



LUSOFONIA

Tempo de Reciprocidades

4 a 9 de Agosto de 2008
Universidade da Madeira

Helena Rebelo
(Coordenação)



 Edições
Afrontamento

ACTAS
VOLUME II

LUSOFONIA TEMPO DE RECIPROCIDADES

Volume II

ACTAS

IX Congresso da Associação Internacional de Lusitanistas
Madeira, 4 a 9 de Agosto de 2008

Helena Rebelo
(Coordenação)

 Edições
Afrontamento

2011

LUSOFONIA TEMPO DE RECIPROCIDADES

Volume II

Helena Rebelo
(Coordenação)

Seleção e Organização

LINGUÍSTICA: Helena Rebelo, Thierry Proença dos Santos

LITERATURA: Ana Isabel Moniz, Fernando Figueiredo, Maria Teresa Nascimento

CULTURA: Ana Margarida Falcão, Leonor Coelho, Paulo Miguel Rodrigues

VOLUME II

CULTURA

Discurso artístico e modernidades

Efemérides

Património cultural e (re)edificação nacional

Lusofonia: Tempo de Reciprocidades
Actas do IX Congresso da Associação Internacional de Lusitanistas

Coordenação

Helena Rebelo

© 2011, Autores e Edições Afrontamento

Edição

Edições Afrontamento

Rua Costa Cabral, 859 | 4200 Porto

www.edicoesafrontamento.pt | geral@edicoesafrontamento.pt

Seleccção e Organização

Volume I

LINGUÍSTICA: Helena Rebelo, Thierry Proença dos Santos

LITERATURA: Ana Isabel Moniz, Fernando Figueiredo, Maria Teresa Nascimento

Volume II

CULTURA: Ana Margarida Falcão, Leonor Coelho, Paulo Miguel Rodrigues

Patrocínios e apoios

Universidade da Madeira, Associação Internacional de Lusitanistas,

Direcção Regional dos Assuntos Culturais, Funchal 500 Anos, E. E. M.,

Fundação para a Ciência e Tecnologia (Programa FACC), Instituto de Camões.

Design

Mais Dicas Design – Projecção e Execução, Lda.

Estrada do Portinho, 94 | 9125-110 Caniço

Tel. e Fax: 291 600 850

E-mail: design@maisdicas.com

Colecção

Textos, 88

Edição n.º 1359

ISBN

978-972-36-1150-2

Depósito Legal:

323708/11

Impressão e Acabamento

Rainho & Neves, Lda

Santa Maria da Feira

geral@rainhoneves.pt

Volume II

1000 exemplares

Este livro compila algumas das comunicações apresentadas no IX Congresso da Associação Internacional de Lusitanistas, realizado na Universidade da Madeira, em Agosto de 2008. Os textos são da exclusiva responsabilidade dos respectivos autores, especialistas em Língua Portuguesa.

Março de 2011

Associação Internacional de Lusitanistas
www.lusitanistasail.net

DIRECÇÃO
2005-2008

Presidência
Regina Zilberman

Vice-presidência – Carlos Reis
Vice-presidência – Elias Torres Feijo
Secretaria e tesouraria – Maria da Glória Bordini

Vogais
Ana Mafalda Leite
Benjamin Abdala Junior
Cristina Robalo Cordeiro
Ettore Finazzi Agró
Fátima Ribeiro
Helena Rebelo
Maria del Carmen Villarino Prado
Sebastião Tavares de Pinho
Rolf Nagel
Teresa Cristina Cerdeira da Silva

Conselho Fiscal
Laura Cavalcanti Padilha
M. Fátima Brauer-Figueiredo
Thomas Earle

Presidentes Honorários
Cleonice Berardinelli
Helder Macedo

ORGANIZAÇÃO

IX Congresso da Associação Internacional de Lusitanistas

Funchal e Universidade da Madeira, de 4 a 9 de Agosto de 2008

Oradores Convidados

Sessão de Abertura: Tolentino Mendonça
Sessão de Encerramento: Isabel Pires de Lima

Comissão de Honra

Ministro da Ciência, Tecnologia e Ensino Superior, José Mariano Gago
Ministro da Cultura, José António Pinto Ribeiro
Reitor da Universidade da Madeira, Pedro Telhado Pereira
Representante da República, Antero Alves Monteiro Diniz
Presidente da Assembleia Legislativa Regional, José Miguel Mendonça
Presidente do Governo Regional, Alberto João Jardim
Presidente da Câmara do Funchal, Miguel Albuquerque
Comandante da Zona Militar da Madeira, João Miguel Castro Rosas Leitão
Bispo da Diocese do Funchal, António Carrilho
500 Anos do Funchal, Pedro Calado
Presidente da Associação Internacional de Lusitanistas, Regina Zilberman

Direcção

Helena Rebelo (coord.)
Fernando Figueiredo
Thierry Proença dos Santos

Comissão Científica

Ana Isabel Moniz
Ana Margarida Falcão
Helena Rebelo
Maria Teresa Nascimento
Paulo Miguel Rodrigues

Comissão Executiva

Helena Rebelo
Leonor Coelho
Fernando Figueiredo

Comissão Financeira

Thierry Proença dos Santos
Paulo Miguel Rodrigues
Carla Cró

A imprensa humorística e satírica na Madeira: o humor de ontem, o *Re-Nhau-Nhau*, e o humor de hoje, o *Garajau* e o *Furabardos*

Thierry Proença dos Santos

Universidade da Madeira

Aos alunos da disciplina de Análise do Discurso Mediático

Na tradição portuguesa, sempre quando vivemos em regime democrático, o humor, o sarcasmo, a caricatura, as “farpas” foram sempre correntes.

