

## Percepções de jornalistas sobre ironia no jornalismo impresso

### *Journalists' perceptions about irony in print journalism*

Netília Silva dos Anjos Seixas<sup>1</sup>

**Resumo:** O estudo aborda a percepção de jornalistas acerca do uso da ironia em suas enunciações profissionais cotidianas. Trata-se de uma incursão inicial nessa discussão, a partir de informações de jornalistas da redação do jornal diário *O Liberal*, de Belém, Pará, um dos mais antigos em circulação na Amazônia brasileira, fundado em 1946. Na enunciação jornalística, a linguagem desempenha papel significativo quanto aos modos do dizer e da oferta de possibilidades de efeitos de sentido, inclusive os irônicos. No jornalismo impresso, a ironia desempenha eminentemente um papel de crítica, com múltiplos recursos de uso, e não se situa necessariamente como uma categoria do humor. A pesquisa evidenciou que os profissionais detêm esse conhecimento a respeito da ironia e a usam como recurso discursivo estratégico em suas construções jornalísticas, contando com a sagacidade do leitor para percebê-las ou criá-las. Afinal, a ironia depende dos interlocutores para ser estabelecida.

**Palavra chave:** Ironia; Enunciação jornalística; Jornalismo impresso; Jornal *O Liberal*.

**Abstract:** The study addresses the perception of journalists about the use of irony in their everyday professional enunciations. This is an initial incursion into this discussion, as from information of journalists who work in the editorial room of the daily newspaper *O Liberal*, from Belém, Pará, one of the oldest in circulation in the Brazilian Amazon, founded in 1946. In journalistic enunciation, language plays significant role on the modes of say and the provision of meaning effects possibilities, including the ironic. In print journalism, the irony eminently plays a critical role, with multiple resources of use, and not is situated, necessarily, as a category of humor. The research has showed that professionals hold that knowledge about the irony and use it as a strategic discursive resource in their journalistic constructions, counting on the reader's sagacity to perceive them or create them. After all, the irony depends on the interlocutors to be established.

**Keywords:** Irony; Journalistic enunciation; Print journalism; *O Liberal* newspaper.

### Considerações iniciais

A ironia (...) é mais frequentemente um processo semanticamente complexo de relacionar, diferenciar e combinar significados ditos e não ditos – e fazer isso com uma aresta avaliadora.

(HUTCHEON, 2000, p. 134)

Qual o uso da ironia por jornalistas em sua produção profissional cotidiana, como recurso enunciativo e discursivo, tendo em vistas as normas que regulam o exercício da elaboração

jornalística? Este texto é uma incursão inicial nessa discussão, a partir de informações de jornalistas da redação do jornal diário O Liberal, de Belém, Pará, um dos mais antigos em circulação na Amazônia brasileira, fundado em 1946. O estudo se constitui em uma pequena parte de tese de doutorado que se propôs a observar como a ironia se apresenta no jornalismo impresso brasileiro e a identificar algumas pistas de seu uso por jornalistas em sua atividade profissional. Neste texto, a ênfase recai sobre a prática dos jornalistas quanto ao uso da ironia em suas enunciações: como definem e percebem a sua presença? O que pensam sobre o papel que a ironia desempenha e sobre suas características?

Como em toda enunciação, na enunciação jornalística a linguagem desempenha papel significativo quanto aos modos do dizer. Então, o interesse volta-se não só para o que é dito, mas também para o como é dito, e, nesse caso, as formas de dizer enfeixam possibilidades de efeitos de sentido, que ficam a cargo do interlocutor estabelecer ou não (VERÓN, 2005; FAUSTO NETO, 1995).

Acerca da ironia, o senso comum é que se trata de um sentido indireto. Se for assim, por que falar dessa maneira? Haveria vantagem nisso? A resposta só pode ser *sim*, senão não se sustentaria como uso na linguagem, inclusive nos meios jornalísticos, em que aparece de forma recorrente. De início, podemos dizer que a ironia carrega um potencial avaliativo que vai do mínimo ao máximo e sobre o qual não se tem garantia de reconhecimento pelo interlocutor.

Por outro lado, o jornalismo se apresenta como *janela de (in)formação* sobre o mundo, observando, avaliando e constituindo os acontecimentos do cotidiano, se se admite haver alguma realidade externa que toma forma nos processos de seleção e enunciação jornalísticos. Discute-se se o jornalismo seria forma de conhecimento, de registro do cotidiano, de construção do acontecimento ou de relato dos fatos tais quais existem. Reproduzimos a indagação de Mesquita (2005, p. 12), se “seria possível relatar os ‘fatos’ com rigor e ‘exatidão’”. Em torno dessa questão encontra-se o entendimento da existência de uma realidade exterior que pode ser “relatada” sem interferências, a que se propõe parte do jornalismo, com a propalada “objetividade jornalística”.

Mesquita (2005, p. 35) também pondera que “os jornalistas deveriam compreender que a razão de ser da sua existência profissional consiste em observar, interpretar e narrar a ‘realidade social’, da qual são igualmente ‘construtores’”. Duas ações, no mínimo, comporiam o processo de

produção jornalística: a busca do “acontecimento” no “mundo real” e a sua reconfiguração via linguagem. Haveria, então, uma passagem para um outro universo, o do discurso, em que o “acontecimento é ele próprio, mas também a linguagem em que foi reelaborado, o modo como foi interpretado, o tempo em que foi reportado...” (MESQUITA, 2005, p. 13).

