



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA  
CAMPUS I  
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS  
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL  
CURSO DE JORNALISMO**

**ARTUR CEZAR SOARES DA SILVA**

**BOLSONARO VISITA A INGLATERRA: A MORTE DA RAINHA NUMA ANÁLISE  
DO “SENSACIONALISTA” À LUZ DO INFOTENIMENTO**

**CAMPINA GRANDE/PB  
2023**

ARTUR CEZAR SOARES DA SILVA

BOLSONARO VISITA A INGLATERRA: A MORTE DA RAINHA NUMA ANÁLISE DO  
“SENSACIONALISTA” À LUZ DO INFOTENIMENTO

Trabalho de Conclusão de Curso (Artigo) apresentado ao Departamento de Comunicação Social, curso Jornalismo, da Universidade Estadual da Paraíba, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Jornalismo.

Linha de Pesquisa: Jornalismo Digital e Cibercultura

Orientadora: Profa. Dra. Verônica Almeida de Oliveira Lima

**CAMPINA GRANDE/PB  
2023**

É expressamente proibido a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano do trabalho.

S586b Silva, Artur Cezar Soares da.  
Bolsonaro visita a Inglaterra: a morte da rainha numa análise do "sensacionalista" à luz do infotimento. [manuscrito] / Artur Cezar Soares da Silva. - 2023.  
30 p. : il. colorido.

Digitado.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismo) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, 2023.

"Orientação : Profa. Dra. Verônica Almeida de Oliveira Lima, Coordenação do Curso de Jornalismo - CCSA. "

1. Sensacionalista. 2. Infotimento. 3. Entretenimento. 4. Sátira. 5. Humor. I. Título

21. ed. CDD 070.19

ARTUR CEZAR SOARES DA SILVA

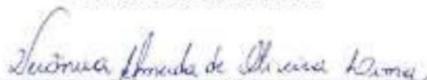
BOLSONARO VISITA A INGLATERRA: A MORTE DA RAINHA NUMA ANÁLISE DO  
"SENSACIONALISTA" À LUZ DO INFOTENIMENTO

Trabalho de Conclusão de Curso (Artigo)  
apresentado ao Departamento de  
Comunicação Social, curso Jornalismo, da  
Universidade Estadual da Paraíba, como  
requisito parcial à obtenção do título de  
Bacharel em Jornalismo.

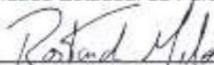
Linha de Pesquisa: Jornalismo Digital e  
Cibercultura

Data da aprovação: 30 de junho de 2023

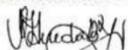
BANCA EXAMINADORA



\_\_\_\_\_  
Profa. Dra. Verônica Almeida de Oliveira Lima (Orientadora)  
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)



\_\_\_\_\_  
Prof. Dr. Rostand de Albuquerque Melo (Examinador Interno)  
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)



\_\_\_\_\_  
Profa. Me. Maria Zita Almeida Batista dos Santos (Examinadora Externa)  
Centro de Educação Superior Reinaldo Ramos (Cesrei)

“Se faço ficção, posso inventar o que quiser. Se faço jornalismo, não posso. Devo ater-me aos fatos.”

Ricardo Noblat

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

<b>Figura 1 -</b>	Print slogan do Sensacionalista no site oficial.	19
<b>Figura 2 -</b>	Print Slogan do The New York Times no site oficial	20
<b>Figura 3 -</b>	Print Layout da Página Sensacionalista no site oficial.	20
<b>Figura 4 -</b>	Print Matéria site da Veja.	23
<b>Figura 5 -</b>	Print Publicação Página sensacionalista no Instagram	23
<b>Figura 6 -</b>	Print Matéria do portal G1	24
<b>Figura 7 -</b>	Print Publicação Página sensacionalista no Instagram	25
<b>Figura 8 -</b>	Print matéria Site Uol	26
<b>Figura 9 -</b>	Print Publicação Página sensacionalista no Instagram	27

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO.....</b>	<b>9</b>
<b>2</b>	<b>FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....</b>	<b>9</b>
<b>2.1</b>	<b>A tecnologia e os novos espaços de comunicação.....</b>	<b>9</b>
<b>2.2</b>	<b>O jornalismo e a era das redes sociais.....</b>	<b>13</b>
<b>2.3</b>	<b>Sátira e ironia no jornalismo.....</b>	<b>16</b>
<b>2.4</b>	<b>A paródia de notícias na atualidade.....</b>	<b>17</b>
<b>3</b>	<b>METODOLOGIA .....</b>	<b>18</b>
<b>3.1</b>	<b>Sensacionalista: o jornal isento de verdade.....</b>	<b>18</b>
<b>3.2</b>	<b>Pesquisa de natureza qualitativa de caráter descritivo.....</b>	<b>21</b>
<b>3.3</b>	<b>Discussões e análises.....</b>	<b>22</b>
<b>4</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>27</b>
	<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>29</b>
	<b>AGRADECIMENTOS.....</b>	<b>32</b>

# **BOLSONARO VISITA A INGLATERRA: A MORTE DA RAINHA NUMA ANÁLISE DO “SENSACIONALISTA” À LUZ DO INFOTENIMENTO**

## **BOLSONARO VISITS ENGLAND: THE QUEEN'S DEATH IN A "SENSATIONALIST" ANALYSIS IN THE LIGHT OF INFOTENMENT**

Artur Cezar Soares da Silva<sup>1</sup>

### **RESUMO**

O presente trabalho centraliza sua análise baseado na visita do ex-presidente Jair Bolsonaro ao velório da Rainha Elizabeth II, publicadas na página do Sensacionalista no Instagram, entre os dias 12 e 18 de setembro de 2022. O perfil é direcionado a divulgação de notícias sobre fatos do cotidiano, baseados na sátira e no humor. O objetivo geral do trabalho é analisar de que forma o Sensacionalista utiliza a hibridização da informação mais entretenimento para entreter seu público, utilizando recursos como o sensacionalismo, remodelando notícias do jornalismo tradicional sob a perspectiva do humor em suas publicações. Os aportes teóricos para o embasamento do nosso trabalho compreendem as discussões voltadas para o sensacionalismo e o entretenimento propostos por Carvalho (1995; 2014), Pedroso (2001), Traquina (2004) e Dejavitte (2006; 2007). Com contribuição de referências importantes relativos ao conceito de infonetimento de Gomes (2009; 2014), Aguiar (2008), Endo (2013). Em razão disso, adotamos um percurso metodológico de caráter descritivo-qualitativo, cujo pressupostos de análise partem da descrição e interpretação dos fatos sociais de um determinado contexto específico, neste caso das publicações da página do Sensacionalista.

**Palavras-chave:** Sensacionalista; Infotainment; Entretenimento; Sátira; Humor.

### **ABSTRACT**

This paper centers its analysis based on the visit of former president Jair Bolsonaro to the wake of Queen Elizabeth II, published on the Sensacionalista Instagram page, between September 12 and 18, 2022. The profile is aimed at disseminating news about everyday facts, based on satire and humor. The general objective of the work is to analyze how Sensacionalista uses the hybridization of information plus entertainment to entertain its audience, using resources such as sensationalism, remodeling news of traditional journalism from the perspective of humor in their publications. The theoretical contributions to our work are based on the discussions about sensationalism and entertainment proposed by Carvalho (1995; 2014), Pedroso (2001), Traquina (2004) and Dejavitte (2006; 2007). With contribution of important references concerning the concept of infonetimento by Gomes (2009; 2014), Aguiar (2008), Endo (2013). Because of that, we adopted a descriptive-qualitative methodological path, whose analysis assumptions start from the description and interpretation of social facts of a specific context, in this case the publications of the Sensacionalista page.

**Keywords:** Sensacionalista; Infotainment; Entertainment; Satire; Humor

---

<sup>1</sup> Graduando em Jornalismo pela Universidade Estadual da Paraíba. E-mail: artur.soares@aluno.uepb.edu.br

## 1 INTRODUÇÃO

Com o advento das novas tecnologias e novos modelos de produção de conteúdo, as empresas de comunicação tiveram que se adaptar, acentuando o que chamamos de infotainment, a hibridização de informação mais entretenimento afim de proporcionarem conteúdos interativos aos seus leitores.

O presente artigo tem como objetivo analisar as publicações do perfil do Instagram do “Sensacionalista” referentes à visita do ex-presidente Jair Bolsonaro ao velório da Rainha Elizabeth II, publicadas entre os dias 12 e 18 de setembro de 2023, considerando o conceito de *infotainment*. Para isso, os seguintes objetivos específicos foram estabelecidos: a) identificar como o perfil do “Sensacionalista” utiliza do jornalismo para fins de entretenimento e informação; b) discutir sobre o papel do humor e da sátira nos *posts* e sua relação com o fazer jornalístico; e c) refletir sobre as relações entre o agir jornalístico e o entretenimento.

Para lograr êxito em nossa análise consideramos como aporte teórico do nosso trabalho, as discussões voltadas para o sensacionalismo e entretenimento propostos por Carvalho (1995), Pedroso (2001), Traquina (2004), Dejavitte (2006), Dejavitte (2007), Carvalho (2014). Com contribuição de referências importantes relativos ao conceito de infotainment de Gomes (2009), Aguiar (2008), Endo (2013), e Gomes (2014).