Alberto João Jardim¹

Deliberadamente provocador, a imprensa humorística² configura um espaço discursivo livre, lúdico-crítico, e participa, enquanto tal, na liberdade de expressão e de comunicação dos pensamentos e das opiniões.

O jornal humorístico especializou-se na revelação das “jogadas de bastidor” dos grupos de influência e, por isso, tem o seu público de leitores assíduos. Com claros objectivos de intervenção na sociedade e de formação da opinião pública, a sua estratégia firma-se no recurso à ironia e à sátira, para denunciar as elites que nem sempre consideram, nas suas actuações, o interesse público e que estão, por vezes, na origem do desvirtuamento das regras sociais vigentes, reduzindo-as a um jogo viciado. Daí serem as actividades e as personalidades do poder político-administrativo e do poder económico o alvo preferencial das suas «farpas».

No plano da identidade editorial, esta imprensa assenta parte do seu discurso no humor gráfico, quase sempre em “destaque” na primeira página, num efeito de “humor à primeira vista”. Bons caricaturistas são presença imprescindível num projecto desta natureza, até porque os *cartoons*, com pouco espaço nos diários, dispõem aqui de grande liberdade para se expandirem, numa perspectiva de livre arbítrio ou de intenção panfletária. Quer através do humor gráfico, quer através do humor verbal, a passagem à informação não deixa de ser, todavia, indissociável da seriedade do humor, enquanto difusor e comentador de notícias. As “graçolas”, enunciadas para serem levadas a sério, exprimem muitas vezes o mal-estar de quem sabe que o agendamento dos temas da actualidade é frequentemente negociado entre a elite do jornalismo e as elites do poder e que, desejando acompanhar a outra actualidade, a que fica de fora do halo dos holofotes, consegue prender o leitor, sem o iludir.

Regra geral, a redacção desta imprensa diferente é composta por um colectivo de voluntários, humoristas em *part-time*. Estes colaboradores costumam ter outra ocupação principal ou gozam de independência económica. Por isso, não é líquido

¹ Alberto João Jardim, “Ressuscitem a alegria!”, *Jornal da Madeira*, 16-IX-2008, p. 19.

² José Tengarrinha, *História da Imprensa Periódica Portuguesa*: “Um dos aspectos dominantes da nossa Imprensa nos anos finais do século XVIII e primeiros do XIX é a grande expansão que tomam os periódicos humorísticos. § Tão elevado é o número e tão amplo a sua expansão que seguramente correspondem a uma forte corrente de gosto, e a que não serão estranhas as alterações registadas na nossa sociedade, especialmente com a elevação do estatuto social da burguesia letrada e comercial. É fácil visionar o prazer que causavam tais leituras em alta voz, aos serões, numa vida onde eram muito escassos os motivos de diversão (2ª ed., revista e aumentada, Lisboa, Caminho, 1989, p. 54).

esperar-se desta imprensa alternativa jornalismo de investigação, embora consiga apresentar, de quando em vez, peças configuradas neste género jornalístico.

Se é certo o trabalho voluntário constituir uma fragilidade, não é menos verdade ser também uma força sustentada pelas convicções de quem nela participa. A forte motivação ética dos colaboradores reside no dever cívico, ao acreditarem que a publicação de notícias não controladas pelas elites nem pelos jornalistas – que trabalham muitas vezes numa relação de cumplicidade – representa um progresso para uma sociedade aberta. Quando comparados com os profissionais dos jornais comuns, os colaboradores desta imprensa diferente fazem, de maneira geral, uma verdadeira prova de fé no jornalismo, mau grado o receio de não terem energia suficiente para manter uma colaboração duradoura. Mesmo assim, algumas destas aventuras editoriais revelam-se persistentes, podendo até marcar um período histórico.

Ao produzir conceitos sintéticos orientados para uma comunicação que visa um forte impacto junto da sua audiência, o humor realça identidades e diferenças, (des)construindo preconceitos e estereótipos de natureza vária. Se, por um lado, “l’humour nivelle, égalise et démocratise, [créant] un rapport horizontal entre les gens”, como observa Onésimo Teotónio Almeida, pelo outro, as alusões, as caricaturas e as associações de ideias podem estar estreitamente ligadas à história cultural do meio em que o periódico evolui. Com efeito, o humor baseia-se nos saberes partilhados de sujeitos pertencentes a um grupo social. Neste particular, o leitor precisa da referência histórica e social para lhes reconstruir o sentido.

Os registos humorísticos constituem atrevimentos criativos e acentuam a ironia da comunicação imperfeita, de acordo com o seu *ethos* jornalístico (Maingueneau, 2002 e Ringoot, 2006), ou seja, a sua maneira de ser e de dizer, cujo carácter se pauta pelo espírito de subversão, pelo gosto da provocação e pela prática da auto-irrisão e cuja corporalidade se define pelo aspecto artesanal, modesto e nada volumoso, com grafismos patuscos e tom irreverente. Na imprensa humorística madeirense, a situação não é diferente. O que a singulariza é a orientação do seu discurso que dá conta do espaço regional para um público aí residente³.

Os títulos dos periódicos em análise são estereótipos que remetem para o mundo animal e tem, naturalmente, valor simbólico. Carinhosamente conhecido como o “gato” ou o “bichano”, o *Re-Nhau-Nhau* foi um jornal que reverberou atenta e criticamente a sociedade madeirense e a sua vida política desde finais dos anos vinte até aos anos noventa. A onomatopeia associada à imagem de um gato de pêlo eriçado e de garras afiadas sugere o arranhão⁴ ou a troça. Trocista é, também, de acordo com a simbologia da cultura popular, a passarada, como o corvo, delator anónimo, a gralha, também tipográfica, ou a arara⁵ do *Diário de Notícias*, da Madeira. O *garajau* e o *fura-bardos* não fogem à regra. A respeito do quinzenário *Garajau* (desde 2004) e do jornal on-line, de carácter mensal, *Furabardos* (desde Maio 2005), aves com nomes bem madeirenses, o que se pode dizer é que se inscrevem na tradição dos designativos com sentido figurado associado a um valor humano. O *garajau* é uma ave aquática (*aquasterna fluviatilis*), ciosa do seu ninho e do territó-

³ Repare-se que um número considerável de blogues madeirenses versa sobre temas da política regional.