Em Fausto Neto (1999, p. 16), vemos um destaque para a “importância das mídias como uma das instâncias de construção do real”, nas quais localizamos o jornalismo. Esse entendimento converge com a proposta deste estudo, ao pensarmos o jornalismo como um trabalho enunciativo sobre “acontecimentos” (MOUILLAUD, 2012) que tomam corpo a partir das modalidades do dizer. Na atividade enunciativa, articulam-se discursos vários, que tornam os sentidos possíveis, inclusive os irônicos. Sobre a ironia para discussão similar, quando ela é considerada a partir de duas fontes: como resultado das “situações” do mundo (ironia observável) ou da mente produtiva de alguém (ironia verbal), nos dois casos, trabalhada via linguagem.

Os manuais de redação dos maiores jornais do país, como Folha de S. Paulo (2008) e O Globo (1994), orientam o uso da ironia com reservas pelas respectivas empresas, mas não a excluem totalmente. O que significa o uso da ironia nos textos jornalísticos? Uma explicação de partida seria de que a ironia está entre os recursos linguístico-discursivos capazes de compor uma estratégia enunciativa de natureza crítica pelo jornalismo, a que o sujeito enunciador pode apresentar graus de (não) adesão e explicitude variados. Por seu turno, o leitor pode reconhecer ou não uma ironia proposta ou pode mesmo atribuir ironia onde não houve essa intenção por parte do enunciador.

Entendendo a ironia com um papel de crítica, como também já observou Maruxo Jr (2002), estamos nos afastando da inclusão da ironia como uma categoria do humor, como a consideram Brait (1996) e Minois (2003), entre outros. No jornalismo, mesmo quando a ironia faz rir, ela tem função crítica. É bom assinalar que *ironia*, *riso* e *crítica* não são necessariamente correspondentes entre si. As ironias são críticas e podem, em certos casos, provocar riso, mas nem toda crítica ou riso tem ligação com a ironia.

### **Um pouco sobre ironia**

Ela aparece nas falas das pessoas em conversas cotidianas da rua ou na internet, na literatura, nas telenovelas, nos textos acadêmicos e nos jornalísticos, em assuntos os mais diversos.

Qualquer um pode usar e ao mesmo tempo se tornar o seu alvo e aí pode também começar um problema. Estamos falando da ironia, fenômeno que permeia as produções comunicativas humanas desde quando ainda não era conhecida por esse nome, mas por outros, que lhe substituem ou apoiam ainda hoje nas possibilidades de sentido.

Os meios jornalísticos, por sua vez, não só utilizam a ironia em suas produções, como também avaliam e atribuem o uso desse recurso por algum entrevistado em sua fala. Alguns estudos acerca da ironia abordaram sua ocorrência em máximas e provérbios em jornal (CASTRO, 1990); em charges, também em jornal (CASTRO, 1997); em colunas jornalísticas, como as de Ibrahim Sued (TRAVANCAS, 2001); em alguns exercícios de análise mais pontuais (SILVA, 2003); em textos de jornais e revistas do Brasil e da França (MARUXO JR, 2002) e em jornais de quatro regiões do país em seus diversos gêneros jornalísticos (SEIXAS, 2006), entre outros.

É pertinente mencionar a antiguidade de registro desse fenômeno, bem como a multiplicidade de entendimentos, ao longo do tempo, do que se denomina *ironia* (KNOX, 1961; MUECKE, 1995; HUTCHEON, 2000). Do ponto de vista teórico, é possível visualizar, apenas para uma organização mais ou menos esquemática, a existência de alguns grandes eixos de estudo do fenômeno, que vão das linhas filosóficas socrática e romântica (MUECKE, 1995) às perspectivas retóricas (QUINTILIANO, 1944), pragmáticas (KERBRAT-ORECCHIONI, 1980), discursivas (HUTCHEON, 2000) e cognitivistas (GIORA, 2003; MARCUSCHI, 2004), lembrando que as contribuições de uma às vezes são retomadas por outra, diluindo supostas fronteiras que se pensam existir entre elas. Devem-se acrescentar, ainda, as contribuições de Freud (1977), que podem ser aproveitadas em mais de uma direção. Por questão de espaço, não será possível abordar cada uma delas. Os livros de Hutcheon (2000) e Brait (1996) são ótimos exemplos de uma bibliografia extensa, atual e de uma abordagem interessante, sob a perspectiva discursiva, que também adotamos neste estudo.

Para um brevíssimo histórico sobre a ironia, Knox (1961) e Muecke (1995) também são de boa ajuda. Citando Nietzsche (“Somente se pode definir aquilo que não tem história”), Muecke afirma que

por essa e outras razões, o conceito de ironia é vago, instável e multiforme. A palavra “ironia” não quer dizer agora apenas o que significava nos séculos anteriores, não quer dizer num país tudo o que pode significar em outro, tampouco na rua o que pode

significar na sala de estudos, nem para um estudioso o que pode querer dizer para outro. Os diferentes fenômenos a que se aplica a palavra podem parecer ter uma relação muito fraca. (MUECKE, 1995, p. 22).

Para Muecke (1995), é inútil pensar em conter a variedade de usos para a palavra *ironia* no cotidiano, muito menos quanto ao significado. Knox (1961, p. 9-23), por sua vez, enumera, de maneira clara, as quatro principais definições de *ironia* registradas até o século XVIII:

- a) dizer o contrário do que significa (a forma mais popular de definir ironia);
- b) dizer coisa diferente do que se significa (entendimento que parece estar bastante presente entre as pessoas no cotidiano e em textos de jornais);
- c) censurar com falso elogio e elogiar sob a simulação de censurar (bastante usada por escritores);
- d) zombar ou caçar (ironia significando qualquer tipo de zombaria ou caçoada, independente da estrutura retórica, e, no caso deste estudo, também presente nos jornais).

