

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO**

Lucas Cavichioli Codonho

O RISO QUE INFORMA

Um experimento das possibilidades comunicativas do humor

**Juiz de Fora
Julho de 2018**

Lucas Cavichioli Codonho

O RISO QUE INFORMA

Um experimento das possibilidades comunicativas do humor

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Comunicação Social, Jornalismo, da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora, como requisito parcial para obtenção do grau de bacharel.

Orientadora: Prof. Dra. Teresa Cristina da Costa Neves

Juiz de Fora
Julho de 2018

Lucas Cavichioli Codonho

O riso que informa

Um experimento das possibilidades comunicativas do humor

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Comunicação Social – Jornalismo, da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora, como requisito parcial para obtenção do grau de bacharel.

Orientador: Prof. Dra. Teresa Cristina da Costa Neves

Aprovado pela banca composta pelos seguintes membros:

Prof. Dra. Teresa Cristina da Costa Neves (FACOM/UFJF) - orientadora

Prof. Dr. Paulo Roberto Figueira Leal (FACOM/UFJF) – convidado

Prof. Dr. Nilson Alvarenga (FACOM/UFJF) - convidado

Juiz de Fora, 2 de Julho de 2018

À todos que buscam no (bom) humor um caminho para se informar e melhor viver.

AGRADECIMENTOS

À minha família, professores e amigos, que, direta ou indiretamente, me ajudaram com liberdade e afeto.

É preciso que, de vez em quando, descansemos de nós próprios, olhando-nos de cima e de longe e, com o longínquo da arte, rir ou chorar de nós e por nós mesmos: é preciso descobrimos o herói e também o louco que se dissimulam na nossa paixão do conhecimento; sejamos felizes, de vez em quando, com a nossa estupidez, para que possamos continuar felizes com a nossa sabedoria! E é precisamente porque, no fundo, somos pesados e sérios, e antes pesos do que homens, que nada nos faz melhor do que o *chapéu do bobo*.

(NIETZSCHE, 1882)

RESUMO

Este trabalho pretende experimentar algumas das possibilidades comunicativas que o recurso humorístico pode agregar à linguagem jornalística no audiovisual. Inicialmente, apresenta alguns conceitos do humor, que visam explorar o aspecto psíquico, linguístico, social e filosófico da comicidade; propondo uma reflexão teórica sobre as causas e mecanismos do humor em sociedade. A seguir, serão traçados alguns aspectos da relação entre humor e jornalismo, contextualizando ambos no âmbito social, cultural e midiático. Por fim, a partir dos conceitos e reflexões mobilizados, através do método da análise de conteúdo de Laurence Bardin (2006), produtos audiovisuais humorísticos que englobem elementos do jornalismo serão analisados, com o objetivo de experimentar e vislumbrar possibilidades comunicativas na relação entre a linguagem humorística, jornalística e audiovisual.

Palavras-chave: Humor, Jornalismo, Paródia, Sátira, Audiovisual.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Representação caricata em <i>Furo MTV</i>	40
Figura 2 – Ambientação de entrevista do programa <i>O infiltrado</i>	45
Figura 3 – Ambientação 2 de entrevista do programa <i>O infiltrado</i>	46
Figura 4 – Fred e Camelot durante entrevista em <i>O infiltrado</i>	47

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	11
2 FACES DO RISO.....	14
2.1 COMICIDADE, CHISTE E HUMOR.....	15
2.2 IRONIA.....	16
2.3 SÁTIRA.....	18
2.4 PARÓDIA.....	19
2.5 A COMUNICAÇÃO HUMORÍSTICA.....	21
3 HUMOR E JORNALISMO EM SOCIEDADE.....	23
3.1 O HUMOR NA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA.....	23
3.2 O PAPEL DA MÍDIA E O JORNALISMO CONTEMPORÂNE.....	25
3.3 RECURSOS HUMORÍSTICOS NO JORNALISMO.....	27
3.4 PROCEDIMENTOS E LINGUAGEM DO JORNALISMO.....	30
4 JORNALISMO E HUMOR NO AUDIOVISUAL.....	34
4.1 FURO MTV.....	36
4.2 O INFILTRADO.....	40
5 CONCLUSÃO.....	49
REFERÊNCIAS.....	51

