpreendem e causam admiração. Nesses casos “a emoção subjacente [...] pode ser com frequência a simples *joie de vivre*” (SKINNER, 2004, p. 44), ou apenas a perplexidade diante da situação em que nos encontramos. Por fim, antes de entrar nas análises propriamente ditas, cabe dizer que são duas as técnicas “formais” mais usadas nas desnotícias do Piauí Herald: a já citada *alusão*, que se funda na semelhança entre duas “coisas” (fonemas, palavras, sentenças, situações), em que um dos sentidos é apenas *sugerido*, deixando ao leitor a tarefa de resgatá-lo (FREUD, 1977), e o *nonsense*, que consiste na apresentação de “algo que é estúpido e absurdo, seu sentido baseando-se na revelação e na demonstração de algo mais que seja estúpido e absurdo” (FREUD, 1977, p. 76), ou na própria ilogicidade do dito.

Reconhecendo a importância do conhecimento prévio, tomaremos o funcionamento deste mecanismo como pivô das análises, demonstrando como é acionado, e como se articula com as outras técnicas, de forma a esclarecer sua dimensão fundamental para a construção de sentido, da paródia e do cômico nos textos.

1. JOSÉ SERRA ELOGIA OLHEIRAS DE DILMA

(2) José Serra elogia olheiras de Dilma [título]

Podemos dizer, sobre este primeiro trecho, que a “piada” exige algum conhecimento dos personagens envolvidos enquanto indivíduos reais. Rimos da relação estabelecida entre as palavras “elogia” e “olheiras”, que, usualmente, não são compatíveis: *elogio* pressupõe ressaltar uma *qualidade*, e *olheiras* são sinais clássicos do cansaço, e tidas culturalmente como *indesejáveis* e que fazem com que a aparência seja *feia*. Assim, a proposição é incongruente, pois se desloca de algo supostamente bom, quebrando uma expectativa, para a algo de teor pejorativo, tratando-o como positivo.

Nesse caso, o conhecimento prévio fundamental é que José Serra é usualmente conhecido por suas olheiras, o que, inclusive, o levou a ser chamado de *vampiro*, por Zé Simão, conhecido humorista que publica na *Folha de S. Paulo*. Secundariamente, que Dilma e Serra são antagonistas políticos, tendo disputado, em 2010, a presidência do Brasil, portanto, qualquer elogio pareceria improvável.

(3) *ROMÊNIA PROFUNDA - Coberto de névoa e carisma em iguais proporções, José Serra despertou de um sono longuíssimo para comentar a paradinha de Dilma Rousseff em Portugal: “Eu, como a Vânia, como o Damião, como o Vlad, sou notívago especialista em olheiras. Fiquei comovido com as bolsas formadas debaixo dos olhos da presidenta”, sussurrou.*

Neste primeiro enunciado da desnotícia, fica mais evidente a caracterização que citamos acima, já que o autor emprega os nomes “Vlad”, “Romênia”, “notívago especialista”, referências ao universo vampiresco. Trata-se, portanto, de novo da técnica da alusão associada à memória que se tem desse universo. Assim, é suscitada (sutilmente) a figura do “vampiro” também pelos termos “névoa”, “sono longuíssimo”, “Romênia” e “notívago”, associados a José Serra, não pelas suas possíveis *qualidades* (intensa vida sexual, longevidade), mas por seus “defeitos” (ser muito velho, cansado, um “morto-vivo”, “especialista em olheiras”).

Para uma análise mais completa desse trecho, é necessário explicar o contexto fato que teriam causado as olheiras da Dilma. A alusão a um acontecimento polêmico envolvendo a presidenta Dilma, seu repouso em Portugal durante uma viagem diplomática, enquanto voltava da Suíça e seguia para Cuba. Essa estadia não constava na agenda presidencial original, que foi alterada para inclui-la, no dia seguinte à repercussão do fato na imprensa nacional. Esta parada foi muito criticada, questionando-se o uso do dinheiro público para possíveis fins pessoais, inclusive culminando no requerimento, pela oposição, de um inquérito civil público, que nunca chegou a ser processado.