Do final do século XVIII ao início do século XIX a palavra *ironia* recebeu significados novos, com uma transformação radical do conceito. O mundo passa a ser visto como um palco irônico, e a humanidade, como atores (MUECKE, 1995, p. 35). A ironia deixa de ser considerada como alguém sendo irônico (ironia instrumental) e se desloca para alguém sendo a vítima da ironia (ironia observável, que inclui as ironias de eventos, de situação, do destino, de personagem, de ideias). Além disso, há uma universalização das ironias locais e particulares das quais qualquer um pode ser vítima: é a ironia cósmica ou geral, a ironia do universo que tem como vítima o homem. Os novos significados de *ironia* são – principalmente, mas não só - contribuições de autores alemães (MUECKE, 1995, p. 35-39).

O fato é que muito já se escreveu sobre o fenômeno *ironia* que, mesmo assim, permanece ainda como uma questão aberta, como o afirmam - e concordamos - Charaudeau e Maingueneau:

Fenda que o enunciador escava em sua própria enunciação, desconexão que se quer desconcertante entre discurso e realidade, a ironia, ao contrário da metáfora, permanece por natureza uma questão *aberta*, que cada teoria analisa em função de seus pressupostos. Decidir o que é a ironia implica, na realidade, uma certa concepção de sentido, da atividade de fala ou da subjetividade. (CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2004, p. 292).

Na interpretação de Brait (1996, p. 22), as expressões “uma personalidade irônica”, “um caráter irônico”, “um indivíduo irônico”, além de “ironia de situação”, “ironia do destino” e “ironia dos acontecimentos” podem ser explicadas na linha da ironia como princípio filosófico ou metafísico. As três primeiras expressões poderiam ser pertinentes para caracterizar os textos de algumas colunas jornalísticas e seus autores, como parecem ser o caso de José Simão, Joelmir Betting, Luís Fernando Veríssimo e, principalmente, Cláudio Humberto, para citar alguns. Por um outro prisma, ao admitir tais características e sua aplicação, estamos também admitindo ser a ironia um componente do *ethos* desses profissionais, os ironistas “polemicamente desenvolvidos” mencionados por Muecke (1995).

### **Ironia como aresta avaliadora**

O entendimento da ironia como tendo uma aresta avaliadora é feito por Hutcheon (2000). Ao situar a ironia no quadro do discurso, Hutcheon (2000, p. 36) avalia que as dimensões sintática e semântica não devem ser separadas dos aspectos social, histórico e cultural dos contextos de emprego e atribuição. Na sua análise, a autora (2000, p. 19) diz recorrer a “uma conjunção de perspectivas teóricas unidas por ‘semelhança de família’”, como o dialogismo bakhtiniano, a semiótica social, a teoria dos atos de fala, a teoria da enunciação, as análises pragmática, sintática e semântica, entre outras.

Na obra de Hutcheon (2000), destacamos como central a concepção da ironia como estratégia discursiva de aresta crítica e o entendimento de que enunciador e coenunciador são responsáveis em fazer a ironia acontecer, a partir do contexto e das comunidades discursivas a que pertencem. Além disso, a ideia de ironia como caso de humor é recusada (das ironias que analisa, poucas seriam “engraçadas”), assim como a de antífrase, por ser insuficiente para explicar os casos que discute.

Na visão de Hutcheon (2000, p. 90), para tratar do significado irônico é preciso ir além dos conceitos tradicionais de semântica em termos de condições de verdade ou da relação entre

palavras e coisas, incluindo também a pragmática, a troca social e comunicativa da linguagem.

(...) o significado irônico, na prática – num contexto social/comunicativo – é algo que “acontece” mais do que algo que simplesmente existe. E ele acontece no discurso, no uso, no espaço dinâmico da interação de texto, contexto e interpretador (e às vezes, embora nem sempre, ironista intencional). (HUTCHEON, 2000, p. 90).

Assim, em vez de ter a ironia como “um instrumento retórico estático para ser usado” (dizer uma coisa para significar outra), Hutcheon (2000, p. 90-102) prefere pensar o significado irônico como um processo comunicativo, em que uma das características seria considerá-lo como simultaneamente duplo (ou múltiplo) sem a necessidade de rejeição de um significado “literal” em prol do significado “irônico” ou “real” da elocução [aspas da autora]. Para a autora (2000, p. 93), é a relação do dito com o não-dito que formaria um terceiro significado, e “*isso* é que deveria ser chamado de significado ‘irônico’”.

No enfoque da ironia do ponto de vista do enunciador, ela seria produzida com uma determinada intenção, visando um alvo, e caberia ao interlocutor identificar a presença do fenômeno e do seu significado, em outras palavras, “pegar a ironia”. Pode-se notar aí que o processo comunicativo subjacente apresenta grande semelhança com o antigo modelo linear da teoria da informação representado pelo esquema *emissor (codificador) – mensagem – receptor (decodificador)*, que não leva em consideração outros intervenientes na produção do sentido.