1 INTRODUÇÃO

O riso e, conseqüentemente, o humor são duas constantes da vida humana em sociedade há pelo menos 28 séculos (como no poema heróico-cômico de Homero, *Batracomiomáquia – guerra entre rãs e ratos*, datado de 850 a.C). A onipresença do riso é conferida, principalmente, por sua universalidade: um fenômeno comum a todos e, ao mesmo tempo, totalmente individualizado, já que, no início de seu processo até sua efetivação, sofre influência cultural e das personalidades dos envolvidos no ato humorístico.

Exemplos de registros históricos contendo o tema do humor são abundantes; como em trechos da Bíblia, ao que o riso é associado à imagem do Diabo, à incorporação da malícia – conceituação que funciona narrativamente como um contraponto à idealização de um Jesus Cristo sério, da figura do mártir, que não é capaz de sentir prazer perante a miséria dos homens; ao contrario, sofre para absolver a humanidade de seus pecados: em suma, confere, mesmo que superficialmente, a condenação moral do riso (OLIVEIRA, 2016).

Para além dos registros históricos e anedóticos, a Grécia Antiga foi uma das primeiras sociedades (se não a primeira) a encarar o humor com seriedade. Os principais pensadores da época – Sócrates, Platão e Aristóteles – se debruçaram sobre o tema do humor, interpretando-o como objeto de estudo para a filosofia. Pela perspectiva da elite intelectual da Antiga Grécia, o humor era analisado não somente de acordo com seus fins, e sim como um processo amplo, profundamente ligado à condição humana, explorando e analisando suas possibilidades para atingir uma melhor compreensão de si e de seu entorno.

O humor possui características peculiares, que refinam seu uso e compreensão, como, por exemplo, sua estreita relação com a seriedade – elementos que, usualmente, são considerados excludentes. “O humorismo é quintessência da seriedade”, já alertara Millôr Fernandes (2009, p.278). Através dessa percepção do jornalista e humorista, podemos ressaltar o caráter ambivalente do humor: ao mesmo tempo em que zomba, pode estar atentando o interlocutor para um tema sério; quando se indigna visceralmente com algo, pode demonstrar aparente desdém quanto a isso. Millôr ainda completa: “ser comunista cristão, santo pecaminoso, atleta pensante, orador das massas na intimidade de uma alcova. Mostrar, como humorista, que nossa ironia e gargalhada brota longe, no amago do ser, e nos dá a liberdade de abusar desavergonhadamente de todo minuto de sol ou escuridão.” (FERNANDES, 2009, p.279). Assim, essa observação de Millôr, do próprio ato humorístico, esboça a contrariedade e complexidade contidas no humor, não só em relação ao outro e à

sociedade, mas para com nosso íntimo e como reagimos aos estímulos do mundo; como, por meio do humor, podemos alcançar um modo diferenciado e dinâmico de interagir com a vida.

Considerando a complexidade e abrangência do tema, que envolve aspectos linguísticos e comunicacionais, sociais e culturais, psíquicos e filosóficos, será feito um recorte teórico que possa subsidiar a análise subsequente. Em seu capítulo inicial, o trabalho procurará explorar as noções básicas de humor e sua caracterização contemporânea, bem como os conceitos de sátira, paródia e a ironia, tendo em vista a reflexão sobre as possibilidades comunicativas que o uso do humor proporciona. O capítulo seguinte dedica-se a compreender as bases do que se pode chamar de linguagem jornalística e suas expressões nos meios audiovisuais. O aparato teórico destas duas sessões iniciais será retomado no último capítulo do estudo e servirá à análise das relações entre recursos humorísticos e linguagem jornalística em formatos comunicacionais específicos: produções audiovisuais de cunho humorístico que empreguem elementos da linguagem jornalística.