Parece necessário explicar a menção à intensa vida sexual de José Serra. Trata-se, nesse caso, não de conhecimento relativo a essa questão, mas sim do conhecimento de um vídeo contendo uma declaração de Serra que circou amplamente, cujo texto se prestava a um *double entendre*, ou duplo sentido, com conotação sexual, conforme descreve Freud (1977). A palavra ambígua é “como”, que pode ser analisada como conjunção “como”, ou como a primeira pessoa do presente do singular do verbo “comer”, cujo sentido não se restringe apenas ao “eu me alimento”, mas coloquialmente também ao “eu tenho relações sexuais com”. Essa ambiguidade produz um efeito humorístico.

Nesse caso, o duplo sentido seria suficiente para produzir riso, porém, pode parecer desarticulado do restante da desnotícia, se não se reconhecer que se tratava de uma propaganda eleitoral do então candidato à presidência, José Serra, no ano de 2010¹⁰, que continha a mesma ambiguidade, ao elogiar sua gestão na pasta da Saúde.

(4) *Escondendo-se atrás de uma capa negra dos raios de sol que penetravam pela janela, Serra completou: “As olheiras de Dilma são o trabalho mais bem acabado do PT em 10 anos de governo”, disse e deu aquele sorrisinho.*

¹⁰ “Brasileiros como ele, como a mãe dele, que eu conheci também. Como a Vânia, que é sua mulher. Como o Damião, como a Andréia, como a Dona Maria...”. <https://www.youtube.com/watch?v=EQG1MjQhluY> (Acessado em 26/10/2014, as 23h32).

Retoma-se aqui a alusão à figura vampiresca de Serra, ao colocá-lo escondendo-se do Sol, mas também à viagem de Dilma à Portugal, pois as *olheiras* aqui citadas são referentes à uma fotografia da presidenta com o chef do restaurante em que jantou durante sua estadia no país lusitano, na qual aparece com olheiras protuberantes e bem marcadas. Destacando tais características das olheiras, o autor da desnotícia escreve, dando voz ao candidato, que “as olheiras de Dilma são o trabalho mais bem acabado do PT em 10 anos”, deixando pressuposto que apresentar olheiras exuberantes é a melhor, ou a única atuação positiva pelo PT desde que assumiu o poder em 2002, com o antecessor de Dilma, o presidente Lula, banalizando o trabalho da presidenta.

(5) *Assim que terminou seu pronunciamento, Serra retornou para os subterrâneos da Estação Transilvânia, na linha roxa do metrô.*

Neste último parágrafo recorre-se basicamente àquela caracterização do vampiro feita nos períodos anteriores, com a alusão feita pelas em “Transilvânia”, região da Romênia à qual os vampiros são comumente associados, que passa a nomear uma Estação do metrô (aludindo também ao já citado caso da criação do metrô em Higienópolis e ao “churrasco diferenciado”), e através da associação com a cor roxa, comumente relacionada a rituais fúnebres, e, portanto, à morbidez própria ao mundo dos “vampiros”.

2. CITANDO DOM DA MULTIPLICAÇÃO DE CARGOS, PMDB EXIGE MEDALHA FIELDS

(6) *Citando dom da multiplicação de cargos, PMDB exige Medalha Fields.*

Neste enunciado, como nos outros desta desnotícia, alia-se à alusão a técnica de deslocamento, como já citada acima, mas de uma forma um pouco diferente. No enunciado (6), então, para compreender os ditos, e então rir, é necessário dar sentido às expressões *PMDB* e *Medalha Fields*. E, mais ainda, que se entenda qual a posição na qual o PMDB se encontra no atual cenário político brasileiro, e no que consiste a premiação da Medalha Field: o PMDB é uma espécie de fiel da balança no congresso e a medalha Fields é o troféu oferecido a pesquisadores por feitos relevantes no campo da Matemática. Em 2014, o premiado foi um brasileiro (Artur Avila).

O humor depende de dois fatores: que o PMDB ocupa esse grande número de cargos, e da ambiguidade da palavra multiplicação, que é tanto um conceito fundamental de matemática, quanto o crescimento em quantidade. Assim, o PMDB, ao se valer de seu poder político para aumentar seu número de cargos, acreditaria que, por ser capaz de multiplicar cargos, merece um prêmio atribuído aos grandes matemáticos.