Tentando fugir dessa orientação, Hutcheon (2000, p. 28-29) afirma que ironistas e interpretadores são responsáveis em “fazer a ironia acontecer”, pois uma ironia pode ser produzida intencionalmente por alguém e não ser reconhecida pelo interlocutor, como também pode ocorrer o contrário, isto é, alguém pode atribuir ironia onde não foi intencionada pelo enunciador. Em resumo, o reconhecimento de uma mesma ironia pode não ser coincidente entre quem produz e quem recebe, já que, como lembra Fausto Neto (1999, p. 10), a “recepção ‘inventa’ seus processos de leitura”. A ironia, então, tanto pode ser uma proposta da enunciação jornalística como do leitor.

Uma questão bastante discutida por Hutcheon (2000, p. 33, 63-72) diz respeito ao aspecto emocional que circunda a ironia, em razão de sua “aresta cortante” e “avaliadora”. A ironia estaria sempre relacionada a atitudes julgadoras de alguém, seja do ironista, do interpretador ou mesmo de seu “alvo”, que manifestariam envolvimento afetivos diferentes, dependendo da ironia e de quem a atribui, como distanciamento, dissimulação, escárnio, diversão, prazer, dor e raiva, em toda uma

extensão de sentimentos que vai de um extremo a outro. Hutcheon (2000, p. 66) também vê a ironia como um ato perlocucionário, nos termos de Austin (1990), porque produziria “efeitos consequentes” entre os envolvidos.

“As arestas da ironia parecem agradar e intimidar, sublinhar e solapar; elas juntam as pessoas e as separam”, constata a autora (2000, p. 88), que mesmo assim continua a reconhecer nisso tudo o fenômeno da ironia, cuja complexidade vê como importante de ser mantida, sem ter que generalizar sobre os efeitos ou os afetos que ela pode dar origem.

Nos termos de Bakhtin (1992), toda produção comunicativa leva em consideração o outro, seja para dele se aproximar ou distanciar. No caso da ironia no jornalismo, parece plausível supor que a enunciação jornalística se distancia do alvo ironizado, enquanto se aproxima daqueles que são oposição a esse alvo.

### **A ironia e o processo de enunciação: as modalidades do dizer**

Segundo avalia Maingueneau (1998, p. 53), uma das mais importantes contribuições da discussão acerca da enunciação foi colocar em evidência a dimensão reflexiva da atividade linguística, em que o enunciado se refere ao mundo refletindo o ato de enunciação que o encerra.

Assim as pessoas e o tempo do enunciado são assinalados com relação a essa situação de *enunciação*; assim o enunciado possui o valor ilocutório que ele “mostra” através de sua *enunciação*. A *enunciação* constitui o pivô da relação entre a língua e o mundo: ela permite representar no enunciado os fatos, mas ela constitui em si um fato, um acontecimento único, definido no tempo e no espaço. (MAINGUENEAU, 1998, p. 53-54).

É justamente pelo processo de enunciação e, no nosso caso, de enunciação jornalística, que podemos notar, por exemplo, a maior ou menor proximidade do sujeito enunciador em relação ao que ele diz. Falando de um determinado lugar histórico-social e cultural, sujeito às normas do fazer profissional e da sua própria subjetividade, o jornalista e o jornal deixam marcas de sua posição naquilo que dizem, a cada dia, em graus de explicitude variados. Neste estudo, a ironia está sendo vista como uma dessas marcas enunciativas e desempenhando uma função (ou mais de uma).

Explicitando se interessar mais pela função da ironia que pela sua delimitação, Maingueneau (1989, p. 99) afirma que “é conveniente não perder de vista que a ironia é um *gesto* dirigido a um destinatário, não uma atividade lúdica, desinteressada”. Além disso, ele (1989, p. 99)

alerta para o fato de que os “os problemas ligados à identificação da ironia nada têm de acessório”, pois é “da essência da ironia suscitar a ambiguidade e, com frequência, a interpretação não consegue resolvê-la”. Entre as funções que enumera (a partir de outros autores), estão as da ironia como gesto agressivo ou mesmo como atitude defensiva (BERRENDONNER, 1981), funções essas enumeradas no levantamento de Hutcheon (2000), que foi bem mais além em sua classificação.

### **Procedimentos metodológicos**

O estudo tem como base o contexto da análise da enunciação, a partir da qual se podem perceber os modos de dizer, em que se incluem aqueles de forma irônica. Para a coleta de dados, o recurso usado foi a aplicação de questionário com perguntas e respostas de múltipla escolha, abertas e semiabertas, preenchido pelo próprio entrevistado. Tal recurso traz o inconveniente de limitar o leque de respostas, mas apresenta a vantagem do anonimato (e, com isso, a possibilidade de respostas mais fidedignas), tempo para pensar, e as perguntas abertas e semiabertas dão liberdade suficiente nas respostas. Em função dessas vantagens, julgamos ser a alternativa mais viável para obter dados junto a um público disposto a buscar informações e transformá-las em notícias 24 horas por dia (como é o lema do jornalista), mas nem sempre disposto a ceder seu tempo a outros, como numa pesquisa dessa natureza.

O questionário foi aplicado à equipe jornalística de O Liberal. Antes que o questionário definitivo fosse aplicado, foi realizado um pré-teste entre jornalistas não integrantes do jornal selecionado. Do pré-teste, com nove perguntas, chegamos ao questionário final, com 12.