Diante disso, adotamos um percurso metodológico de caráter qualitativo e descritivo, cujos pressupostos de análise partem da descrição e interpretação dos fatos sociais de um determinado contexto específico, neste caso, das 3 publicações da página do Sensacionalista no Instagram no período acima citado.

Frente ao dito, através deste trabalho trataremos deste assunto, ao nosso ver, pouco explorado pela academia, uma vez que diante das mudanças tecnológicas e mercadológicas das produções jornalísticas, se faz necessário refletirmos sobre como esses “pseudojornais<sup>2</sup>”, se utilizam das técnicas do jornalismo para entreter seu público.

A fim de apresentar a pesquisa, organizamos o estudo em três recortes. O primeiro trazemos a fundamentação teórica, abordando a tecnologia e os novos espaços de comunicação, conceituando o que é sensacionalismo e infotainment, trazendo uma abordagem sobre o jornalismo na era das redes sociais, o uso da sátira e ironia no jornalismo e a utilização da paródia nos sites de notícias. O segundo capítulo se delimita a metodologia utilizada no trabalho. Em seguida concluímos com o resultado e considerações finais.

## 2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

### 2.1 A tecnologia e os novos espaços de comunicação

Mediante as novas tecnologias e as múltiplas ferramentas multimídia, tornou-se necessário as empresas de comunicação se adaptarem para que seu público pudesse não só acessar conteúdos, mas também darem sua opinião e exigirem respostas sobre os mais variados temas sociais.

Neste processo de transição, desde o jornal impresso ao jornalismo virtual, a *internet surge como meio de comunicação interativo*, fazendo com que eles buscassem estratégias para chamar a atenção dos seus leitores.

---

<sup>2</sup> Situados numa linha tênue entre informação e diversão, os pseudojornais - como o Sensacionalista, alvo da análise - imitam a estrutura do website e criam narrativas fictícias a partir dos grandes portais de notícia. (MORETT, 2015)

Com esta revolução tecnológica, no qual os padrões de jornalismo abordados durante o curso necessitam dessa transformação para sua sobrevivência num mercado cada vez mais competitivo, vê-se que se instauraram novos modelos de se fazer jornalismo, onde as informações e matérias jornalísticas unem-se ao entretenimento, abstendo-se, muitas vezes, de informações relevantes, na tentativa de promoverem distração.

No entanto, para compreender melhor o objeto desta análise utilizaremos os conceitos infotainment, entretenimento e sensacionalismo, a fim de analisarmos a relação entre ambas e seus efeitos nesta nova era da informação em que se apresenta.

Sobre o conceito de sensacionalismo, Carvalho (1995, p. 16) afirma:

Sensacionalismo é tornar sensacional um fato jornalístico que, em outras circunstâncias editoriais não mereceria esse tratamento. Como o adjetivo indica, trata-se de sensacionalizar aquilo que não é necessariamente sensacional, utilizando-se, para isso de um tom escandaloso, espalhafatoso. Sensacionalismo é a produção de um noticiário que extrapola o real, que superdimensiona o fato. (apud ROCHA, 2012, p. 3).

Frente ao dito, o sensacionalismo seria uma característica neste novo formato, desprendido do padrão jornalístico tradicional, uma vez que se utiliza de métodos diferenciados para atrair o leitor. “O sensacionalismo é a exploração desse fascínio pelo extraordinário, pelo desvio, pela aberração, pela aventura, que é suposto existir na classe baixa”. (PEDROSO, 2001, p.49).

Na esteira dessa exemplificação, o autor indica que o sensacionalismo se apresenta como:

Modo de produção discursiva da informação da atualidade, caracterizados por critérios de intensificação e exagero gráfico, temático, linguístico e semântico, contendo em si valores e elementos desproporcionais, destacados, acrescentados ou subtraídos no contexto de representação e construção do real social. (PEDROSO, 2001, p. 123).

Manuel Pinto (2004), citado por Ana Luiza Lugão em seu artigo *JORNALISMO SENSACIONALISTA: O PROGRAMA BRASIL URGENTE EM CENA*, afirma que estamos perante um jornal sensacionalista à medida que nos deparamos com o exagero e desproporção, quer seja no aspecto gráfico ou na linguagem utilizada. Esse tipo de informação sensacionalista é usado como estratégia para atrair o público gerando impacto, curiosidade cujo objetivo é o lucro mesmo que o conteúdo desenvolvido não modifique em nada a vida do leitor, além do que já foi anunciado.

Desta forma o modelo de jornal sensacionalista não se presta necessariamente ao papel de informar, mas de satisfazer o instinto do leitor por meio de textos repletos de sátiras, humor e ironia.

Como sabemos, o jornalismo tem por princípio basilar o de informar a sociedade sobre os assuntos que nos rodeiam em nosso cotidiano, diante disso, com o avanço da tecnologia se fez necessário se adaptar à nova realidade, buscando maneiras para que o leitor de alguma forma tivesse acesso aos seus conteúdos. Desta feita, o entretenimento aliado a informação surgiu como alternativa para que o leitor, por meio de recursos midiáticos diversificados, despertasse sua atenção para o consumo desses conteúdos.

Em relação ao entretenimento, Bucci (2006 apud CARVALHO, 2014, p. 20) assim define:

O “entretenimento” é entendido, até hoje, como aquilo que ocorre no tempo do lazer, nas horas vagas, no passatempo, no intervalo entre duas atividades ditas sérias. Para ele, foi a partir da segunda metade do século XX que o conceito “entretenimento” deixou de se referir a um atributo de atrações especializadas em distrair a audiência e virou o nome de uma indústria diferenciada; “mais do que uma indústria, um negócio global, afirma o autor.

Essas mudanças decorrem das inovações tecnológicas, sociais e econômicas aos longos dos anos, fazendo com que o jornalismo se adaptasse a este novo modelo com fins lucrativos e remodelando suas atividades com intuito de não apenas só informar, mas também entreter o leitor.

Para Dejavite (2006, p. 46) as principais características da informação atrelada ao entretenimento, são:

Textos leves e atraentes, com linguagem coloquial e fluente, onde o receptor vivencia a história (Interage com a notícia) e, principalmente, identificar-se e diverti-se com ela; Uso de adjetivos e advérbios; Estímulo à capacidade de distração, às aspirações, às curiosidades, ao ajuste de contas, à possibilidade de extravasar as frustrações e nutrir a imaginação; Foco à personalização, dramatização de conflitos, revelação de segredos, sensacionalismo; Matérias com o uso de fotos, infográficos, tabelas, entre outros recursos.

Sendo assim, segundo a pesquisadora e professora Fabia Angélica Dejavite (2007):

A barreira entre o jornalismo e o entretenimento nunca foi clara o suficiente, de modo que a junção dos dois é quase inevitável nos dias atuais. Tal mudança se deve em grande parte à televisão e à internet, que trouxeram novas formas de apresentação das informações. Ao jornalismo ficou definido ao longo dos anos o papel de informar, baseando-se sempre na veracidade dos fatos. O entretenimento, porém, ficou com a parte de chamar a atenção e divertir as pessoas (DEJAVITE, 2007, p.3 apud CARVALHO, 2014, p. 21).

Essa linha tênue entre informação e entretenimento representa uma mudança na estruturação desses produtos jornalísticos, pois refletem a necessidade que esses consumidores da informação distribuídos nas diversas plataformas, têm ao serem atraídos por conteúdos que sejam capazes de entreter e ao mesmo tempo informar. Essa hibridização dos gêneros informativos e de entretenimento tornou-se prática comum do fazer jornalístico, dando origem ao que os teóricos denominam como, o *infotainment* ou o infotenimento.

Segundo a pesquisadora Itania Maria Mota Gomes (2009, p. 195), o termo “*infotainment*” é um “*neologismo que traduz o embaralhamento de fronteiras entre informação e entretenimento*”.

Hoje, diante da acirrada concorrência entre os meios e dos novos valores estabelecidos pela sociedade da informação, a notícia [...] deve ser tomada como um importante serviço a ser prestado ao leitor. Isso porque cada vez mais o público tem participado na determinação daquilo que quer receber como informação jornalística, demandando um tipo de conteúdo bem característico: a notícia *light* ou de entretenimento. A notícia *light* é a informação efêmera, de fácil entendimento, de circulação intensa e rápida que busca informar e divertir o público. [...] Desse modo, o jornalismo de INFOtenimento aparece para satisfazer essa necessidade (DEJAVITE, 2006, p. 113).

O termo de infotainment surgiu na década de 1980, período em que as práticas jornalísticas aliadas aos sons e imagens entraram em crescimento e as notícias eram direcionadas às camadas mais populares com o objetivo de trazer lazer e diversão. Entretanto, elementos como diagramação aliadas com cores e fotos, já se apresentavam nos jornais impressos como forma de atrair atenção do público-alvo. Desta forma, para Aguiar (2008, p. 17) :

[...] Manchetes e demais títulos presentes nas capas dos jornais não só instauram uma forma de sentido que ordena os acontecimentos noticiáveis, mas, também, funcionam como uma fascinação para atrair o público, com uma linguagem jornalística que vende publicitariamente o produto denominado jornal.