(7) *Graça Foster acha que também merece uma Fields por desenvolver técnicas pioneiras de subtração de valor da Petrobras.*

No segundo enunciado (7), são aludidas Graça Foster e Petrobras, e fatores análogos aos que explicam o caso anterior, explicam também esse. É preciso retomar, portanto, que Graça Foster é a presidente da Petrobras e que, em sua gestão, o valor de mercado da estatal sofreu uma considerável queda. Ou seja, diminuiu, ou subtraiu-se. Assim, da mesma forma que “multiplicar”, “subtrair” também é uma operação matemática, portanto, seu autor merecia um prêmio.

(8) IMPA – O presidente do PMDB, Michel Temer, solicitou à União Internacional de Matemática (IMU) que conceda pelo menos duas medalhas Fields ao partido “por inestimáveis serviços prestados às operações de soma e multiplicação”. Segundo Temer, nenhuma outra agremiação política do planeta explorou com tanta originalidade as potencialidades da expansão exponencial de cargos, provando, inclusive, que um só deputado é capaz de ocupar simultaneamente dois cargos, “um resultado absolutamente surpreendente que revolucionou todo o campo do fisiologismo”.

Neste enunciado [(8)], considerando o que foi dito acima sobre o PMDB, vale destacar que, neste caso, o humor tem a ver basicamente com as palavras “operação”, “exponencial”, e depois com “revolucionar o campo do fisiologismo”. “Operação” e “exponencial” são palavras também que pertencem ao campo da matemática, e “revolucionar o campo do fisiologismo” é equiparado a uma revolução em um campo científico, como o da matemática, feito que mereceria um prêmio.

Uma ressalva quanto a este parágrafo se direciona ao fato de serem inclusas, aqui, palavras “novas” que necessitariam de referência, tal qual “Michel Temer”, “IMU” e “fisiologismo”, mas acredito que a própria construção do parágrafo dá conta de situações no que é necessário para a compreensão da piada.

(9) Ao saber da notícia, o ministro da Economia, Guido Mantega, se adiantou e exigiu igualmente para si uma Fields, alegando que o estado atual da economia brasileira “é uma prova cabal de que, assim como esse rapaz Ávila, eu também domino completamente a teoria do caos”.

Em (9), é introduzida mais uma figura pública do espectro político brasileiro, o ministro *Guido Mantega*. Aqui, é fundamental que o leitor saiba que teoria do caos é um tópico da matemática avançada, e que caos também é sinônimo de desordem e bagunça, que estariam ocorrendo na economia brasileira, o que seria de responsabilidade do ministro Guido Mantega

Conforme nossa discussão acima, é necessário não apenas reconhecer quem é e qual seu cargo, mas um fato importante de seu mandato, ou de como é reconhecido publicamente. Sendo o Ministro da Fazenda, seu mandato foi bastante criticado, bastante pela ideia de que a economia brasileira tenha sido administrada de forma caótica. O ministro é associado, ou melhor, sua administração é associada à *teoria do caos*, outra referência necessária para a piada. Artur Ávila, ganhador da medalha Fields de 2014, foi premiado *justamente* por um trabalho nesse campo da matemática, porém, quando é feita a relação com Guido Mantega, é assumida uma versão “literal”, em que caos é tido como “desastre” ou “desorganização”.

Dessa forma, a piada se articula pelo deslocamento, novamente, pelo o que alude a palavra “caos”. O deslocamento, então, não mais é do campo da corrupção, mas sim da incompetência para o da matemática, quando aquilo que um ministro faz de forma inábil administrativamente, *caótica*, é enunciada como parte dos estudos matemáticos da teoria do caos, merecendo, então, ser premiada, tamanha a excelência em se produzir caos.