⁴ Vale a pena lembrar que Fialho de Almeida já associava a figura do gato ao “crítico de garras afiadas”: “Deus fez o homem à sua imagem e semelhança, e fez o crítico à semelhança do gato (...). Razão, por que nos acharás aqui, ó leitor, miando pouco, arranhando sempre, e não temendo nunca”, in *Os Gatos. Publicação Mensal de Inquérito à Vida Portuguesa* – 2, Lisboa, Clássica Editora, 1992, p. 32.

⁵ É actualmente o símbolo da rubrica humorística “este planeta” da Revista do *Diário de Notícias*, da Madeira.

rio que ocupa. Torna-se extremamente violenta na defesa do que é seu; donde o lema: “o quinzenário sério e cruel”. O *fura-bardos* (termo local, sinónimo de ‘gavião’) designa, em sentido figurado, “aquele que procura remover dificuldades, que se apresenta em qualquer lugar para isso”⁶. Não será de estranhar, assim sendo, que estas duas “aves raras” denunciem, através de um humor por vezes cáustico, as “alegadas” práticas controversas da “política indígena”, como escrevia o *Re-Nhau-Nhau*.

Na perspectiva do contrato de leitura, o periódico humorístico exige do leitor curiosidade e iniciativa para adquiri-lo, sendo este o modo mais directo de conseguir por parte da redacção o seu apoio incondicional. É preciso lembrarmo-nos de que fazer humor no exíguo meio madeirense, em que, nos mais variados círculos, quase todos se conhecem – passe o exagero –, é uma tarefa tão delicada quanto arriscada. Se é certo que uma situação insólita, uma figura ridícula ou um incidente cómico pode dar origem a uma “piada de jornalista”, a *boutade* espalha-se instantaneamente e diverte toda a gente, excepto, naturalmente, o visado de quem se pode esperar uma resposta e, não raro, um processo judicial (sobretudo se a seu respeito forem postos a circular boatos ou inverdades). Por isso, alguns colaboradores preferem manter-se ocultos no anonimato através de um pseudónimo.

Não é menos verdade que muitas peças são feitas com base em “fugas” ou “dicas” transmitidas por cidadãos que trabalham, tacticamente, com esse periódico, sendo alguns deles indivíduos ligados contratualmente ao poder instalado. É crível que alguns jornalistas da imprensa regional ou nacional colaborem, discreta ou abertamente, com este *media*, muitas vezes para divulgarem matérias censuradas ou que as próprias redacções a que estão vinculados consideram irrelevantes.

Propomo-nos, desta feita, proceder a um estudo comparativo dos referidos periódicos locais com o propósito de definir o carácter humorístico e a orientação política de cada um. Para tal, procuraremos responder às seguintes perguntas: em que medida e de que modo estes jornais reflectem a actualidade política ou social na Madeira? Que imagens resultam daí para os leitores? O que se pode deduzir quanto à construção de uma representação mental elaborada a partir de conteúdos dessas mesmas imagens?

1. Os jornais humorísticos locais

Inspirado no semanário *Sempre Fixe*⁷ do Continente e lançado em finais de 1929 por um grupo de jovens irreverentes, com idades compreendidas entre os 17 e os 24 anos, o *Re-Nhau-Nhau*⁸, que chegou a ser na sua longa duração o único periódico humorístico do país⁹, propunha-se fazer “crítica à crítica e aos críticos”. Os seus principais colaboradores foram Gonsalves Preto, Jorge de Freitas e Daniel da Costa; os “caricaturistas de serviço” chamavam-se Roberto Cunha (Terrique), Ivo Ferreira, Teixeira Cabral e Malho Rodrigues¹⁰. A actividade deste periódico centrou-se em

⁶ V. Abel Marques Caldeira (1993: 69).

⁷ O primeiro número saiu a 13 de Maio de 1926, nele colaborou o conhecido desenhador satírico e caricatural, Stuart de Carvalhais.

⁸ A. Lopes de Oliveira: “Antes de surgir o título que o havia de perpetuar para todo o sempre pensou-se em baptizá-lo com diversos nomes: *Riso*, *Chacota*, *Bota Abaixo*, *Bisturi*, *A Risota*, *A Vergasta*, *O Impedioso* e *O Dá-lhe que Dá-lhe*. Mas nenhum deles assentava como luva de mestre na ideia que se pretendia e presidia ao pensamento: «Um gato irreverente que arranhará tudo e todos, um jornal cujas sátiras hão-de fazer sangrar – *re-nhau-nhau*” (1969: 34).

⁹ *Idem*, (1969: 5).

¹⁰ Alguns deles terão sido perseguidos pela PIDE.

torno do estereótipo do Zé-Povo da Madeira¹¹, caracterizando-o e expondo os seus males.

Agostinho Amaral Lopes apresenta-o como um “jornal bem conhecido na praça funchalense pelo seu jeito hábil de criticar tudo e todos, usando em jeito de brincadeira a capacidade artística dos seus colaboradores para através da caricatura colocar o dedo nas feridas de muito boa gente” (p. 55). Releva ainda que este periódico “aborda as questões sociais e aponta as desigualdades, de modo a constituir uma forte crítica, em oposição ao poder instalado” (p. 44). Nelson Veríssimo¹² sublinha o “talento da redacção do *Re-Nhau-Nhau*”, com as suas “páginas irrequietas e mordazes”, “caricaturas patúscas” e “fino e requintado humor” “que deliciava[m] a Madeira”.