Para Endo (2013, p. 4), é o “termo que define novos formatos de programas que mesclam entretenimento e informação, apropriando-se de conceitos de ambas as áreas”. Já para Gomes (2014):

A expressão infotainment acolhe-se não só informação e entretenimento, mas também realidade e ficção. Na televisão, o termo tem sido usado para caracterizar algumas séries televisivas [...] a falsos documentários ou mock-documentaries e a programas que misturam cobertura jornalística com dramaturgia. Em todos esses casos, o infotainment designa uma das principais estratégias comunicativas, aquela que se traduz por contar uma história que seja suficientemente excitante ou dramática para atrair telespectadores. (GOMES, 2009, p. 204).

Sem sombras de dúvidas, a era digital representa uma das maiores transformações do campo da comunicação, pois foi através dela que houve a facilitação e interligação entre práticas comunicacionais, trazendo avanços tecnológicos que ampliaram o leque de possibilidades do fazer jornalístico.

Porém é necessário manter a credibilidade dos profissionais da comunicação e, neste sentido, Traquina (2004) defende que haja separação entre entretenimento e informação. Para o autor:

[...] as empresas jornalísticas e os jornalistas não podem esquecer as regras elementares do trabalho, como, por exemplo, a verificação da informação, ou o respeito total pela fronteira entre ‘fato’ e ‘ficção’. A crescente presença das notícias de infotainment e o crescente apagamento das fronteiras da informação e do entretenimento com a ascensão dos comunicadores são tendências que apontam para a importância da identidade profissional dos jornalistas. (TRAQUINA, 2004, p. 208).

Mas, há quem defenda a conciliação entre ambas e para Dejavite (2006) qualquer matéria, seja ela, focada em assuntos mais sérios ou de menor interesse para certo público, pode informar e entreter ao mesmo tempo. “O limite ético que separa jornalismo e entretenimento não existe” (DEJAVITE, 2006, p. 72). Da mesma forma, Endo (2013), em seu trabalho “Essencial ou Acessório? O Uso do Jornalismo em Programas de Entretenimento”, declara:

Trataremos o infotainment como um gênero híbrido que mescla informação e entretenimento e que se apropria de formatos jornalísticos para desenvolver uma programação diversificada que visa não somente entreter, mas também levar informação às massas (ENDO, 2013, p. 7).

Entre os anos de 2010 e 2023 houve uma crescente interação entre o jornalismo e o entretenimento. A mídia tradicional, como jornais e revistas, vem incorporando cada vez mais elementos de entretenimento em suas produções jornalísticas.

Infotimento é um termo que surge da junção das palavras “informação” e “entretenimento”. Trata-se de uma forma de comunicação que tem como objetivo principal mesclar informações relevantes e notícias importantes com elementos de entretenimento, de forma a tornar o conteúdo mais atraente e acessível ao público em geral.

O infotimento pode ser encontrado em diversas formas de mídia, como programas de televisão, rádio e internet, e em jornais e revistas. Ele se caracteriza pelo uso de recursos como humor, música, dramatização, imagens e outras técnicas de entretenimento para apresentar informações sobre temas variados, desde notícias políticas e econômicas até curiosidades e fatos do cotidiano.

No entanto, é um fenômeno que tem gerado algumas discussões e controvérsias, principalmente no que diz respeito ao seu papel como gênero do discurso jornalístico. Enquanto alguns autores defendem que é uma forma válida e eficiente de apresentar informações relevantes e notícias importantes de forma acessível e atraente, outros criticam essa abordagem por considerá-la sensacionalista e superficial.

O termo se diferencia do entretenimento puro e simples porque não perde de vista a informação que está sendo transmitida. Ao contrário, a informação é o elemento principal da mensagem, e o entretenimento é utilizado para torná-la mais atraente e acessível.

Alguns argumentam que é uma forma válida e eficiente de apresentar informações relevantes, esses defensores afirmam que o público em geral muitas vezes não se interessa por notícias e informações apresentadas de forma objetiva, sendo o infotimento uma forma de tornar essas informações mais atrativas.

Além disso, o termo pode ser visto como uma estratégia para expandir o público consumidor, especialmente aqueles que não se interessam por notícias e informações apresentadas de forma tradicional, aumentando o engajamento do público e garantindo a sobrevivência dos veículos de comunicação em um cenário cada vez mais competitivo.

No entanto, há aqueles que criticam o infotimento como gênero do discurso jornalístico, por considerá-lo sensacionalista e superficial. Esses críticos argumentam que o infotimento coloca o entretenimento acima da informação, comprometendo a qualidade e a precisão das notícias apresentadas.

Desta forma, o infotimento pode ser visto como uma forma de perpetuar a cultura do espetáculo, em que a busca pelo sensacionalismo e pela audiência acabam se sobrepondo à busca pela informação e pela verdade, podendo levar a uma banalização da informação e o comprometimento da credibilidade dos veículos de comunicação.

Não só isso, também pode ser criticado por contribuir para a polarização da opinião pública, ao simplificar e reduzir temas complexos a uma série de *soundbites*<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup> Expressão inglesa que designa a declaração de uma fonte de informação aproveitada para ser citada em discurso direto. O conceito tem importância a dois níveis distintos. Pelo lado do jornalista, o *soundbite* é a forma encontrada para ilustrar uma informação, usando a declaração autorizada de uma fonte. Pelo lado da fonte de informação, o *soundbite* significa a capacidade de poder exprimir uma ideia sem a interferência interpretativa do jornalista

e manchetes sensacionalistas, acarretando a falta de entendimento e diálogo entre diferentes grupos, e contribuindo para a fragmentação da sociedade.

Contrariando o senso comum, trataremos o infotimento como um recurso utilizado para tornar as notícias mais fáceis e compreensivas, tornando-as mais leves e atraentes para o público consumidor.

## 2.2 O jornalismo e a era das redes sociais

Dentre as transformações impostas, destacamos as redes sociais, na qual surgem como novos espaços de relacionamento entre emissor e receptor, proporcionando aos veículos de comunicação novas ferramentas de trabalho, produção e distribuição de conteúdo. Para Souza (2013), essas tecnologias coadjuvaram com o processo de convergência, fomentando a participação do público no processo noticioso.

Assim, ferramentas como os sites de redes sociais na internet podem ser consideradas protagonistas desse novo ecossistema midiático, uma vez que permitem a divulgação e/ou a replicação de qualquer tipo de informação por qualquer pessoa, modificando a relação entre produtores e audiência. (SOUSA, 2013, p. 36).

Com isso, através das redes sociais, o desempenho das notícias adquire novas roupagens, tirando o produtor de conteúdos como agente exclusivo da informação e permitindo que as audiências produzam seus próprios conteúdos e distribuam junto às suas redes de contato. Nesse sentido, Souza (2013) relata que:

A facilidade em se publicar, comentar e distribuir informações nos sites de redes sociais na internet marca o atual momento do jornalismo. Diferentemente da época de ouro do jornalismo impresso, quando os editores possuíam grande poder sobre a sociedade, com a emergência das redes sociais esse poder se dispersa e é dividido com seus usuários. (SOUSA, 2013, p. 71).

O jornalismo e as redes sociais têm uma relação complexa e em constante evolução. A ascensão das redes sociais como fonte de notícias e informação, trouxe uma mudança significativa na forma como as pessoas consomem e compartilham notícias. As redes sociais são agora uma parte integral do ecossistema de notícias, e o jornalismo teve que se adaptar e evoluir para lidar com o impacto dessas plataformas.

A relação entre o jornalismo e as redes sociais começou a se desenhar no início dos anos 2000, com o surgimento de sites de compartilhamento de notícias como o *Digg*<sup>4</sup> e o *Reddit*<sup>5</sup>. Esses sites permitiam aos usuários votar em histórias de notícias e colocá-las em destaque, criando uma forma de curadoria colaborativa de notícias que se tornou conhecida como “jornalismo cidadão”<sup>6</sup>.

---

<sup>4</sup> O Digg é um agregador social de notícias. Disponível em: < <https://digg.com/> >. Acesso em 08 jun. 2023.

<sup>5</sup> Reddit é um site que funciona sob um sistema de pontuação (votos) e permite que qualquer pessoa crie um fórum, para que uma comunidade possa debater sobre um tópico. Disponível em: < <https://www.reddit.com/> >. Acesso em 08 jun. 2023.

<sup>6</sup> É o ato do cidadão, ou grupo de cidadãos, de desempenhar um papel ativo no processo de coletar, reportar, analisar e divulgar notícias e informações” (Bowman e Willis, 2003:9)

Com o tempo, as redes sociais<sup>7</sup> se tornaram a principal fonte de notícias para muitas pessoas. As plataformas de mídia social<sup>8</sup>, como o *Facebook* e o *Twitter*, tornaram-se lugares onde as pessoas compartilham notícias e informações, mas também se envolvem em discussões sobre as notícias do dia. Como resultado, o papel do jornalismo na sociedade mudou. Os jornalistas precisaram entender como as notícias são compartilhadas nas redes sociais e como as pessoas respondem a elas.