Uma última consideração sobre essa “notícia”, tomando-a como um todo, é que subjacente às técnicas primeiramente descritas (de conhecimento prévio e de deslocamento), é possível perceber uma terceira, mais sutil que as outras duas. Diz Freud, sobre a técnica dos chistes absurdos (*nonsenses*), que alguns deles consistem “em apresentar algo que é estúpido e absurdo, seu sentido baseando-se na revelação e na demonstração de algo mais que seja estúpido e absurdo” (FREUD, 1977, p. 76). Ou seja, às vezes uma piada se coloca em uma lógica absurda exatamente para mostrar o absurdo de uma situação a que faz referência. Aponto essa técnica, pois acredito que, na relação dos conhecimentos prévios e no deslocamento feita pela notícia, é exatamente esse efeito que é criado. É mostrando algo mais ou tão absurdo quanto as corrupções “impunes” ou “descaradas” que acaba por se precisar quão absurda essas situações iniciais realmente são.

3. PADILHA ESTUDA IMPORTAR ELEITORES CUBANOS

Para reafirmar que a leitura e seu conseqüente efeito (no caso, de humor), exige uma certa memória discursiva, bem como a consideração de um certo material linguístico, analiso a seguir mais uma desnotícia que é relativa ao ministro Padilha, da Saúde. Como se verá, fatos particulares terão que ser evocados. Não se trata apenas de um fato, mas de vários fatos associados ao ministro, em especial o programa Mais Médicos e sua candidatura ao governo de São Paulo. Nesse sentido, diferentemente das duas “notícias” anteriores, que abordavam apenas um mesmo acontecimento e objetivo, esta que segue busca, a cada novo enunciado, relacionar fatos distintos à imagem de um mesmo personagem (Alexandre Padilha, candidato a Governador do estado de São Paulo), deturpando-os e os tornando cômicos.

(10) *Padilha estuda importar eleitores cubanos* [título]

A memória necessária a ser retomada aqui diz respeito ao programa “Mais Médicos”, proposto e coordenado pelo ministro Padilha, que incluiu a vinda de médicos cubanos para trabalhar em áreas carentes do Brasil. Também é retomada uma memória sobre Cuba, país que vive em um regime socialista, i.e., de esquerda, e que, por isso, sua associação com o PT na mídia e no imaginário de muitos brasileiros é frequente.

Uma manchete como “Padilha estuda importar médicos cubanos” poderia ser real, pelo fato da vinda dos médicos cubanos de fato ter ocorrido. É a palavra “eleitores”, então, a causa do estranhamento e do risível do enunciado. Quando ministro, Padilha trouxe médicos. Como candidato mal situado nas pesquisas, buscaria trazer eleitores,

o que é evidentemente impossível no nível dos fatos, e, portanto o texto é absurdo, ou nonsense. Por isso, a memória de que médicos podem ser “importados”, mas eleitores não, é crucial para que o leitor perceba que se trata de uma desnotícia, e, portanto, cômica (ver abaixo o trecho da desnotícia número 13, onde a desnotícia é mais detalhada).

(11) *MARGINAL - Estacionado nas pesquisas eleitorais na faixa de 8%, Alexandre Padilha resolveu tomar medidas drásticas para conseguir um lugar no coração dos paulistanos. “Vou deixar a água acabar logo no primeiro dia de governo”, anunciou. Em seguida, tomado pelo Espírito Paulistano, acertou em cheio o coração do eleitor médio: “Se eleito, prometo aumentar os engarrafamentos”, discursou, provocando panelaços nos Jardins.*

Neste trecho, os dois casos seguem a mesma lógica. Um diz respeito à crise da água no estado de São Paulo, e o outro ao problema do engarrafamento na cidade de São Paulo. Faz parte da memória dos (e)leitores que candidatos façam promessas para resolver problemas, sendo frequente os candidatos anunciarem medidas imediatas a serem tomadas para resolvê-los. Assim, Padilha prometeria resolver o problema da água e do engarrafamento. Porém, o texto “informa” que, ao contrário, Padilha agravaria ambos os problemas, acabando com a água no primeiro dia e aumentando os engarrafamentos. Para ter acesso do efeito de humor, o leitor deve perceber a incongruência entre o que deveria ser prometido (ou o que é usualmente prometido) e o que “de fato” é. Portanto, é do *nonsense* que decorre o riso desses enunciados.