O seu êxito deveu-se não só ao facto de ter resistido à pressão política imposta pelo regime autoritário da época, mas também ao de ter mantido ao longo de décadas o equilíbrio entre o cumprimento da sua função social e o respeito pela sua condição mercantilista, mercê da procura pelo público leitor e por empresas que através dele publicitaram serviços e produtos. Testemunha credível da vida social madeirense do seu tempo, o *Re-Nhau-Nhau* acompanhou a passagem para o novo regime político, instituído após o 25 de Abril.

Este órgão conheceu quatro séries: a primeira série, sob a direcção de Gonçaves Preto, decorre entre Dezembro de 1929 e Julho de 1971. A segunda dá início, sob a orientação de Gil M. Gomes que mantém a linha do fundador, a 10 de Agosto de 1971 até 1979. Entra-se numa nova fase de publicação, com Maria de Mendonça, a 15 de Agosto de 1979 até 20 de Setembro de 1981. Nesta fase, o jornal ganha em contenção satírica o que perde em mordacidade e deixa de ser um “trimensário humorístico” para ser, significativamente, um “jornal humorista” (a substituição do adjectivo parece revelar a intenção de amenizar o discurso crítico). Ao longo da sua história, houve flutuações quanto ao número de páginas: entre 8 a 16 páginas. Entre a segunda e a terceira série, o título e o grafismo do cabeçalho ganham cor. Após um interregno, o *Re-Nhau-Nhau* é reeditado a 1 de Janeiro de 1996, sob os auspícios de António Loja, com um novo arranjo gráfico.



¹¹ Em *A Voz do Povo* (1911, diário que durou 59 números), fora já criada a figura do “Zé-Ilhéu” pelo desenhador José Mário de Sousa, “um Zé que vive na ilha, na terra distante das grandes decisões políticas, mas que tudo observa”, no dizer de Teresa Florença Martins (2004: 81).

¹² “Por causa da quina da esquina... Uma carta para Gonçaves Preto”, in *Passos na Calçada: crónicas*, Editorial calcamar, 1998, p. 7. (Col. “Série Novecentos 1”)

Mudam os caracteres do título, substitui-se a mão enluvada que segura o gato por uma trela e muda a expressão do animal que passa a ser um gato preto (que, como se sabe, dá azar a quem com ele se cruza) numa atitude que transmite aflição e sanha. O periódico, agora mensal, era policopiado por falta de meios financeiros e conseguiu manter-se ao longo de dois anos. Saíram 24 números, sendo o último editado a 1 de Dezembro de 1997.

Os alvos preferenciais eram, nas primeiras décadas do jornal, a Câmara do Funchal, a Junta Distrital, o poder económico de algumas famílias inglesas e a nata funchalense; depois da Revolução dos Cravos, as novas autoridades e figuras políticas tornam-se, como não podia deixar de ser, o centro das suas atenções.

No seu género discursivo predominavam os subentendidos e as alusões. Praticava um humor de bom-tom quando caricaturava e não dava mostras de veleidades anticlericais. A crítica de costumes era também motivo de riso para os leitores atentos. Apesar do seu espírito galhofeiro e colegial, não tinha pejo em homenagear políticos empenhados e confrades da escrita jornalística e literária.

Na sua génese, o *Garajau* recupera a tradição do *Re-Nhau-Nhau*, ao contar nas suas fileiras com António Loja, bem como o espírito e a experiência daqueles que fizeram o *Comércio do Funchal*, na sua fase dita cor-de-rosa (com João Maria Amador, Vicente Jorge Silva e Ricardo França Jardim). De acordo com Rosário Nunes e Ságida Vasconcelos, o *Garajau*¹³ é “um periódico irreverente, cheio de humor, que se afasta do politicamente correcto, qualquer que seja o quadrante político visado. É um jornal satírico, claramente anti-sistema, embora contenha textos sérios, como a reportagem e alguns artigos de opinião. Utiliza a sátira para retratar e criticar factos e personalidades da sociedade madeirense ou para expor o actual regime político ao ridículo”.

A redacção deste jornal começou por editar um quinzenário de oito páginas, com colaboração voluntária e com uma tiragem média de 2000 exemplares¹⁴. É da direcção – Eduardo Welsh e Gil Canha – parte do capital que contribui para sustentá-lo. Os principais colaboradores são: Vicente Jorge Silva, António Loja, António Marques da Silva, Emanuel Bento, Henrique Sampaio, José Maria Amador; Maria Amélia Carreira; Eduardo Welsh é o cartoonista de serviço. Corrosivo, o estilo do seu traço varia entre o lúdico-mordaz e o sarcástico-contundente¹⁵.

As linhas de força do *Garajau* ancoram numa corrente dominante neo-liberal, mas exigem o eclectismo que respeita todas as formas de apolitismo.

¹³ O jornal, infelizmente, não está na Internet. Há, todavia, um contacto por mail: ogarajau@portugalmail.pt. Segue o “Estatuto Editorial do *Garajau*” publicado na primeira edição, a 15 de Janeiro de 2004: *Garajau* é um órgão de informação não diário e regional, que informa utilizando os géneros literários e jornalísticos do humor, da ficção e da sátira, através de instrumentos de crítica como o sarcasmo, a caricatura e a hipérbole; *Garajau* estabelece, assim, um compromisso óbvio e inequívoco de natureza humorística, ficcional e satírica entre si e os seus leitores; *Garajau* utiliza a ficção, o humor e a sátira com o objectivo de divertir, consciencializar e incentivar o debate de ideias e de participação cívica dos cidadãos e o respeito pelos princípios que presidem a uma sociedade aberta, plural e democrática; *Garajau* é apartidário, não dependendo de nenhuma ordem ou poder ideológico, religioso, social, político e económico, nem de qualquer interesse particular; *Garajau* é, por natureza, um jornal contra os poderes instalados, irreverente e em permanente desassossego; *Garajau*, sem prejuízo da sua óbvia e predominante natureza humorística, ficcional e satírica, informa, também, segundo critérios de objectividade, rigor e transparência, sempre com respeito pelas liberdades, direitos e garantias individuais de cidadãos e instituições.