Nesse contexto, Henriques (2016) afirma que o surgimento e expansão dessas ferramentas afetam diretamente na proximidade e velocidade com que as notícias chegam ao consumidor:

Os dispositivos móveis, impulsionaram uma reconfiguração no cotidiano do fazer jornalístico, desde suas ferramentas de produção às narrativas que ainda se alteram com esta nova percepção do impacto das informações propagadas. As tecnologias de comunicação sempre impressionaram pela velocidade na qual levavam informações às pessoas. (HENRIQUES, 2016, p. 15).

Os novos formatos de mídia social também mudaram a forma como o jornalismo é produzido e distribuído. As plataformas de mídia social permitiram que as notícias sejam compartilhadas instantaneamente em todo o mundo, criando oportunidades para o jornalismo em tempo real. Os jornalistas passaram a transmitir notícias ao vivo, fazer perguntas aos usuários e publicar atualizações em tempo real. As plataformas de mídia social também permitiram novos formatos de conteúdo, como vídeos curtos e fotos, que podem ser usados para contar histórias de maneiras novas e emocionantes.

Neste raciocínio, Henriques (2016) corrobora que surgiram novas possibilidades de comunicação entre jornalismo e o consumidor, trazendo novas adequações tanto na rotina como nos novos formatos de se fazer notícias no século XXI.

O que de fato se percebe atualmente, é que com o espaço híbrido - que possibilita a amplitude do virtual, em constante mutação, junto à mobilidade do espaço urbano - abre-se um leque de possibilidades de tratamento da informação, que já não é mais apreendida e divulgada por um ou outro conglomerado midiático. (HENRIQUES, 2016, p.16).

Nessa mesma perspectiva, Bastos (2014) sinaliza para a necessidade de um novo formato de notícias digitais na web.

O aparecimento da Internet e a subsequente emergência do ciberjornalismo proporcionou ao jornalismo a exploração de novos territórios e diferentes linguagens. Surgiram narrativas inovadoras e práticas inéditas. Nasceram novos gêneros. Entre outras potencialidades, o hipertexto, o multimídia, a interatividade, a ubiquidade e a instantaneidade levaram os médios noticiosos a reconfigurar-se de modo a responder às exigências do novo meio, às tendências do momento e ao crescimento e sofisticação das audiências online. (BASTOS, 2013, p. 7).

---

<sup>7</sup> Redes Sociais são canais de relacionamento entre pessoas. É onde você pode fazer e cultivar amigos.

<sup>8</sup> Mídias Sociais são espaços para a distribuição de conteúdo, gratuito ou não, e divulgação de marcas.

Mais do que isto, para Oliveira (2014), essa mediação entre jornalismo digital e dispositivos móveis, além de aproximarem o público do jornalismo, possibilitaram maior cobertura dos fatos e acontecimentos do cotidiano.

Os dispositivos móveis ampliaram e diversificaram as possibilidades de tessitura e estruturação de narrativas jornalísticas, redefinindo as expectativas acerca das potencialidades e limitações da produção de conteúdo jornalístico em suportes digitais. (OLIVEIRA, 2014, p. 3).

No qual, para Alexandre Lenzi (2014), se vislumbra a “necessidade de aprofundar o debate sobre a formação das equipes que desenvolvem os trabalhos multimídia das redações jornalísticas”. Essas transformações “envolvem fatores como reposicionamento no mercado, incorporação de novas tecnologias aos processos de trabalho e adequação do perfil dos profissionais para este novo cenário”. O pesquisador conclui que:

Esse parece ser um caminho sem volta: a redação jornalística com produção multimídia, entregando notícias em textos (para sites e publicações impressas), complementadas com fotos, áudios, vídeos e infográficos. Procedimento desejado tanto em coberturas factuais, quanto nas grandes reportagens. (LENZI, 2014, p.62).

Com essas transformações cabe ao jornalismo se adaptar a esta nova realidade em busca de caminhos que o permitam se manter essencial à sociedade, renovando suas formas de produção e distribuição e principalmente tornando as redes sociais como elemento complementar e não substituto das atividades jornalísticas.

### **2.3 Sátira e ironia no jornalismo**

A sátira e a ironia são técnicas frequentemente utilizadas no jornalismo para abordar questões políticas, sociais e culturais de forma humorística e crítica. Embora essas técnicas possam ser eficazes para atrair a atenção do público e promover o debate, elas também podem ser controversas e gerar críticas por parte de alguns leitores.

Segundo o crítico canadense Hutcheon;

A sátira [...] mostra a literatura assumindo especial função analítica, de destruir os cacarêus dos estereótipos, crenças fossilizadas, terrores supersticiosos, teorias excêntricas, dogmas pernósticos, modas opressivas e todas as outras coisas que impedem a livre movimentação (não necessariamente, por certo, o progresso) da sociedade (HUTCHEON 1989, p. 229).

A sátira é a representação humorística de uma situação ou pessoa que é exagerada e distorcida para fins cômicos. Ela pode ser utilizada para criticar ações ou políticas governamentais, satirizar celebridades ou personalidades públicas, ou ainda para abordar questões sociais de forma bem-humorada. A ironia é um recurso que utiliza o oposto do que é dito para expressar uma ideia ou opinião. Ela pode ser utilizada para criticar ações ou comportamentos, ou ainda para mostrar o absurdo de uma situação.

Para Hutcheon, sátira e ironia trabalham lado a lado:

A principal distinção entre ironia e sátira é que a sátira é a ironia militante: suas normas morais são relativamente claras, e aceitas como critérios de acordo com os quais são medidos o grotesco e o absurdo. [...] A ironia é coerente tanto com o completo realismo do conteúdo, como com a supressão de qualquer atitude, por parte do autor. A sátira requer pelo menos uma fantasia mínima, um conteúdo que o leitor reconhece como grotesco, e pelo menos um padrão moral implícito, sendo o último essencial, numa atitude combativa, para a experiência (ibidem, p. 219-20).

Burton, declara que a sátira é uma forma de humor que estimula a democracia deliberativa, pelo seu papel de crítica, de denúncia da hipocrisia política, usando o seu poder na esfera pública para chamar a atenção sobre os vícios e hipocrisias da sociedade (BURTON, 2010). Luís Pedro Nunes, citado por João Guimarães, afirma que o jornalismo satírico é também uma forma de construção social com o propósito humorístico e uma interpretação da realidade muito própria sob a forma de sátira. (GUIMARÃES, 2013).

A sátira política se utiliza do humor para criticar e ridicularizar figuras públicas, instituições e ideologias políticas. Ela é uma forma de expressão que existe desde a antiguidade, mas que ganhou força com o advento da imprensa e, principalmente, com a popularização da internet e das redes sociais.

A sátira tem como objetivo principal expor os absurdos e as contradições do mundo político de uma forma irônica e bem-humorada, muitas vezes utilizando caricaturas ou desenhos animados para ilustrar as críticas. É uma forma de crítica social que, ao mesmo tempo em que diverte o público, também o faz refletir sobre as questões políticas e sociais em pauta. No entanto, a sátira política também pode ser polêmica e provocativa, levantando questões sobre o seu papel na sociedade e a sua relação com a liberdade de expressão.

## 2.4 A paródia de notícias na atualidade

A paródia é uma técnica de criação artística que utiliza elementos de uma obra original para fazer uma sátira ou uma crítica humorística. No jornalismo, a paródia é uma forma de crítica social e política que utiliza elementos da linguagem jornalística para ridicularizar ou ironizar determinados temas, personalidades ou situações. Paródia e sátira embora sejam comuns no jornalismo e com tradição literária parecidas, possuem suas distinções que precisam ser identificadas. Segundo Rose (1993), apesar das paródias adotarem tons humorísticos satíricos, elas são delineadas pela integração de características de estilos ou conveniências de gêneros que são próprias do que é parodiado, enquanto as sátiras “não precisam se restringir a imitação, distorção ou citação”<sup>9</sup> (ROSE, 1993, p. 81, tradução nossa).

Desta forma, para Hutcheon (1989, p. 35);

Os textos em si não geram nada – a não ser que sejam apreendidos e interpretados. Por exemplo, sem a existência implícita de um leitor, os textos escritos não passam da acumulação de marcas pretas em páginas brancas. [...] A paródia não envolve apenas um énoncé estrutural, mas também a enonciation inclui um emissor da frase, um receptor desta, um tempo e um lugar, discursos que a precedem e se lhe seguem – em resumo, um contexto.

<sup>9</sup> No original: “need not be restricted to the imitation, distortion, or quotation” (ROSE, 1993, p. 81).

Portanto, é necessário conhecimento por parte do leitor do texto parodiado e seus elementos, uma vez que para atingir seu objetivo, o leitor precisa compreender o que está sendo proposto, constatar a ironia e construir sua própria percepção sobre o que está sendo citado.

Assim, Linda Hutcheon explana a diferença entre sátira de paródia.

A paródia invoca antes uma distância crítica autoconsciente em relação ao outro que pode ser usada como mecanismo retórico para indicar ao leitor que procura padrões ideais imanes, ainda que indiretos, cujo desvio deve ser satiricamente condenado na obra [...] A sátira não autoriza, mas ridiculariza a transgressão de normas sociais, embora possa legitimar parodicamente normas literárias (HUTCHEON, 1989, p. 100).