Em O Liberal, foram selecionados 49 profissionais – entre repórteres, editores (incluindo o fotográfico), colunistas, ilustrador, chefes de reportagem e de diagramação - para responderem ao questionário, mas apenas 32 efetivamente o fizeram. Os pressupostos da pesquisa qualitativa não trabalham com representatividade, mas com a orientação de que a realização das entrevistas (por exemplo) deve parar com a constatação da saturação das informações prestadas, isto é, quando as informações começam a se repetir, indicando que novas entrevistas não trarão dados novos (BAUER; AARTS, 2003). Nas perguntas com alternativas de múltipla escolha, as respostas foram tabuladas por ordem decrescente de ocorrência. Nas de resposta aberta, os dados obtidos sobre a ironia foram agrupados segundo alguns critérios, contidos em parte das perguntas: características

da ironia; valores que desempenha nos jornais; uso/não uso na atividade profissional do entrevistado; pertinência do uso. Quanto à última pergunta, que previa a leitura de textos variados para observar ou não a presença do fenômeno e daí emitir a resposta, foram comparados os casos de atribuição de ironia para os textos dos jornais pelos jornalistas e respectivas explicações.

O jornal O Liberal foi fundado em 15 de novembro de 1946 por Luís Geolás de Moura Carvalho e outros, entre eles o senador Joaquim Cardoso de Magalhães Barata, do Partido Social Democrata (PSD), para apoiar sua trajetória política e fazer frente aos ataques da imprensa oposicionista, principalmente do jornal Folha do Norte (1896-1974) (BIBLIOTECA PÚBLICA DO PARÁ, 1985). Em 1965, foi vendido a Ocyr Proença, com outra linha política, e, em 1966, passou às mãos do empresário Romulo Maiorana, que deu outro encaminhamento ao jornal, com mudanças tanto no conteúdo como na diagramação dos textos e das fotografias, que passaram a ser mais exploradas (MASSARANI, SEIXAS, CARVALHO, 2013). No seu processo de modernização, foi o primeiro do Pará a implantar o sistema de impressão em *offset* (PINTO, 2006), inaugurado em 31 de janeiro de 1972, assim como o de informatização. Mais tarde, passou a integrar as Organizações Romulo Maiorana (ORM), atualmente, detentora de outros jornais diários, portal na internet, provedor de tv a cabo, emissoras de televisão aberta e de rádio AM e FM (DONOS DA MÍDIA, 2013; PORTAL ORM, 2015).

### **As características da ironia no jornalismo impresso, segundo os profissionais pesquisados**

Uma das perguntas do questionário era saber junto aos pesquisados o que eles reconheciam como características do fenômeno, assim como os aspectos formais que possibilitam a leitura de algo como irônico no meio impresso. Em meio às respostas, foi possível listar as seguintes opiniões a respeito das características da ironia (tentamos manter o máximo possível a forma original):

- Quando a ironia não é bem feita, bate de frente com as características clássicas do jornalismo, a objetividade e a imparcialidade.
- Ironia e crítica são diferentes – a crítica é direta.
- Valores da ironia – acidez, tom de humor mais ácido, sarcástico.
- Pode aparecer em como se usa a declaração de um entrevistado ou se reúne as informações coletadas; pode aparecer no destaque dado, no tipo de verbo, no tom jocoso.

- A ironia é usada sem base, na maioria das vezes.
- A ironia está distante dos textos mais corriqueiros.
- Textos opinativos são naturalmente irônicos.
- Com a ironia, o autor deixa claro seu posicionamento, geralmente na linha do jornal.
- A ironia tem formas variadas de ser representada: através de charges, de criação de personagens para “contar fatos” depreciativos ou que zombam de figuras públicas, crítica dos poderes por trocadilhos com promessas jamais cumpridas.
- Palavras com sentido de adjetivo, uso de estereótipos (*bandido, elemento*), apelido, siglas para nomes de presidente, entre outros.
- Crítica bem humorada, mordaz, direta.
- Humor, crítica, comparação e indicação.
- A ironia está nas entrelinhas. O autor não pode deixar-se envolver pela emoção. A ironia está no estilo. A principal característica é a política (partidária, administrativa etc.). A ironia provoca interesse no leitor. Os textos com menos ironia são aqueles sobre comércio, mercado e economia.
- A ironia tornou-se mais fina e menos agressiva com o passar do tempo.
- O sentido dúbio de palavras, a inclusão de termos pejorativos e ainda comentários depreciativos de forma pretensiosa. Ou o simples fato de se aspear uma declaração.
- Aparecem em forma de trocadilhos, insinuações e argumentos que mostram as contradições cometidas pelo alvo – ou alvos – dos comentários.
- Uso de imagens engraçadas ou comprometedoras. Títulos com duplo sentido, uso de jargões políticos, pequenas frases no texto, charges.
- Ela se apresenta em tom de sarcasmo, geralmente em textos de autores conhecidos do meio, já que necessita se salvaguardar, dado seu tom pessoal. Em alguns casos, vem com expressões jocosas, num tom por vezes reprovável.

É possível notar como características designadas à ironia o tom jocoso, mordaz, de sarcasmo, de crítica e também de humor. Características essas enumeradas por Muecke (1995) como antecedentes equivalentes do nome ironia, antes que ele se estabelecesse em definitivo nos usos cotidianos. Tais características foram igualmente listadas por Hutcheon (2000, p. 76) em seu levantamento sobre as funções da ironia discutidas por variados autores, em diferentes ambientes teóricos. Nesse sentido, características e funções podem se equivaler.