¹⁴ Em vésperas de sair, os principais artigos são relidos por alguns colaboradores. A diagramação e a impressão são feitas nos finais de quinzena, sob a direcção de Gil Canha e Eduardo Welsh. Em 2009, dado o desgaste financeiro e psicológico que resulta, também, dos vários processos em Tribunal, passou a mensário.

¹⁵ V. o livro de cartoons *Salteadores da Bananeira Perdida*, de Eduardo Welsh, com introdução de Emanuel Bento, Funchal, *Garajau*, 2008.

Comenta os desafios políticos de forte incidência local. A crítica mais acérrima recai sobre decisões do Governo Regional, o novo-riquismo, os licenciamentos abusivos de projectos de urbanização, os “alegados” falsos concursos públicos, a descaracterização da orla costeira. Tem, por isso, como alvos preferenciais a presidência e a vice-presidência do Governo Regional; as chamadas “sociedades de desenvolvimento” e o poder local; os principais partidos representados na “Assembleia Par(a)lamentar” da RAM, como ironizam alguns colaboradores. Trata-se de um jornal com grande preocupação ambientalista. Contrariamente à imprensa convencional que raramente revisita os assuntos a que deram a primeira página, o *Garajau* faz retrospectivas de alguns “escândalos” ou casos controversos.

O jornal online madeirense *Furabardos*¹⁶ não se compagina, na sua matriz genética, com um periódico humorístico. É um jornal de esquerda, produzido por militantes do partido comunista, de que consta o escritor Viale Moutinho e o advogado João Lizardo, que questiona o “sistema” político e o discurso da ideologia dominante, bem como alguns empresários da construção civil e autarcas. Conta, no entanto, com a colaboração de pessoas dos mais diversos sectores da sociedade civil. Na sua linha editorial, compromete-se a não fazer humor gratuito ou meras caricaturas do “Poder”, mas utiliza a ironia. “Privilegia o tratamento de questões regionais” e procura planear os assuntos “como um todo”, articulando “vários textos e imagens a alguma linha comum, específica de cada número”, o que o distingue do *Garajau*.

Até à data, conheceu dois formatos: o primeiro oferecia um mosaico com vários elementos jocosos, em que dominava no ecrã um *fura-bardos* que se apresentava com um grito que mais parecia um riso de chacota. O actual configura uma apresentação mais sóbria e séria. O aspecto doutrinário continua a ser o traço mais importante. Tem uma especial sensibilidade pela defesa do património arquitectónico, histórico e cultural, bem como pela defesa de todos aqueles que se considerem “espoliados do jardinismo”, de acordo com a expressão que serve para título de uma das suas rubricas.

¹⁶ Agradecemos ao advogado João Lizardo a cedência deste texto até à data nunca publicado: § I Princípios Gerais – 1º – O *Furabardos* assume uma linha editorial de combate sem ambiguidades ao “Jardinismo”, como um processo global do Poder implantado na RAM, que ambiciona comandar a vida pública em todos os seus aspectos. 2º – O *Furabardos* assume uma visão da História e do Mundo que não se conforma com a exploração do Homem pelo Homem; 3º – O *Furabardos*, em princípio, não veicula as tomadas de posição políticas de qualquer Partido; 4º – O *Furabardos*, até ao presente momento, não fez referências a qualquer dos partidos que, na Região, se opõe, mais ou menos consequentemente, ao “Jardinismo”. Em princípio, será de manter esta orientação. §. II – Secções [...]. § III – Questões de estilo: O *Furabardos* privilegia o tratamento de questões regionais. Na abordagem dessas questões, o *Furabardos* procura preferencialmente utilizar a ironia, mas deve evitar os radicalismos verbais; a pessoalização das questões; o insulto, a “piada fácil” e outros recursos (pouco) literários semelhantes. § O *Furabardos* deve opor-se ao estilo do discurso político do “Jardinismo” e, por isso, deve adoptar uma linguagem que, claramente, se distinga desse discurso, procurando o máximo de objectividade, o máximo de documentação para as afirmações que faça e serenidade na sua exposição. § IV – Embora o carácter mensal seja pouco compatível com a tradicional novidade em que assenta a “notícia”, o *Furabardos* deve privilegiar a enunciação de factos concretos, em desfavor do “comentário”, o qual deverá mesmo ser recusado se se basear exclusivamente em generalidades e “ideias feitas”. § V – O combate ao “Jardinismo” passa pela análise das suas características. Nesse sentido, deve privilegiar-se a desmontagem das contínuas promessas, das infundas e diferentes tomadas de posição, da criação de miraculosas perspectivas que rapidamente caem no esquecimento para serem imediatamente substituídas por outras, [...], que caracterizam essa política. [...].



Nas alusões recorrentes do discurso humorístico e/ou crítico destes três periódicos, podemos ver até que ponto a percepção da ironia depende dos sistemas de avaliação ideológica associados ao enunciador e em vigor na época considerada. Em todo o caso, a descodificação da ironia é mais fácil se o leitor conhecer a identidade editorial do periódico e se souber como se deve comportar o membro visado do Poder instituído.