O efeito de humor decorre também da contradição entre “Espírito Paulistano” e as medidas anunciadas por Padilha. O espírito paulistano está tipicamente associado ao trabalho duro, ao esforço, ao fato de ser “a locomotiva do país”, enquanto o que é proposto pelo candidato vai em sentido contrário – como dito, em vez de resolver os problemas, ele os aumentaria.

A passagem “provocando panelaços nos Jardins” também tem sua graça. “Os Jardins” denota uma região rica na cidade de São Paulo, uma junção de ruas de bairros nobres. Panelaço, uma alusão originalmente relativa à manifestações populares ocorridas em Buenos Aires, não seria uma manifestação típica dos Jardins. Portanto, um panelaço promovido pelos habitantes dos Jardins vai contra as expectativas correntes. No entanto, pode haver aqui uma alusão a uma manifestação ocorrida na mesma região, mas, dessa vez, a favor do fechamento do MIS (Museu de Imagem e Som), por que este atrairia “pessoas indesejadas” (sic) – leia-se, populares – o que remete ao episódio ocorrido em Higienópolis, mencionado acima. Outra razão é que a frequência ao MIS causaria engarrafamentos, e perturbaria a paz dessa região de São Paulo.

Como vimos, no parágrafo há vários casos de *nonsense*, e todos implicam crucialmente a memória, ou o conhecimento do leitor sobre os fatos envolvidos para que o humor seja percebido.

(12) *Após tentar, sem sucesso, fazer uma transfusão da popularidade de Lula, Padilha foi além: “Também me comprometo, pessoalmente, a desentortar todos os iPhones do Estado de São Paulo”, tuitou, enquanto lançava as bases do Bolsa Selfie.*

Em contraposição aos casos anteriores, que exigem um conhecimento genérico sobre os programas de governo, períodos eleitorais, e medidas administrativas, a memória desse enunciado exige uma retomada que ultrapassa o âmbito “geral”, exigindo um conhecimento mais específico, a saber, sobre um defeito dos aparelhos de celular “iPhone”, que, “entortavam” quando colocados no bolso da calça ou na bolsa. Assim, a dois fatos que tornam esse trecho risível. A promessa irrelevante, que não deveria estar entre as preocupações de um candidato a governador, e o conhecimento específico sobre as características de um aparelho celular. O leitor “em geral” pode achar cômica a promessa irrelevante, mas o defeito do iPhone pode não ser de conhecimento dos mesmos leitores.

A técnica do *nonsense* é utilizada aqui também, quando é dito que houve uma tentativa de “transusão de popularidade” de Lula para Padilha. Como pano de fundo desse enunciado está a eleição de vários candidatos do PT que não tinham carreira política, e, portanto, popularidade. Os casos da presidenta Dilma e do prefeito Haddad são os mais conhecidos. A candidatura de Padilha obedeceria essa mesma lógica: a popularidade de Lula seria transferida para Padilha. Sendo o Padilha médico, a palavra “transusão”, um termo médico, produz efeito de humor pelo inusitado de seu complemento - “popularidade”. O que lembra os casos de subtração e multiplicação acima mencionados.

O que há de engraçado em “bolsa selfie”? O governo do PT é associado à concessão de bolsas, evidentemente por causa do programa Bolsa Família. O exagero desse fato seria que qualquer categoria poderia receber uma bolsa, inclusive os que fazem “selfie” (julgo desnecessário explicar o que seja selfie). O que produziria um efeito de humor decorrente tipicamente da técnica do exagero. De novo, aqui, o candidato estaria fazendo uma promessa improvável, impossível, irrelevante. O que é mais um argumento para confirmar que se trata de uma desnotícia.

(13) *Padilha reconheceu que os entraves da administração Haddad fizeram o sentimento antipaulista crescer dentro do PT. “Estamos cogitando importar alguns milhões de eleitores cubanos”, completou.*

Neste último parágrafo, (13), retoma-se o que foi dito a propósito do título [(10)].