Entre as características de forma, os jornalistas indicaram, por exemplo, o ridículo evidenciado nas legendas das fotos; a maneira como se usa a declaração de um entrevistado ou se reúne as informações coletadas; o destaque que é dado, o tipo de verbo. O sentido dúbio, os trocadilhos, a inclusão de termos pejorativos, os comentários depreciativos ou o uso de aspas são todos recursos que carregam ironia por parte da enunciação jornalística.

### **As funções da ironia no jornalismo impresso, segundo os profissionais pesquisados**

As respostas apresentadas nos questionários permitiram também identificar algumas funções que a ironia desempenharia no texto impresso.

- No mais das vezes, cumpre a função de pressionar. Essa conotação é observada claramente nos textos de ordem política. Basicamente, revela descrédito com as declarações do entrevistado. Tem, pois, a função de pressionar, gerar dúvidas, criar ambiente para polêmica.
- Rebater afirmações que contradizem o núcleo de certos acontecimentos.
- Forma de chamar atenção do leitor para determinadas informações (contrastantes).
- Às vezes se torna exibicionismo e exacerbação do ego.
- Seria ingenuidade pretender o texto jornalístico, seja ele notícia, artigo ou coluna, como imparcial. Ele sempre assumirá uma posição, passada ao leitor de forma sutil, muitas vezes a partir do uso da ironia.
- A ironia pode revelar, por exemplo, as duas ou mais faces do fato.
- A ironia, como uma forma de crítica, ajuda a construir uma opinião contrária ao fato que está sendo ironizado. Daí a importância de tratar com certa irreverência fatos da mais alta importância.
- As ironias são jogadas como um desabafo de colunistas, articulistas e afins. A ironia se

tornou um estilo que agrada a muitos leitores.

- A ironia é usada para mostrar insatisfação com o momento em que se vive. Na área de política, por exemplo, é sempre crítica e busca realçar os aspectos negativos, torná-los mais visíveis aos leitores.
- Expressar descontentamento. Criticar de maneira sutil.

As funções da ironia no texto jornalístico impresso listadas pelos pesquisados convergem, em parte, para aquelas enumeradas por Hutcheon (2000, p. 76) – crítica, humorística, jocosa, provocadora, satírica, agressiva, que oferece uma nova perspectiva - e por Maingueneau (1989), em que a ironia teria o papel de chamar a atenção do leitor. Entretanto, outras funções foram apontadas, como a de pressionar, de gerar dúvidas, de criar ambiente para polêmica; de revelar as faces de um fato; de ser um desabafo e, ainda, ser resultado de um estilo do jornalista. “Ironia e crítica são irmãs gêmeas”, segundo um dos colunistas entrevistados.

### **Quando e onde a ironia deve ou pode ser usada nos textos impressos**

Sobre a adequação e necessidade ou possibilidade de uso da ironia, as respostas encontradas entre os jornalistas foram as seguintes:

- Ironia diz respeito a atos e falas políticos.
- A ironia aparece no lide.
- A ironia aparece mais em textos assinados ou em colunas não assinadas.
- Aparece em todos os cadernos. Em política e esporte, a característica é a cobrança; em cultura, o “gostar daquilo ou não” é ironia frequente.
- A ironia está mais no jornalismo político, que se presta mais a esse tipo de “brincadeira”, quase deboche, dada a pouca seriedade com que é tratada a política no país.
- Pode ser usada em comentários sobre fatos relevantes e de interesse público, nos assuntos políticos e sociais.
- Em textos opinativos.
- Apenas em charges.
- Deveria ser usada em quase todas as ocasiões, se propícias à ironia. Seria pertinente, por exemplo, se alguém faleceu e ela fosse necessária para ajudar a recompor o perfil dessa

pessoa.

- Quando usa a ironia do entrevistado.
- Para expor o descompasso entre as promessas das autoridades e o cumprimento.
- Preferencialmente em matérias assinadas, ou nas demais, desde que a ironia não se transforme em verdade ou não interfira na real difusão dos verdadeiros fatos.
- Desde que, sem agressões e de maneira sutil, acrescente algo mais à informação. Contudo, é um critério inerente a quem escreve. Não se pode escrever sem ironia. Há jornalistas, por exemplo, que a usam de forma indireta, colocando palavras e expressões na boca do entrevistado.
- Sempre que possível. A realidade brasileira e mundial hoje é surreal. A ironia fina e bem dosada é o instrumento linguístico adequado para evidenciar tal estado de coisas.
- Crítica, humor, até mesmo o ridículo das legendas, das fotos, em colunas sociais. No esporte, vê-se muito em títulos, principalmente nos clássicos, até nas páginas policiais, para amenizar a violência de cada dia.
- O leitor gosta de ler uma boa ironia.
- A ironia é uma forma criativa de dar a notícia e, simultaneamente, manifestar um sentimento, seja de reprovação, indignação ou sarcasmo, de maneira subliminar, geralmente compartilhado com o leitor.
- É um recurso de linguagem e de estilo para deplorar uma determinada situação ou personagem. Deve ser empregada com parcimônia, para não perder a força e a elegância.
- Sem exageros, na hora e no local adequados.
- A ironia não seria o melhor recurso para informar, pois pode causar desentendimento no leitor.