2. O carácter “corrosivo” desses jornais

Para entender o humor, é preciso accionar elementos de referenciação e de inferenciação, de texto e de contexto, vinculados à temporalidade e à geografia. A linguagem do humor, dotado de técnica e de forma, opera fortemente com estereótipos, geralmente servindo como veículo de um discurso proibido que emerge no contexto social bem-pensante e bem-comportado. Por isso, os temas mais recorrentes são a denúncia da apatia geral, do clientelismo, do “boysismo”, do compadrio, do tráfico de influências, do aliciamento, da corrupção e do “lambe-botismo”. Passam a ser um solo discursivo fértil, na medida em que esses procedimentos são moralmente reprováveis, logo menos comprometedores do ponto de vista da corrente política em que o enunciador se posiciona.

Neste sentido, adianta Onésimo Teotónio Almeida, “l’humour politique ne tue pas mais il **moralise** énormément, car il dégage l’esprit, l’élève et il libère psychologiquement les gens. Et cela, en démoralisant le pouvoir”. Efectivamente, o jornal humorístico investe, por vocação, na sátira da liturgia do poder recorrendo à paródia¹⁷, numa representação que ridiculariza os seus protagonistas. Por exemplo, a designação de um localmente conhecido empresário-deputado através dos monogramas JR, equivale a um efeito de caricatura através da coincidência com um ícone televisivo, J.R. (Ewing) da saga televisiva americana, *Dallas*¹⁸, representativo da arrogância, do cinismo e da ambição. Desta forma, o imaginário colectivo, que amplifica o efeito exuberante da personagem, numa actualização do estereótipo, a torna ainda mais actual.

Como é regra, a paródia visa a subversão dos valores vigentes. Pode travestir de modo burlesco uma figura nobre, mas também transformar uma imagem dramática

¹⁷ V. Gérard Genette, *op. cit.*, pp. 37-38. Genette propõe três distinções nos efeitos humorísticos e de similitude: a paródia estrita – com efeito de rebaixamento em relação ao texto referente, a paródia prática, onde se acentua o conteúdo satírico, e o *pastiche*, que supõe a imitação de um estilo com intenção satírica.

¹⁸ Série exibida em Portugal entre 1981 e 1983.

numa linguagem vulgar e fazer dela uma encenação herói-cômica, como nesta metáfora visual construída a partir do famoso quadro “Le Radeau de La Méduse” no *cartoon* do *Garajau*, abaixo reproduzido. São, aliás, recorrentes os anacronismos em quadros onde evoluem figuras públicas da actualidade colocadas em longínquo cenário histórico.



Assim como a paródia assenta num jogo de espelhos deformadores de um sujeito em situação, assim a figura visada é diminuída por ser tida como vazia, contraditória e/ou intocável. Certos tipos sociais, à semelhança do *golden boy*, do novo-rico, do corrupto, do “pato-bravo”¹⁹, do hipócrita, do líder político visto como prepotente ou do presidente de Câmara com ligações perigosas com empresas de construção civil, representam, deste modo, a sociedade contemporânea em que o ser, rendido ao culto das aparências e desvalorizado em prol do parecer e do ter, procura corresponder a interesses particulares, o que poderá conduzir à decadência da sociedade.

A riqueza dos processos estilísticos destes periódicos tem muito a ver com o uso da comparação risível, como recurso retórico que de certo modo funciona como uma metáfora jocosa. Ao aproximar dois objectos, a imagem evidencia uma relação de semelhança que existe entre ambos. O desfásamento entre o comparante e o comparado é ironicamente exagerado: assim acontece quando, nas páginas do *Garajau*, se alude a conhecidos armadores da Madeira como sendo os “Onassis de Soiza” ou quando se reconstitui uma imagem crítica da Ilha enfatizada pela comparação com alguns países africanos, dada a sua proximidade geográfica com esse continente.

3. Três tipos de humor: o humor gráfico, o humor verbal e o humor regional

A leitura de imagens é prática associada aos géneros discursivos fundamentais no jornal humorístico. Sem *cartoons* nem tiras cómicas, dificilmente poderia funcionar, até porque a disposição do público em relação ao desenho humorístico costuma ser de curiosidade e de abertura de espírito. A caricatura sintetiza num grafismo desconcertante de sentimentos confusos, aquilo que uma torrente de palavras mal consegue circunscrever. Apresenta uma visão sintética do mundo e dos acontecimentos, sem pretender à objectividade; afasta-se do bom-tom para preencher uma função paródica, mas haverá sempre leitores para acharem que por vezes o caricaturista excede os limites do bom-gosto e do decoro.

¹⁹ Entende-se por «pato bravo» o empreiteiro ou construtor civil, com pouca sensibilidade para questões de harmonia urbana ou de respeito pelo ambiente, pela segurança e pela legalidade, disposto a construir qualquer coisa em qualquer lugar desde que o dinheiro afluia.

O *Re-Nhau-Nhau* pertence à era da cultura das revistas e jornais (em que predominava o texto). Apesar da corrida contra o tempo nas vésperas de cada edição, é evidente o cuidado que a equipa punha no tratamento gráfico da página, abordada como um todo. A organização e o equilíbrio entre os diversos elementos que compõem a página – os textos, em prosa ou em verso e quase sempre dotados de título, as ilustrações e as legendas, os pequenos anúncios publicitários²⁰ – conferem-lhe uma leveza e frescura que facilita e convida à leitura.

O *Garajau* e o *Furabardos* pertencem à era da cultura visual (com amplo espaço para a imagem), com discursos que, além da linguagem verbal, envolvem outras semioses, como o efeito do suporte, a cor, a imagem e sons, entre outros. O *Garajau* configura-se como um artefacto de leitura que remete para a “folha de couve”. O *Furabardos* opta pelas novas tecnologias da comunicação e visa um público mais específico de cibernautas. No primeiro, recorre-se à “foto-desmontagem” e à técnica da colagem, que sobrepõe a realidade fotográfica com a ficção do *cartoon*; no segundo, os “vídeos” e as “fotos sem comentário” fazem parte do discurso que pretende mostrar situações que falem por si.