Para a autora canadense, a paródia pode ser considerada um “contracanto”, ou seja, a contraposição de um texto contra o outro com a intenção de produzir o riso, a zombaria de forma caricata e se utilizando da ironia para estimular a conscientização do leitor. Para Lapa (2015, p. 10), o uso da paródia no jornalismo é importante, pois ela permite “remodelar formas familiares para dizer algo de sério com maior impacto”.

Em geral, o Sensacionalista possui formato padrão dos jornais convencionais, com textos curtos de até cinco parágrafos, sendo título e lead em formato de paródia, que ao decorrer da contextualização das notícias deixam claras ao leitor a utilização deste recurso. Esse ato de parodiar o jornalismo requer conhecimento e atenção sobre os fatos do cotidiano, além do conhecimento das rotinas jornalísticas, pois dependem da realidade para recriar, ironizar, satirizar e remodelar seus conteúdos sob a perspectiva do humor.

### 3 METODOLOGIA

A metodologia “é a lógica dos procedimentos científicos em sua origem e em seu desenvolvimento e deve ajudar a explicar não apenas os produtos da investigação científica, mas principalmente seu próprio processo” conforme Bruyne (1991, p. 29). Já para Minayo (1993, p. 23) “é uma atitude e uma prática teórica de constante busca que define um processo intrinsecamente inacabado e permanente. É uma atividade de aproximação sucessiva da realidade que nunca se esgota, fazendo uma combinação particular entre teoria e dados”.

Neste tópico, iremos apresentar os recursos metodológicos que utilizamos na elaboração desta pesquisa e que nos ajudaram a alcançar as respostas da problemática lançada neste trabalho. No item 3.1, iremos apresentar o objeto de nosso estudo, o perfil Sensacionalista, que realiza o jornalismo utilizando o humor como instrumento principal. No item 3.2, vamos descrever a classificação da nossa pesquisa, uma pesquisa qualitativa - descritiva, por se tratar de uma análise das apresentações daquela notícia para o público. Por fim, no item 3.3 analisaremos as postagens coletadas conforme o objetivo proposto neste trabalho.

#### 3.1 Sensacionalista: o jornal isento de verdade

Criado em 2009, o *Sensacionalista*<sup>10</sup> é um dos pseudojornais mais conhecidos do país. O mesmo foi idealizado pelo jornalista, roteirista e ex-redator do programa

<sup>10</sup> Disponível em: < <https://oglobo.globo.com/blogs/humor/sensacionalista/> > . Acesso em 06/06/2023. Medição feita em 22.06.2023

humorístico Casseta & Planeta, Nelito Fernandez, com viés humorístico, muitas vezes sarcásticos no qual se utilizam de notícias com chamadas em formato de paródias, que podem ser tidas como verídicas por aqueles que não estejam por dentro do que acontece na realidade. Atualmente a equipe é composta por quatro redatores: os jornalistas Nelito Fernandes, Martha Mendonça e Marcelo Zorzaneli e o roteirista Leonardo Lanna. A página faz parte atualmente do grupo O Globo e possui perfil em diversas redes sociais, entre elas, o Twitter<sup>11</sup>, com 2.4 milhões de seguidores; Instagram<sup>12</sup>, com 1.1 milhão e Facebook<sup>13</sup> com mais de 3 milhões de seguidores.

O site, como descrito, está voltado para o humor e não tem por finalidade criar notícias falsas ou boatos, ele se enquadra no que chamam de jornalismo sensacionalista, ou de sensações, cujas características conforme (BARBOSA & ENNE, 2005, p. 67) é um tipo de matéria que apela às sensações, que provoca emoção, que indica uma relação de proximidade com o fato reconstruído exatamente a partir de uma memória dessas sensações. Vale salientar que essas relações não estão ligadas a algo físico ou psíquico, mas nas sensações provocadas nos leitores através da leitura com o extraordinário, excepcional que desencadeiam nos mesmos sentimentos indescritíveis.

Para fortalecer essa proximidade com o leitor, é comum a página utilizar recursos ilustrativos e narrativos como exagero, trocadilhos, gírias e exploração do extraordinário, que geram a expectativa do riso, e fazem com que as pessoas se divirtam através das paródias e reinterpretações de forma satírica das notícias divulgadas.

A comicidade presente neste jornal pode ser observada já no seu título - "Sensacionalista – Humor". O jornal isento de verdade" (Figura 1).

**Figura 1** – Título do Sensacionalista no site oficial



**Fonte:** *Print do autor*

O duplo sentido já traz consigo uma provocação carregada de humor, pois seria o jornal que é isento de verdade ou que não tem verdade? E o que seria essa verdade em caso de afirmativa? Essas palavras provocativas utilizadas através do trocadilho despertam nos leitores essa ambiguidade. Para Propp (1992), o trocadilho:

ocorre quando um interlocutor compreende a palavra em seu sentido amplo ou geral e o outro substitui esse significado por aquele mais restrito ou literal; com isso ele suscita o riso, na medida em que anula o argumento do interlocutor e mostra sua inconsistência. [...] O riso é despertado quando, em nossa consciência, o significado mais geral da palavra passa a ser substituído pelo significado exterior, "literal". (PROPP, 1992, p. 121).

<sup>11</sup> Disponível em

<[https://twitter.com/sensacionalista?ref\\_src=twsrc%5Egoogle%7Ctwcamp%5Eserp%7Ctwgr%5Eauth](https://twitter.com/sensacionalista?ref_src=twsrc%5Egoogle%7Ctwcamp%5Eserp%7Ctwgr%5Eauth)>. Acesso em 08.06.2023. Medição feita em 22.06.2023

<sup>12</sup> Disponível, em <<https://www.instagram.com/jornalsensacionalista/>>. Acesso em 08.06.2023. Medição feita em 22.06.2023

<sup>13</sup> Disponível em <[www.facebook.com/sensacionalista](http://www.facebook.com/sensacionalista)>. Acesso em 08.06.2023. Medição feita em 22.06.2023

Além disso, observamos também a comicidade na escolha do nome do “jornal”, uma vez que para manter a seriedade do seu portal, jornais tradicionais não escolheriam tal adjetivo.

No que se refere aos aspectos visuais da página, nota-se uso das cores preto branco e azul, com logomarca semelhante ao jornal americano *The New York Times*<sup>14</sup> (Figura 2). Quanto às características lexicais e linguísticas, prezam por textos curtos e objetivos comuns ao jornalismo tradicional.

O Sensacionalista possui layout(Figura3) do site similar aos grandes portais de notícias. Em sua página principal podemos observar a semelhança de distribuições de conteúdos, cuja diagramação, relevância (Notícias em grande destaque em primeiro plano) e organização (notícias mais recentes) são idênticas a portais de notícias tradicionais como o G1<sup>15</sup> do Grupo Globo.

**Figura 2** - Título do The New York Times



Dada a verossimilidade com outros portais de notícias, podemos verificar que o site Sensacionalista dialoga, se utilizando da paródia, com os maiores portais de notícias do país.

**Figura 3** - Layout da Página Sensacionalista no site oficial

<sup>14</sup> Disponível em :< <https://www.nytimes.com/> >. Acesso em 08.06.2023

<sup>15</sup> Disponível em: < <https://g1.globo.com/> >. Acesso em 08.06.2023

Menu O GLOBO | Sensacionalista ASSINE Buscar Entrar

Óculos de realidade mista da Apple entram no programa de desconto de carro popular

Assessor de Lira que não estava no esquema do kit de robótica é exonerado

Sensacionalista

Para apoiar Lula, Lira quer sua foto com faixa presidencial em repartições  
Há 4 dias — Em Sensacionalista

Sensacionalista

Bolsonaro fica esperançoso com atraso de 30 anos na condenação de Collor

FRONTEIRAS TEMPORADA 2023 DO FENÔMENO DE MAIO A OUTUBRO  
6 GRANDES CONFERÊNCIAS NO TEATRO B32  
INSCREVA-SE COM 60% OFF  
VAGAS LIMITADAS!

Mais Lidas em Cultura

Fonte: *Print* do autor

A estrutura das notícias ao serem clicadas são bem próximas dos portais tradicionais, fontes maiores para as manchetes, apresentadas de forma objetiva e clara, que despertam a curiosidade do leitor. Os textos jornalísticos por sua vez, são distribuídos em parágrafos, obedecendo às perguntas principais do lead jornalístico (Quem? o quê? Onde? Como? Quando? e Por que?) e os demais desenvolvidos com bastante humor, tons de ironias e sátiras sobre o assunto abordado.

As diferenças observadas são bastantes sutis, no Sensacionalista não observamos o uso de links e hiperlinks, bem como a assinatura do autor do conteúdo, diferente dos portais de notícias tradicionais que utilizam esses recursos com o objetivo de proporcionar ao leitor uma visão mais ampla do que está sendo noticiado.

A linguagem utilizada pelo Sensacionalista geralmente é de textos curtos e objetivos que são feitos exclusivamente em cima dos episódios ocorridos na ocasião em que o aconteceram o que está sendo divulgado.