Embora alguns tenham apontado os textos opinativos como os mais adequados para a ironia, outros observaram também que ela pode ser usada em qualquer texto ou assunto. Contudo, um número considerável de pesquisados apresentou a política e o esporte como os assuntos mais propícios ao seu uso, devido “a pouca seriedade com que é tratada a política no país” e a “leveza de tratamento” que o esporte permite na sua elaboração. Além disso, outro dado significativo diz respeito ao uso da ironia como mecanismo para contrapor situações em descompasso, discrepantes ou para as quais se quer chamar atenção. Um dos editores entrevistados, por exemplo, respondeu que usa a ironia sempre que possível em seu trabalho. À pergunta “Por quê?”, ele respondeu:

“Porque é, de certa forma, uma ferramenta no ato de repassar a informação.”

Outro dado importante diz respeito ao que os jornalistas manifestaram acerca do interesse do leitor quanto à presença da ironia nos textos jornalísticos. Alguns profissionais apontaram o fato de que os leitores gostam de ver ironia no jornalismo, outros que a ironia pode ser a manifestação de um sentimento compartilhado com o leitor, o que nos recorda Hutcheon (2000), quando fala da carga emotiva que envolve a atribuição de um sentido irônico e do compartilhamento de sentidos entre os membros de comunidades discursivas. Além disso, a maioria dos profissionais apontou a ironia como um recurso da linguagem jornalística, embora alguns tenham condenado essa relação.

Quanto às formas usadas para propor uma ironia, as possibilidades não têm fim, como já havia observado Kerbrat-Orecchioni (1980) a propósito dos marcadores de ironia. Assim, nomeação; adjetivação; uso do léxico; de aspas; hipérbole; comparação; jogo de palavras; transposição entre situações; recorrência a títulos de filmes, telenovelas e obras literárias; e combinação foto/título/texto são alguns mecanismos usados de forma recorrente para construir possíveis sentidos irônicos na maneira como são trabalhados pela enunciação jornalística (SEIXAS, 2006). Em suas respostas, os jornalistas também apontaram vários desses elementos como recursos vistos nos jornais e possíveis de serem usados também por eles em sua atividade.

Do ponto de vista da enunciação jornalística, a ironia pode ter “a função de pressionar, gerar dúvida, criar ambiente para polêmica” (trecho de entrevistado). Suas múltiplas possibilidades proporcionam ao jornalista o uso sem dificuldades nos mais diversos assuntos e situações, em que a enunciação jornalística se beneficia como uma estratégia de autodefesa (BERRENDONNER, 1981) ou veste protetora (HUTCHEON, 2000) em relação aos alvos que ataca. A maioria dos jornalistas pesquisados apontou a ironia como um recurso da linguagem jornalística. Em suma, a enunciação irônica dos jornalistas é autovalidada, quando não só propõe esse caminho ao leitor, mas o avalia como interessado nesse tipo de enunciação: “O leitor gosta de ver ironias no texto”; “a ironia é uma forma de dar a notícia e manifestar um sentimento, geralmente compartilhado com o leitor”.

### **Em resumo...**

Embora muito usem e atribuam ironia, não é tarefa fácil defini-la a contento, inclusive academicamente. Em primeiro lugar, é preciso lembrar que a ironia está sendo vista como verbal,

inclusive nos casos em que possa ser antes tida como ironia observável (ironia do destino, dos fatos, da vida...), já que mesmo nessas situações ela só se concretiza quando apresentada via linguagem (MUECKE, 1995). Em segundo lugar, a ironia possui um valor de julgamento ou “aresta avaliadora”, como nomeia Hutcheon (2000), sobre algo ou alguém (o alvo). Em terceiro lugar - e aqui a situação se complica - essa carga avaliadora se torna aparente a partir das atribuições de sentido que os interlocutores são capazes de realizar sobre uma dada enunciação, articulando determinados discursos. Assim, a atribuição de sentidos irônicos não se dá apenas no nível do enunciado, do dito, mas também do ambiente situacional e discursivo nos quais interlocutores e enunciações se relacionam.

Esta é a maior dificuldade na definição de ironia, é dizer como se passa de um dito a outro, às vezes menos ou mais implícito ou explícito no produto enunciado. Buscam-se as marcas, as pistas de indicação de uma ironia pelo enunciador, sobre a qual não se tem garantia de reconhecimento pelo interlocutor. Este, por sua vez, pode ver uma pista de ironia em algo não intencionado dessa maneira pelo enunciador. Eis porque a ironia pode ser vista como uma comunicação de risco: pelo potencial avaliativo que é capaz de agregar ou deflagrar e pelo domínio mínimo que ela possibilita sobre a sua atribuição. Nessas mesmas características residem seu encanto e eficácia, que os jornalistas entrevistados foram capazes de perceber.

<sup>1</sup>

Doutora, Universidade Federal do Pará, netiliaseixas@gmail.com

## REFERÊNCIAS

AUSTIN, John L. **Quando dizer é fazer: palavras e ação**. Porto Alegre: Artes Médicas, 1990.

BAKHTIN, Mikhail. **Estética da criação verbal**. São Paulo: Martins Fontes, 1992.

BAUER, Martin W.; AARTS, Bas. A construção do *corpus*: um princípio para a coleta de dados qualitativos. In: BAUER, Martin W; GASKELL, George (Editores). **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. 2.ed. Petrópolis: Vozes, 2003, p. 39-63.

BERRENDONNER, Alain. **Éléments de pragmatique linguistique**. Paris: Les Éditions de Minuit, 1981.

BIBLIOTECA PÚBLICA DO PARÁ. **Jornais Paraoaras: catálogo**. Belém: Secretaria de Estado

de Cultura, Desportos e Turismo, 1985.

BOOTH, Wayne C. **A rhetoric of irony**. Chicago/London: The University of Chicago Press, 1974.