O *cartoon* é um género discursivo multimodal que apresenta grande variedade de possibilidades de leitura, no seu conteúdo semântico, na sua forma e na sua intencionalidade. Ao confrontar os diferentes estilos dos caricaturistas, bem como os géneros de humor, verifica-se que os *cartoons* do *Garajau* são bem mais ferozes do que os do *Re-Nhau-Nhau*, sobretudo pelo modo garatujado de esboçar e de encenar as figuras retratadas.

Uma das figuras que sobressai neste jogo é o Presidente do Governo Regional da Madeira, porventura a personalidade mais caricaturada nos três periódicos, por encarnar um sistema político estabilizado há mais de trinta anos. O seu retrato associa-o ora a tipos humanos, qual criança mimada e caprichosa ou um burguês cheio de si, ora a figuras históricas, como Júlio César, Napoleão ou Fidel Castro, ora a figuras ficcionais, como D. Corleone, Ubu ou a de “o rei vai nu”.



Quanto às especificidades do humor verbal, são construídas a partir da historiografia, das diferenças linguísticas, culturais e geográficas, do arquivo discursivo, quer de alcance universal, quer local. Os assuntos dominantes são a política e a vida

²⁰ Alguns com conteúdo político.

socioeconómica madeirenses, tratadas pela retórica do paradoxo, do *nonsense* ou do absurdo. O humor verbal transparece nos intitulados das rubricas, como, no *Furabardos*, a expressão regional “Afiuza-te neles”, equivalente à mais abrangente “fia-te na Virgem e não corras”, ou no *Garajau*, “Os Salteadores da Bananeira Perdida”, óbvio “palimpsesto” do título de um filme de aventuras. Esse humor desponta, igualmente, nalguns pseudónimos, a exemplo de Gonsalves Preto, que assina “Gonsalves de Cor Ausente”, no *Re-Nhau-Nhau*, ou ainda a “Bruna (dos) Prazeres”, no *Garajau*. Regista-se, ainda, uma grande variedade de níveis de língua, em que a linguagem é plasticizada, com intenção paródica, como a transposição para a escrita do “falar a vilão”.

A malícia do humorista sustenta a função subversiva do riso quando joga com os sentidos e a forma das palavras. No *Re-Nhau-Nhau*, as frases de toada proverbial e textos em versos jocosos e rimados ocorrem com frequência nas suas folhas; oferece-se um anedotário e atribuem-se cognomes a figuras locais de destaque: o Presidente da Câmara, Fernão de Ornelas, passa a ser o “Dr. Terramoto”, dado o seu plano de obras concretizado para a cidade, e o empresário, Harry Hinton, “El Rei da Garapa”, mercê do monopólio sobre a cultura açucareira de que pôde beneficiar. No *Garajau*, inscrevem-se achados linguísticos, a exemplo de “A Mamadeira” e a “a literatura mamadense”, desvios ortográficos, a ironizar sobre o sotaque “continental” ou a alardear o “progresso”, grafado com –u, a sugerir que o progresso desenfreado e imediato pode comprometer o desenvolvimento sustentável a longo prazo. O *Furabardos* apresenta um “Glossário”, onde estão consignados *lapsus linguae*, usos linguísticos inovadores, como o termo “incluso” em vez de “inclusivamente”, *sound-bites* risíveis e locuções enigmáticas proferidos por políticos da Região. É timbre das “palavras do Poder”, seja ele económico ou político-administrativo, comportarem eufemismos numa intenção manipuladora. Aliás, esses discursos exemplificam na perfeição aquilo a que se chama “o poder das palavras”, sendo que cumpre ao jornalismo orientado para o dever cívico traduzi-las para a opinião pública.

Este jornalismo paródia alguns dos géneros textuais da imprensa local – ao que parece – mais lidos, tais como a necrologia e os anúncios do “grande mestre Mamadou”, e recupera o desusado “folhetim” para ensaiar ficções de carácter burlesco. Pois, se é certo haver ficções criadas para dissimular a verdade, outras permitem revelá-la ainda melhor.

As grafias desviantes, os vocabulários e os discursos, configurados num registo alusivo, corrente ou coloquial (incluindo, por vezes, palavrões), criam, deste modo, uma convivência com o leitor madeirense disposto a partilhar a mesma visão crítica dos alvos apontados.

Como acabamos de ver, alusões, vocábulos ou expressões, requerem um leitor conhecedor do microcosmo sociocultural madeirense. Os universos dos caricaturistas englobam elementos de civilização que vão da cultura geral de âmbito universal à realidade regional. O vilão, versão local do Zé-Povo, é personagem singular no imaginário madeirense, por via das referências históricas enaltecidas pela memória e pela literatura, como a ligação com a terra, a resignação e a subserviência, a credence e a devoção.

Os embates entre tipos locais (as guerras de capela) ou entre os de cá e os de lá (o governo central) são exemplares para observar o funcionamento do humor regional como um todo. Esse jogo de oposição declina os seguintes “clichés”: o Terreiro da Luta contra o Terreiro do Paço, a Madeira contra “Cuba” e os “Cubanos”

(ou seja, o Continente e os continentais), a “Madeira Nova” contra a “Madeira Velha” ou, também com ironia, o diário dito “independente” (o *Diário de Notícias* local) contra o “gratuito” (leia-se o *Jornal da Madeira*).