Desta maneira, o Sensacionalista se reveste de seriedade e, ao mesmo tempo, possui conteúdos superficiais, utilizando recursos como a paródia, comicidade satírica para criticar os personagens escolhidos ou a forma como outros portais divulgam seus conteúdos.

No Instagram o portal estreou em abril de 2015, acumulando até 22 de junho de 2023 mais de 1.1 milhão de seguidores, com postagens diárias direcionadas em sua grande maioria para questões políticas do nosso cotidiano.

### 3.2 Pesquisa de natureza qualitativa de caráter descritivo

Como afirma Stumpf (2006), a pesquisa bibliográfica é o pontapé na organização de um estudo. Com base nesse entendimento, a pesquisa bibliográfica foi o primeiro passo para elaboração deste trabalho. Através de leituras, aprofundamentos conceitos importantes para a pesquisa, como jornalismo online, sátira, humor, paródia e o uso do sensacionalismo nos portais de notícia.

Nesse sentido, nossa pesquisa se configura em uma metodologia qualitativa descritiva, pois, como afirma Teixeira (2005) busca interpretar os fatos sociais de um determinado contexto específico. Essa natureza direciona nosso trabalho para uma pesquisa descritiva, pois se propõe a descrever como o perfil do Sensacionalista no Instagram expõe as notícias políticas de uma forma sarcástica, utilizando o humor e a paródia para satirizar as notícias.

Para Silva & Menezes (2000, p.21), “a pesquisa descritiva visa descrever as características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis. Gil (1996, p.46), corrobora afirmando que “as pesquisas descritivas têm como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno, ou então, o estabelecimento de relações entre variáveis”.

Neste estudo optamos por escolher uma pesquisa qualitativa, uma vez que para Silva Menezes (2020);

[...] a pesquisa qualitativa considera que há uma relação dinâmica entre o mundo real e o sujeito, isto é, um vínculo indissociável entre o mundo objetivo e a subjetividade do sujeito que não pode ser traduzido em números. A interpretação dos fenômenos e atribuição de significados são básicos no processo qualitativo. Não requer o uso de métodos e técnicas estatísticas. O ambiente natural é a fonte direta para coleta de dados e o pesquisador é o instrumento chave. O processo e seu significado são os focos principais de abordagem [...] (SILVA; MENEZES, 2000, p. 20).

Corroborando com a descrição da pesquisa qualitativa, Teixeira afirma que:

Na pesquisa qualitativa o pesquisador procura reduzir a distância entre a teoria e os dados, entre o contexto e a ação, usando a lógica da análise fenomenológica, isto é, da compreensão dos fenômenos pela sua descrição e interpretação [...] (TEIXEIRA, 2005, p. 137).

Sendo assim, iremos analisar três “notícias” veiculadas pela página do Sensacionalista no Instagram, no período que compreende 12 a 18 de setembro de 2022, referentes a visita do ex-Presidente da República Jair Messias Bolsonaro ao velório da Rainha Elizabeth II, falecida em 08 de setembro de 2022, aos 96 anos.

O período escolhido decorre por ser um fato histórico em se tratar de uma das mais emblemáticas personalidades na história contemporânea, ao mesmo tempo em que acontece num período de grande divisão político partidária brasileira, marcada por eleições presidenciais acirradas no país.

### **3.3 Discussões e análises**

Tendo apresentado ao longo deste trabalho a página (site) e perfil (Instagram) do Sensacionalista e os arcabouços teóricos a respeito das técnicas utilizadas por esse veículo sociocomunicativo, analisaremos a partir de agora as postagens no período que compreende o velório da Rainha Elizabeth II, que ocorreu de 12 a 18 de setembro de 2022. Contextualizamos nossa análise com notícias divulgadas na época

em sites de jornalismo – como o G1, UOL e Veja – para melhor compreensão e interpretação desta análise.

A Rainha Elizabeth II foi monarca do Reino Unido e de outros países da comunidade britânica durante 70 anos. Ela nasceu em 21 de abril de 1926 em Londres, Inglaterra, e foi coroada em 2 de junho de 1953, após a morte de seu pai, o rei George VI. Durante seu reinado, ela enfrentou muitas mudanças políticas e sociais, incluindo a descolonização britânica, a Guerra Fria, a globalização e a evolução da sociedade britânica.

A Rainha Elizabeth II morreu em 08 de setembro de 2022, aos 96 anos no palácio de Balmoral, na Escócia, sua residência oficial de férias. Ela entrou para a história como a rainha mais longeva, comemorando o jubileu de Platina ao lado da Família Real e de grandes artistas de renome internacional. O funeral da monarca aconteceu na Abadia de Westminster e teve início às 11h (horário local) do dia 19 de setembro. Políticos de alto escalão, ex-primeiros-ministros do Reino Unido e Chefes de Estado de todo o mundo se reuniram aos membros da família real para homenagear a vida e os feitos da rainha.

O recorte desta pesquisa – que compreende o funeral da rainha – corresponde a três postagens realizadas no período. No primeiro post escolhido, temos a matéria do site da Veja<sup>16</sup> (Figura 4), publicada em 11 de setembro de 2022, referente a confirmação da presença do ex-presidente da República Brasileira, Jair Messias Bolsonaro, no velório da Rainha Elizabeth II, em resposta ao convite enviado pelo Reino Unido ao Itamaraty, na embaixada brasileira em Londres. No dia 12 de setembro de 2023 temos a postagem da página do Sensacionalista no Instagram<sup>17</sup> (Figura 5), fazendo referência à mesma notícia publicada pela Veja.

**Figura 4** - Print Matéria Veja

---

<sup>16</sup> Disponível em: < <https://veja.abril.com.br/politica/bolsonaro-confirma-ida-ao-funeral-da-rainha-elizabeth-ii>>. Acesso em 08.06.2023

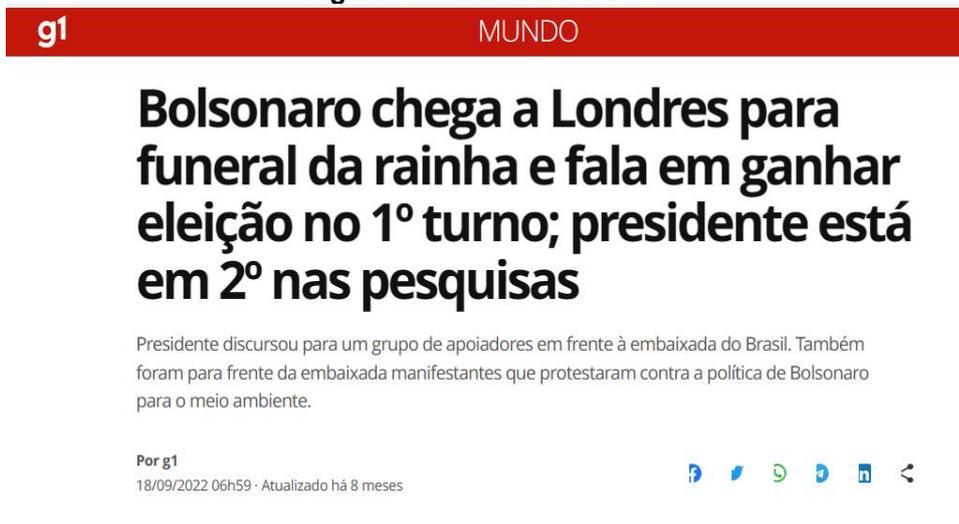
<sup>17</sup> Disponível em: < <https://www.instagram.com/p/Cia-vR-Jey3/?igshid=MzRIODBiNWFIZA%3D%3D>>. Acesso em 08.06.2026



arrepende de ter morrido” podemos notar que há um direcionamento interpretativo para o leitor, já que Bolsonaro é visto como um presidente isolado perante a comunidade internacional, sendo amplamente criticado pelos veículos de comunicação da época. A postagem quer dizer que a rainha, mesmo morta, se arrependeria pelo fato de o político estar presente. Neste caso, a comicidade se dá pelo uso do extraordinário, visto que a rainha está morta e não poderia se arrepender, assim, o Sensacionalista utiliza desses elementos para fazer uma crítica a presença do ex-presidente que era considerado por muitos como um líder conservador de extrema direita, cujas políticas externas estavam voltadas para parceiros aliados, deixando de lado autoridades políticas que discordavam do seu Governo.

No segundo post (Figura 6) publicado pelo G1<sup>18</sup>, portal de notícias da Globo, em 18 de setembro de 2022, temos a chegada do ex-presidente Jair Messias Bolsonaro em Londres. A notícia confere destaque para a fala do político que descreve a expectativa acerca do resultado das eleições presidenciais que aconteceriam em outubro do mesmo ano no Brasil.

Figura 6 – Print Matéria do G1



**g1** MUNDO

## Bolsonaro chega a Londres para funeral da rainha e fala em ganhar eleição no 1º turno; presidente está em 2º nas pesquisas

Presidente discursou para um grupo de apoiadores em frente à embaixada do Brasil. Também foram para frente da embaixada manifestantes que protestaram contra a política de Bolsonaro para o meio ambiente.