Os produtos audiovisuais tomados como objetos são (1) o *Furo MTV*, telejornal satírico veiculado pela *MTV Brasil* entre 2 de março de 2009 e 26 de setembro de 2013, que utilizava a estrutura clássica dos telejornais de bancada, porém buscando como resultado final o riso do espectador, com uma redação predominantemente humorística que sempre se remete ao factual; (2) a série do *History Channel Brasil*, *O infiltrado*, apresentada pelo jornalista Fred Melo Paiva, programa no estilo jornalismo de rua, em que o apresentador realiza reportagens, assumindo uma postura bem humorada e sarcástica na abordagem dos temas (que geralmente lhes são completamente alheios, como sugere o título da série) e entrevistados.

Serão analisados três programas do primeiro produto, veiculados em um intervalo de aproximadamente 4 meses (primeiro episódio analisado exibido em 28 de maio de 2013 e último exibido em 14 de setembro de 2013), e três reportagens do último, veiculados no período de 1 ano, 6 meses e 10 dias (episódio-piloto exibido em 8 de maio de 2013 e episódio *Capitalistas*, da segunda temporada do programa, em 18 de novembro de 2014). Sem que se tenha a pretensão de compor uma amostragem dessas produções, o objetivo da análise é, em vez disso, criar uma oportunidade de reflexão, um exercício analítico sem aspirações cabais.

Com o intuito de descobrir significações ocultas ou latentes nesses programas, será usada a análise de conteúdo conforme proposto por Laurence Bardin. Segundo a autora, análise de conteúdo representa “um conjunto de técnicas de análise das comunicações, que utiliza procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens”, e seu objetivo é o de proporcionar “a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção (ou eventualmente, de recepção), inferência esta que recorre a indicadores

(quantitativos ou não).” (BARDIN, 2006, p.38). Deste modo, a análise das amostras será feita em três etapas básicas: 1) pré-análise, 2) exploração do material e 3) tratamento dos resultados, inferência e interpretação (BARDIN, 2006).

2 FACES DO RISO

Para entender melhor o *porque* do humor ser tão presente em nossas vidas, e, também, como ele afeta o processo comunicativo, é essencial conhecermos suas causas de existência e principais ferramentas de linguagem. Primeiramente, quais seriam os motivos dessa onipresença do humor? Segundo Sigmund Freud (1905), o ato humorístico representa um processo mental inconsciente no qual uma expectativa emocional dolorosa é interrompida e converte-se em prazer intelectual. Para Freud, a economia da energia psíquica destinada ao sofrimento, então anulada pela ação do humor, converte-se em riso, uma vez que perde sua função emocional inicial, liberando tal energia e deslocando-a para o gozo cômico (FREUD, 1905). Deste modo, a primeira característica que torna o humor tão presente em nossa experiência diária é o fato dele viabilizar a transformação de uma percepção dolorosa em prazer - afinal, ninguém deseja o próprio sofrimento -, definindo-o assim como um processo defensivo de nossa mente, por proporcionar o deslocamento da catexia de uma emoção penosa para uma prazerosa (FREUD, 1905).

Analisando especificamente o fenômeno do riso, complementar à linha de pesquisa de Freud, Herbert Spencer (2012) afirma que a risada ocorre também por uma questão de deslocamento, só que o da consciência, quando nossa atenção passa de coisas de grande para pequena importância – processo intitulado por ele de *incongruência descendente*. Segundo Spencer, a liberação de excitação mental ocasionada por um obstáculo cognitivo que surge de maneira inesperada resulta no riso. Tal obstáculo cognitivo representa então a quebra de percepção e expectativa tão comuns no humor. Ampliando o conceito dado de riso - como o resultado de uma descarga de energia psíquica livre de um caminho cognitivo outrora esperado, fazendo parte de um processo mental automático possibilitado pelo descarte de nossa atenção consciente (FREUD, 1905) -, Freud (1905) confere ao riso causado em outra pessoa alguns propósitos: certificar-se de que o ato cômico foi bem formulado e completar o prazer do emissor pela reação positiva do receptor. Além disso, o autor destaca o riso como uma das expressões de estados psíquicos mais contagiosos. Seguindo a lógica do emprego dos conceitos de incongruência e deslocamento (de expectativa neste caso) para definir o fenômeno do riso, Immanuel Kant (2005) afirma que a passagem abrupta de uma tensa expectativa para um esvaziamento de sentido é o que produz a risada. Para Kant, o riso intenso é sempre gerado pela presença do absurdo, do jogo de representações e percepções que afrontam nossa lógica, ocasionando um rápido alívio da tensão.