A análise desta desnotícia deixa clara a importância do reconhecimento dos acontecimentos que circundam os enunciados cômicos. Também se vê que nem todos os acontecimentos são do mesmo tipo. Alguns são bem específicos, como um telefone que entorta, outros são de longa duração, como o que se considera que são ações administrativas razoáveis, ou que não pode haver leitores estrangeiros.

CONCLUSÃO

Analisamos sistematicamente um *corpus* de três desnotícias consideradas bons exemplos de um artifício usado em todos os textos da iPiauí Herald. Conforme apontado, é essencial que o leitor identifique e retome, como propõe Possenti (2000), os significados das palavras utilizadas e os fatos a que são feitas as remissões, pois são exatamente desses dois fatores que as piadas vão se alimentar. Fica claro, também, que os acontecimentos escolhidos são sempre próximos ao momento em que os textos foram elaborados, jogando sempre com fatos da conjuntura social presente, à qual todos os ditos engraçados farão referência. Portanto, à luz das teorias da Análise do Discurso francesa, é mais interessante que consideremos não mais o *conhecimento prévio* dos leitores, mas sim a *memória discursiva* que compartilham, pois

é a memória discursiva que torna possível toda formação discursiva fazer circular formulações anteriores, já enunciadas. É ela que permite, na rede de formulações que constitui o intradiscurso de uma FD, o aparecimento, a rejeição ou a transformação de enunciados pertencentes a formações discursivas historicamente contíguas (BRANDÃO, 2013, p. 95-96).

Em outras palavras, é principalmente através da memória discursiva, dos já-ditos, que as desnotícias vão articular seus enunciados, fazendo paródia não apenas do gênero notícia. Para tal, associa-se majoritariamente a técnica de alusão, com a busca nos acontecimentos contemporâneos aos textos os discursos a serem reformulados e parodiados.

Cabe também fazer menção ao caráter desses acontecimentos: são sempre fatos que foram alvo de grande atenção, divulgados, noticiados e largamente comentados pelo público (inclusos os possíveis leitores do blog Piauí Herald). Assim, o caráter polêmico – entendido novamente segundo as teorias discursivas francesas – é o epicentro das reformulações: são sempre retomados acontecimentos que geraram algum tipo de divergência discursiva. Se nos basearmos nos apontamentos de Freud (1977) sobre a paródia, reforça-se a possibilidade da afirmação acima, já que, segundo ele, nas paródias é comum a presença de figuras sociais proeminentes, ou *sublimes*, aquilo que é “grande no sentido figurativo, psíquico” (FREUD, 1977, p. 227). Nas construções paródicas, portanto, são elas quem seriam parodiadas, sendo sua degradação a geradora do riso.

Outras características, no entanto, também se destacam. Associada à retomada dos acontecimentos, há outra característica fundamental mencionada por Freud, mas dessa vez em um aspecto linguístico: a questão da *brevidade* ou da *economia*. Segundo o autor, é preciso que se diga apenas o necessário, que as técnicas empregadas sejam realizadas em enunciados breves, para que não se perceba a inversão que será feita (FREUD, 1977). No que diz respeito ao nosso *corpus*, essa característica também é possível de ser observada, pois apenas aquilo que é *realmente necessário* para que se retome os fatos “ridicularizados” é enunciado, sem maiores explicações para situar o enunciador, cabendo a este recordar o que está sendo referido. É possível que, caso fossem apresentadas essas explicações, ou seja, caso os enunciados das desnotícias não fossem breves (e diretos), suas piadas seriam explicadas.

BIBLIOGRAFIA

BRANDÃO, N. (2013) Introdução à Análise do Discurso. Ed. da UNICAMP, SP.

FREUD, S. (1977). Os Chistes e sua Relação com o Inconsciente. In: Edição Standard Brasileira de Obras Completas. Imago Editora, vol. VIII, RJ.

POSSENTI, S. (2000). Os Humores da Língua. Mercado de Letras, SP.

SANT'ANNA, A. R. (2003) PARÓDIA, PARÁFRASE & CIA, Ed. Ática. SP.

SKINNER, Q. (2004). Hobbes e a Teoria Clássica do Riso, Ed. Unisinos, RS.