Por g1  
18/09/2022 06h59 · Atualizado há 8 meses



Fonte: *Print* do autor

Já na postagem do Sensacionalista<sup>19</sup> (Figura 7), observamos novamente o uso de recursos verbais e não verbais que, como dito anteriormente, remetem aos *layouts* e estilos próprios característicos das notícias comuns veiculadas pelo jornalismo tradicional. Nessa postagem, a legenda confirma a informação reportada pelo G1, que é a chegada do ex-presidente na cidade. Com o intuito de satirizar a fala do ex-

<sup>18</sup> Disponível em : < <https://g1.globo.com/mundo/noticia/2022/09/18/bolsonaro-chega-a-londres-para-funeral-da-rainha-elizabeth-ii.ghtml> >. Acesso em 08.06.2023

<sup>19</sup> Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/CipINxYr-9k/?igshid=MTc4MmM1YmI2Ng%3D%3D>>. Acesso em 08.06.2023

presidente, tendo em vista que as pesquisas eleitorais, divulgadas pelos institutos de opinião da época, tendenciavam para um resultado contrário, com a vitória do candidato da oposição, Luís Inácio Lula da Silva. Nesse sentido, percebemos o emprego do conceito de 'contracanto', conforme defendido por Hutcheon (1989), que se refere a utilização de elementos textuais com base em uma paródia que humoriza os fatos relatados, como vemos na postagem do Sensacionalista.

O texto ainda subverte o conteúdo produzido pelo G1, com intuito de ridicularizar a presença de Jair Bolsonaro no velório da rainha, fazendo uso da paródia para ironizar o pronunciamento feito pelo ainda então Presidente do Brasil. Na imagem, que acompanha a manchete já analisada, temos o político ao lado de sua esposa, a então primeira-dama Michelle Bolsonaro, os dois estão vestidos de preto, cor que é utilizada para demonstrar socialmente o luto. O Sensacionalista utiliza essa cena para ironizar as declarações dadas à imprensa pelo ex-presidente, horas antes, em Londres, nas quais ele afirma que ganharia a presidência no Brasil no 1º turno. Como um dos pontos desta análise, percebemos que o veículo utilizou a cena para fazer uma suposição de que as roupas utilizadas pelo casal seriam do próprio velório da candidatura de Jair Bolsonaro às eleições brasileiras de 2022.

Figura 7- Publicação do Sensacionalista no Instagram

The image shows a screenshot of an Instagram post. At the top, the Instagram logo is on the left, a search bar with 'Pesquisar' in the center, and 'Entrar' and 'Cadastre-se' buttons on the right. The post itself features a large, bold headline: 'Sensacionalista' followed by 'Bolsonaro vai a Londres para o funeral de sua candidatura'. Below the headline is a photograph of Jair Bolsonaro and Michelle Bolsonaro standing together in black clothing. To the right of the image is the post's text, which is a satirical article. The text includes: 'O presidente Jair Bolsonaro confirmou que estará em Londres para a celebração da morte de sua campanha. O clima na família já é de desânimo. Flavio Bolsonaro foi visto experimentando algemas num clube de tiro. Bolsonaro já vive aquele momento em que ninguém no Palácio lhe serve mais nem um café. Até porque o café está muito caro e a família gastou todo o seu dinheiro comprando marsôes. Logo depois que foi anunciada a presença de Bolsonaro, a Rainha Elisabeth se arrependeu de ter morrido. "Achei que fosse descansar", disse ela em mensagem psicografada por um médium alagoano.' Below the text are icons for heart, comment, share, and bookmark. At the bottom of the post, it says '109.445 curtidas' and 'SETEMEIRO 18, 2022'. Below the Instagram logo, the text reads 'jornalsensacionalista' and 'Fonte: Print do autor'.

A terceira e última análise é de 18 de setembro de 2022, e refere-se ao site de notícias Uol<sup>20</sup> que fez uma matéria (Figura 8) sobre o fato do ex-presidente da República, Jair Bolsonaro, ter levado o pastor Silas Malafaia para o velório da rainha Elizabeth II. O site Uol traz informações acerca da comitiva presidencial, focando no

<sup>20</sup> Disponível em: < <https://noticias.uol.com.br/ultimas-noticias/ansa/2022/09/18/bolsonaro-leva-pastor-silas-malafaia-a-velorio-de-rainha.htm> >. Acesso em 08.06.2023

fato do pastor Silas Malafaia não estar em nenhum cargo público do Governo Federal e, mesmo assim, integrar a comitiva, isso chamou a atenção dos jornais e do público na época, gerando uma repercussão negativa. A matéria traz um breve perfil sobre o pastor Silas Malafaia, um líder religioso envolvido em escândalos e principal cabo eleitoral de Bolsonaro junto ao público evangélico, além disso, é líder da igreja Assembleia de Deus Vitória em Cristo. O veículo de notícias destaca-o como um dos principais apoiadores do então candidato à reeleição, bem como o seu poder de influência como um dos principais líderes do segmento evangélico no Brasil.

**Figura 8 – Print Matéria do Site UOL**

The image shows a screenshot of a news article on the UOL website. The page has a blue header with the UOL logo and navigation links. The main headline is "Bolsonaro leva pastor Silas Malafaia a velório de rainha". Below the headline, there are social media sharing icons for Facebook, Twitter, and a plus sign. A date and time stamp "18/09/2022 13h40" is visible, along with the ANSA logo. A play button icon indicates an audio player for the article, labeled "Ouvir artigo 1 minuto". A comment icon is also present. The main text of the article reads: "SÃO PAULO, 18 SET (ANSA) - O presidente Jair Bolsonaro levou o pastor Silas Malafaia para ver o caixão da rainha Elizabeth II, que está sendo velada no Westminster Hall, em Londres." The word "PUBLICIDADE" is visible in the top right corner of the article area.

**Fonte:** *Print* do autor

Na caso do Sensacionalista<sup>21</sup> (Figura 9), notamos que eles não utilizam o recurso de legenda na postagem – o qual é utilizado pelo jornalismo para auxiliar a compreensão do leitor sobre o que se trata o conteúdo da notícia – deixando a leitura aberta a interpretações a partir da manchete e da imagem. No material verbo-visual presente na postagem, percebemos que é necessário um conhecimento prévio sobre os personagens em questão, como afirma Hutcheon (1989), para gerar a comicidade desejada seria necessário que o leitor tivesse conhecimento prévio sobre a situação. A utilização da ficção através da citação direta “Tudo tem limite”, que supostamente seria dita pela Rainha, tem o intuito de satirizar a presença do então pastor Silas Malafaia no velório da monarca. Apesar da frase nunca ter sido dita por ela, o Sensacionalista utiliza a linguagem verbal para conferir ao fato uma crítica e ironizar a presença dele na cerimônia.

<sup>21</sup> Disponível em: < <https://www.instagram.com/p/CipxTLVLC8e/?igshid=MzRIODBiNWFIZA%3D%3D> >. Acesso em 08.06.2023

Figura 9 - Publicação da página Sensacionalista



Fonte: *Print* do autor

De maneira geral se observa nas postagens da Sensacionalista grande semelhança ao jornalismo tradicional no que se refere a composição textual, uso de imagens, apresentação de lide correspondente aos fatos e citações de falas creditadas a personagens mesmo que fictício, sendo o humor e ironia utilizados como desfechos inusitados.

#### 4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Buscando analisar a página do Sensacionalista e suas nuances frente ao que chamamos de infotainment, este trabalho analisou de que maneira a referida página se apropria da hibridização do entretenimento mais informação. Desta maneira, podemos observar que o Sensacionalista possui um processo criativo em que se baseia no jornalismo dito tradicional e não em notícias imaginárias, embora alguns críticos acreditem que possam levar o público ao erro quando não acompanhadas de um contexto em que foram produzidas. No entanto, notamos que as notícias são interpretadas na forma de humor, com viés crítico, utilizando de sátiras, ironias e paródias.

Para corroborar com nossa análise, buscamos reforçar nosso trabalho trazendo conceitos fundamentais para sustentação da nossa análise, como da sátira e paródia, as quais se mostraram essenciais para nosso desenvolvimento. Para isso, apontamos que para que o humor seja gerado, é necessário que o leitor tenha conhecimento prévio do assunto, evitando assim, reconhecer tais notícias, por vezes com manchetes absurdas, como verdadeiras.

Em resposta aos nossos objetivos, podemos perceber que o Sensacionalista se adaptou à nova realidade das redes sociais através da exploração do fascínio extraordinário, como afirmado por Pedrosa (2001). Para contextualizar nosso objeto de estudo, apresentamos uma breve história da página Sensacionalista, demonstrando as semelhanças do formato do perfil com sites tradicionais, tanto em seus *layouts* e ícones de identidade visuais, como nos títulos e manchetes, exaltando

a popularidade nas redes sociais. Nas análises das notícias escolhidas, identificamos a semelhança com as notícias reportadas por jornais tradicionais, que vão desde a composição dos textos ao uso de imagens. Em algumas percebemos a existência do lide, fazendo com que o humor apareça para criar efeito imaginário na narrativa, utilizando até mesmo citações diretas nos personagens para legitimar o fato.