BRAIT, Beth. **Ironia em perspectiva polifônica**. Campinas: UNICAMP, 1996.

CASTRO, Maria Lília Dias de. Ironia: uma reflexão interdisciplinar. **Verso & Reverso**, no. 23, ano XI, jul./dez. São Leopoldo: UNISINOS, p. 45-57, 1997.

\_\_\_\_\_. **As máximas e mínimas do Barão de Itararé**. 1990. 311 f. Tese (DLCV). São Paulo: USP, 1990.

CHARAUDEAU, Patrick; MAINGUENEAU, Dominique. **Dicionário de análise do discurso**. São Paulo: Contexto, 2004.

DONOS DA MÍDIA. Disponível em: <[www.donosdamidia.com.br](http://www.donosdamidia.com.br)>. Acesso em: 20 abr. 2013.

FAUSTO NETO, Antônio. **Mídia impressa**. São Paulo: Hacker, 1999.

\_\_\_\_\_. A deflagração do sentido: estratégias de produção e de captura da recepção. In SOUSA, Mauro Wilton de (Org.). **Sujeito, o lado oculto do receptor**. São Paulo: Brasiliense, p. 187-222, 1995.

FREUD, Sigmund. **Os chistes e sua relação com o inconsciente**. Rio de Janeiro: Imago, 1977.

GIORA, Rachel. **On our mind: salience, context, and figurative language**. Oxford: Oxford University Press, 2003.

HUTCHEON, Linda. **Teoria e política da ironia**. Belo Horizonte: UFMG, 2000.

KERBRAT-ORECCHIONI, Catherine. L'ironie comme trope. **Poétique**, 41. Paris: Seuil, p. 108-127, 1980.

KNOX, Norman. **The word irony and its context, 1500-1755**. Durham, North Carolina: Duke University Press, 1961.

MAINGUENEAU, Dominique. **Termos-chave da análise do discurso**. Belo Horizonte: UFMG, 1998.

\_\_\_\_\_. **Novas tendências em análise do discurso**. Campinas: UNICAMP; São Paulo: Pontes, 1989.

MANUAL DE REDAÇÃO. **Folha de S. Paulo**. São Paulo: Publifolha, 2008.

MARCUSCHI, Luiz Antônio. Interação e sentido literal. In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM LETRAS E LINGÜÍSTICA (ANPOLL), 19., 2004, Maceió (AL). Maceió: Universidade Federal de Alagoas, 2004.

MARUXO JR, José Hamilton. **A imprensa irônica**. Dissertação (Mestrado em Letras). São Paulo: USP, 2002.

MASSARANI, Luisa; SEIXAS, Netília Silva dos Anjos; CARVALHO, Vanessa Brasil de. La ciencia en *O Liberal*: estudio de uno de los principales diarios de la Amazonía brasileña. **Revista Latinoamericana Comunicación Chasqui**, v. 1, n. 122, p. 82, 2013. Disponível em: <<http://chasqui.ciespal.org/index.php/chasqui/article/view/74>>. Acesso em: 20 jul. 2014.

MESQUITA, Mário. Teorias e práticas do jornalismo. **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, Vol. XXVIII, no. 2, jul/dez. São Paulo: CNPq/INTERCOM, p. 11-41, 2005.

MINOIS, George. **A história do riso e do escárnio**. São Paulo: UNESP, 2003.

MOUILLAUD, Maurice; PORTO, Sérgio Dayrell (Org.). **O jornal: da forma ao sentido**. 3. ed. rev. e ampl. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2012.

MUECKE, D. C. **Ironia e o irônico**. São Paulo: Perspectiva, 1995.

\_\_\_\_\_. Analyses de l'ironie. **Poétique**, 36. Paris: Seuil, p. 478-494, 1978.

O GLOBO. **Manual de redação e estilo**. 20<sup>a</sup> ed. Organizado e editado por Luiz Garcia. São Paulo: Globo, 1994.

PINTO, Lúcio Flávio. **O poder de O Liberal**. Disponível em:

<[http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/o\\_poder\\_de\\_o\\_liberal](http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/o_poder_de_o_liberal)>. Acesso em: 20 abr. 2013.

PORTAL ORM. Disponível em: < <http://www.ormnews.com.br/>>. Acesso em: 20 fev. 2015.

QUINTILIANO, M. Fabio. **Instituciones oratorias**. Buenos Aires: Joaquín Gil editor, p. 378-407, 1944.

SEIXAS, Netília Silva dos Anjos. **Jornalismo e ironia**: produção de sentido em jornais impressos no Brasil. 2006. 271 f. Tese (Programa de Pós-Graduação em Letras). Recife: UFPE, 2006.

SILVA, Francisco Paulo da. A construção da ironia: uma pittada de veneno? In GREGOLIN, Maria do Rosário; BARONAS, Roberto (Org.). 2003. **Análise do discurso**: as materialidades do sentido. 2. ed. São Carlos, SP: Claraluz, p. 91-98, 2003.

TRAVANCAS, Isabel. A coluna de Ibrahim Sued: um gênero jornalístico. **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, Vol. XXIV, no. 1, jan/jun. São Paulo: CNPq/INTERCOM, p. 109-122, 2001.

VERÓN, Eliseo. Quando ler é fazer: a enunciação no discurso da imprensa escrita. In: **Fragmentos de um tecido**. São Leopoldo: UNISINOS, 2005. p. 215-238.

Arquivo PDF gerado pela COMPÓS