Alguns conceitos há que se tornaram consagrados pelo humor regional: “os filhos do carro preto”, título de uma crónica de António Fontes que levanta a suspeita de haver na classe dirigente prática de nepotismo; “Laranja Mecânica”, título de um romance distópico (1962) de Anthony Burgess e adaptado para o cinema por Stanley Kubrick, em 1971, evoca aí a eficácia da máquina partidária que está no governo há mais de trinta anos – sendo o laranja a sua cor identificadora; “o Pravda local” designa um diário subsidiado pelo Governo Regional e, finalmente, a expressão “o povo superior da Madeira”, formulada pelo já mencionado empresário-deputado regional, tem sido ampla e ironicamente citada, visto a sua comicidade residir na rigidez do orgulho madeirense.

O jornalismo humorístico desempenha a função de lupa deformadora do meio observado reenviando para o leitor madeirense uma imagem caricatural de si próprio e do seu mundo. Revê-se, assim, no retrato, mas a desfocagem do reflexo traz-lhe a distância necessária para rir de si ou para sorrir com isso.

Verificou-se que o sério e a competência dos articulistas lhes permitem ter um raio de acção que vai da política à vida cultural, do mundo dos negócios à defesa do ambiente. Todavia, como não costumam ser especialistas das matérias abordadas, procuram informar-se e perceber. São antes comentadores da vida político-social e arautos da troça, da sátira ou da ironia, por via de uma linguagem postuladora de que o humor também fala à inteligência do leitor.

A presente análise, ainda que aberta, permite assinalar as seguintes tendências:

- a) Há um interesse legítimo mas não exclusivo pela actualidade regional.
- b) Se as figuras públicas são beliscadas, os humoristas não entram pela vida privada dos alvos escolhidos.
- c) A partir da implantação da Autonomia, o discurso separatista/independentista é objecto de gáudio humorístico nos três órgãos da comunicação social.
- d) Não deixam de ter um olhar crítico sobre a actividade jornalística regional²¹. Esta imprensa alternativa alude à cumplicidade próxima da promiscuidade entre jornalistas e políticos, muitas vezes associados na criação de pseudo-eventos.
- e) Nos jornais humorísticos em análise mostra-se o reverso dos “cartazes” que “vendem” a imagem de uma ilha paradisíaca ou de outras “notícias de encantar”, utilizando a sátira ou a ironia.
- f) O *Garajau* e o *Furabardos* são projectos editoriais pensados como instrumentos de combate político contra o poder instalado.
- g) Estes periódicos contribuem para o melhor conhecimento de uma actualidade complexa, contraditória, que tem motivado ao longo destas três décadas posições extremadas, a favor ou contra, nas quais tem contado muito pouco os estudos dos discursos em confronto, com vista a conclusões desapaixonadas.

²¹ Lia-se no *Re-Nhau-Nhau*, numa edição do seu quarto ano: “numa terra onde a imprensa serve apenas de escudo aos negócios das firmas – imprensa mentirosa e de aluguer!”.

- h) O poder do jornalismo humorístico, cujas armas são as caricaturas e a ironia, é controlado pelo olhar crítico do seu público. A representação mental que resultam dessas imagens, hábitos e “ritual” perante a imprensa depende da predisposição do leitor e do seu crivo cultural. Por isso, a audiência, que também é curiosa, não pode ser sempre confundida com uma adesão incondicional.

Referências bibliográficas

- ALMEIDA, Onésimo Teotónio, “De l’humour dans le monde lusophone”, inédito, Maio 2009 (conferência proferida em Paris no Centre Culturel Portugais, Fundação Calouste Gulbenkian).
- CALDEIRA, Abel Marques, *Falares da Ilha – Dicionário da Linguagem Popular Madeirense*, Funchal, 1993 (2ª ed.)
- GENETTE, Gérard, *Palimpsestes, La littérature au second degré*, Paris, Éditions du Seuil, 1982.
- HUTCHEON, Linda, “Ironie, satire, parodie: une approche parodique de l’ironie”, in *Poétique* 46, 1981, pp. 140-155.
- LOPES, Agostinho do Amaral, *A Obra de Fernão Ornelas na Presidência da Câmara Municipal do Funchal 1935-1946*, Funchal, E.M. Funchal 500 Anos, 2008. (Coleção «Funchal 500 Anos»).
- MAINGUENEAU, Dominique, *Analyser les textes de communication*, Paris, Seuil, 2002.
- MARTINS, Teresa Florença, *O Movimento Republicano na Madeira: 1882-1913*, Funchal, RAM/SRTC/CEHA, 2004.
- NUNES, Rosário e Ságida Vasconcelos, “*Garajau* – quinzenário sério e cruel”, trabalho de final de semestre para a disciplina de Análise do Discurso Mediático, do curso de Licenciatura em Comunicação, Cultura e Organizações (ano académico, 2007-2008)
- OLIVEIRA, Américo Lopes de, *Jornais e Jornalistas Madeirenses*, Pax, Braga, 1969.
- RINGOOT, Roselyne “Por que e como analisar o discurso no contexto dos estudos sobre jornalismo?”, in *Comunicação e Espaço público*, ano IX, n.º1 e 2, 2006. (consultado na Web em Junho de 2008 no seguinte endereço: <http://narrativasjornalisticas.files.wordpress.com/2008/09/por-que-e-como-analisar-o-discurso-no-contexto-dos-estudos-sobre-jornalismo.doc>.)
- SERRANO, Estrela, “Jornalismo e Elites do Poder” (consultado na Web em Junho de 2008 no seguinte endereço: www.scribd.com/doc/9641327/Jornalismo-e-elites-do-poder-Estrela-Serrano).
- VERÍSSIMO, Nelson, *Passos na Calçada: crónicas*, Editorial Calcamar, 1998, p. 7 (Col. “Série Novecentos 1”)