Concluimos que o Sensacionalista, embora utilize todos os processos pertinentes ao jornalismo, não pode ser considerado jornalismo, assim como entretenimento, mas se desenvolve na linha divisória de ambos, se reinventando a partir de fatos reais através do humor, da sátira e da paródia, confirmando a tendência de hibridização da comunicação e caracterizando-se como Infotainment.

Diante desse cenário, percebemos que o contexto tecnológico, jornalístico e social atual, permite a ascensão desse tipo de conteúdo entre o público. Assim, o infotainment utilizado pelo Sensacionalista, propõe uma nova forma de entregar notícias com o uso do humor e chega a milhões de seguidores com suas redes sociais, como o Instagram. Portanto, acreditamos que o futuro do jornalismo abre espaço para essa forma de fazer notícia, gerando amplas discussões sobre o gênero e dividindo opiniões.

## REFERÊNCIAS

- AGUIAR, Leonel Azevedo de. Entretenimento: valor-notícia fundamental. **Revista Estudos em Jornalismo e Mídia**, ano V, nº 1, 1º semestre de 2008. Âncora. João Pessoa, v.3, n.2, jul., 2016.
- BASTOS, Helder. **A diluição do jornalismo no ciberjornalismo**. Universidade da Beira Interior. Portugal, 2013. Disponível em: < <http://www.bocc.ubi.pt/pag/bastoshelder-2013-a-diluicao-do-jornalismo-no-ciberjornalismo.pdf> >. Acesso em: 08 jun.2023.
- Bolsonaro chega a Londres para funeral da rainha e fala em ganhar eleição no 1º turno; presidente está em 2º nas pesquisas. G1,2022.Disponível em : < <https://g1.globo.com/mundo/noticia/2022/09/18/bolsonaro-chega-a-londres-para-funeral-da-rainha-elizabeth-ii.ghtml> >. Acesso em 08 de Jun. de 2023.
- Bolsonaro confirma ida ao funeral da rainha Elizabeth II. VEJA,2022. Disponível em: < <https://veja.abril.com.br/politica/bolsonaro-confirma-ida-ao-funeral-da-rainha-elizabeth-ii> >. Acesso em: 08 de jun. de 2023.
- Bolsonaro leva pastor Silas Malafaia a velório de rainha. Uol,2022. Disponível em: < <https://noticias.uol.com.br/ultimas-noticias/ansa/2022/09/18/bolsonaro-leva-pastor-silas-malafaia-a-velorio-de-rainha.htm> >. Acesso em 08 de jun. de 2023.
- BRUYNE. Paul de. **Dinâmicas da pesquisa em ciências sociais**: os polos da prática metodológica. Rio de Janeiro: Francisco Alves editor. 1991
- BUCCI, Eugênio. **TV pública não deve fazer entretenimento**. Disponível em:< <https://www.observatoriodaimprensa.com.br/tv-em-questao/tv-publica-nao-deve-fazer-entretenimento/> >. Acesso em: 08 jun.2023.
- CARVALHO, Mário de. **Era bom que trocássemos umas ideias sobre o assunto**. Lisboa: Caminho, 1995.
- DEJAVITE, Fábila. A. **A Notícia light e o jornalismo de infotainment**, 2007, disponível em < <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R1472-1.pdf> >, Acesso em: 07 jun. 2023.
- DEJAVITE, Fábila A. **INFOtenimento**: informação + entretenimento no jornalismo. São Paulo: Paulinas/Sepac, 2006.
- ENDO, Bárbara. **Essencial ou Acessório?** O Uso do Jornalismo em Programas de Entretenimento. XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, 2013, Bauru- Sp.
- GOMES, Itania Maria Mota. **O Infotainment na Televisão**. Trabalho apresentado ao Grupo de Mídia e Entretenimento do XVIII Encontro da Compós, na PUC-MG. Belo Horizonte: 2009.
- Guimarães, J. (2013) **A transmissão d'A Paródia para O Inimigo Público**: se não aconteceu podia ter acontecido. Obtido em maio de 2023. Disponível em:< <https://comum.rcaap.pt/handle/10400.26/5126> >. Acesso em 20 mai. de 2023.
- HENRIQUES, Sandra. **Mobilidade e ubiquidade**: novas possibilidades no desenvolvimento do processo jornalístico. Revista Latino-americana de Jornalismo.

HUTCHEON, Linda. **Uma teoria da paródia**: ensinamentos das formas de arte do século XX. Rio de Janeiro: Edições 70, 1989.

LAPA, Bruna. **Caras X Bundas**: uma construção paródica. Anais do VIII Encontro dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação de Minas Gerais. Belo Horizonte: Ecomig, 2015. Disponível em: < <https://anaiscomig.wordpress.com/edicao-atual-2/>> Acesso em: 20 mai. 2023.

LENZI, Alexandre. Desafios no redesenho das redações convergentes: produção multimídia e as relações de trabalho. **Vozes e diálogos**. Itajaí, v. 13 n. 02, jul/dez., 2014.

LUGÃO, Ana Luiza. **Jornalismo SENSACIONALISTA: O PROGRAMA BRASIL URGENTE EM CENA**. Disponível em: < <https://core.ac.uk/download/pdf/185252248.pdf> >. Acesso em: 08 jun. 2023.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. **O desafio do conhecimento**. São Paulo: Hucitec, 1993. no jornalismo audiovisual. 2014. Disponível em:< <http://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/102366> >. Acesso em: 08 jun. 2023.

OLIVEIRA, Bruna de Lima. **Mobilidade e tempo real**: utilização de dispositivos móveis no jornalismo audiovisual. 2014. Disponível em:< <http://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/102366> >. Acesso em: 08 jun. 2023.

OLIVEIRA, Bruna de Lima. **Mobilidade e tempo real**: utilização de dispositivos móveis  
PEDROSO, Rosa Nívea. **A construção do Discurso de sedução em um jornal sensacionalista**. São Paulo: Annablume, 2001.

PROPP, Vladimir. **Comicidade e Riso**. Série Fundamentos. Ed. Ática S.A. São Paulo, SP. 1992.

ROSE, Margaret. **Parody: ancient, modern and post-modern**. Cambridge: University Press, 1993.

Sensacionalista, Jornal. **Bolsonaro vai a Londres e rainha já se arrepende de ter morrido**. São Paulo, 12 set. 2023. Instagram: @jornalsensacionalista. **Fonte**: Disponível em: < <https://www.instagram.com/p/Cia-vR-Jey3/?igshid=MTc4MmM1YmI2Ng%3D%3D> >. Acesso em 08 jun. 2023.

Sensacionalista, Jornal. **Bolsonaro vai a Londres para o funeral da sua candidatura**. São Paulo, 18 set. 2023. Instagram: @jornalsensacionalista. Disponível em: < <https://www.instagram.com/p/CiplNxYr-9k/?igshid=MTc4MmM1YmI2Ng%3D%3D> >. Acesso em 08 jun. 2023.

Sensacionalista, Jornal. **Rainha Elizabeth II se levanta e sai andando ao ver Silas Malafaia: “Tudo tem limite”**. São Paulo, 18 set. 2023. Instagram: @jornalsensacionalista. **Fonte**: Disponível em <[Foto do Instagram de Sensacionalista Oficial • set 18, 2022 às 12:12 PM](https://www.instagram.com/p/Cia-vR-Jey3/?igshid=MTc4MmM1YmI2Ng%3D%3D)>. Acesso em 08 jun.2023.

SILVA, E. L., MENEZES, E. M. **Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação**. Programa de Pós Graduação em Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2000, 118p.

SOUSA, Maíra de Cássia Evangelista de. **A dinâmica da notícia nas redes sociais na internet**. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Centro de Comunicação e Expressão, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2013. 286 p. Disponível em:<

<https://repositorio.ufsc.br/xmlui/bitstream/handle/123456789/122790/323516.pdf?sequence=1&isAllowed=y> >. Acesso em: 08 jun. 2023.

STUMPF, I. R. Pesquisa bibliográfica. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio(org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2006.

TEIXEIRA, E. **As três metodologias**: acadêmica, da ciência e da pesquisa. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 2006.

TRAQUINA, N. **Teorias do Jornalismo**: porque as notícias são como são. Florianópolis: Insular, 2004.

## AGRADECIMENTOS

Antes de tudo, agradeço a Deus, pela dádiva da vida e por me proporcionar saúde física e mental para enfrentar este grande desafio. Como afirma sua palavra: *Como é feliz o homem que acha a sabedoria, o homem que obtém entendimento, Provérbios 3:13.*

Segundo, agradeço a minha mãe, que com garra e coragem criou a mim e aos meus 9 irmãos praticamente sozinha, incentivando e mostrando que a educação é primordial para quem quer alcançar vida próspera. Amo vocês grande família!

Sou grato a todos os companheiros dessa caminhada, em especial a turma 2017.1 nos quais me proporcionaram amizades longas e genuínas que levarei em meu coração para o resto da vida, em especial Núbia, Rennaly, Bruna, Vitão, Brenda, Dva e Joab. A vocês o meu carinho!

E por último a Universidade Estadual da Paraíba e todo corpo docente que me proporcionaram me tornar quem sou profissionalmente hoje, através de todo conhecimento adquirido. Todo meu apreço e carinho a vocês.