Freud (1905) também afirma que na comunicação com caráter humorístico, o receptor, ao interpretar a mensagem da maneira desejada pelo emissor, imita o processo mental do criador do humor, podendo assim compreender mesmo aquilo que foi apenas subentendido. Da mesma forma, o mesmo, ou até maior, prazer gerado para si da *pessoa humorística* (ou seja, o emissor do conteúdo humorístico) pode ser atingido por aquele que só recebe a mensagem cômica. Portanto, pela somatória das características encontradas nas causas do humor e do riso, constata-se por a importância da aplicabilidade do humor em nosso cotidiano, seja para melhorar a qualidade das relações interpessoais e o convívio social, adicionando prazer e reciprocidade nessas relações, ou gerar um deleite individual e criar um modo de suportar melhor as dores que nos afligem.

2.1 COMICIDADE, CHISTE E HUMOR

Para Freud (1905), há uma distinção conceitual entre o cômico, o chiste e o humor, admitindo diferenças em suas origens psíquicas e manifestações e consequências comunicativas. O cômico, basicamente, representa uma ideia estética, uma vez que não a emitimos para satisfazer qualquer necessidade vital, apenas nos contentando com a fruição da ideia em si. O ato cômico pode acontecer sem que haja um espectador, podendo a pessoa divertir-se com sua própria ideia, ou seja, o processo completa-se em si mesmo. Contrária a essa concepção do cômico, o chiste precisa ser comunicado para que seja concluído - pressupõe um objeto de pilhéria e que alguém externo receba a mensagem zombeteira e manifeste o riso no lugar do emissor, já que esse não pode fruir sozinho seu pensamento cômico. Freud (1905) ainda define o chiste como um simples jogo de ideias derivado da observação das situações, onde há a evocação consciente e bem-sucedida do que é cômico.

Por fim, tem-se a definição de humor, que, para Freud (1927), representa o processo mais elevado dentre os citados, pois, além de se completar na própria pessoa que o produz, se preciso, transforma o próprio eu em objeto de riso. Para obter tal prazer humorístico, é necessário estabelecer um distanciamento emocional das próprias mazelas, convertendo o que seria motivo de dor em riso – uma satisfação lúcida e autoconsciente da própria situação. Assim, como os chistes e o cômico, o humor possui o caráter de ser libertador, porém, contém uma elevação que as últimas não possuem: o triunfo sobre o narcisismo, sobre a ideia do “eu” intocável, graças à invulnerabilidade do ego. Esse triunfo significa a capacidade do ego de se manter imune às provocações da realidade, negando-se a

sofrer com situações que, teoricamente, seriam traumas e convertendo-os em prazer intelectual (FREUD, 1927).

Focando na questão do chiste especificamente, Freud (1905) salienta que essa variação do fenômeno cômico só tem seu efeito integral no ouvinte/leitor se houver o fator da imprevisibilidade, se para ele for uma novidade o que está assimilando, chegar como surpresa – e podemos constatar essa afirmação pelo senso comum de que uma piada, em sua esmagadora maioria das vezes, não funciona a partir da segunda vez que é contada. Para o psicanalista, tal peculiaridade do chiste decorre de sua própria natureza envolver o ato de surpreender, de demandar uma quebra rápida na percepção consciente. Deste modo, o chiste, quando bem executado, tem a capacidade de propagar uma gama de ideias variadas, com contextos e profundidades diferentes, de um modo que surpreenda com grande rapidez o receptor, propiciando assim o riso (FREUD, 1905).

Pode-se estender então o conceito do chiste com o cômico através do recurso da caricatura - sendo essa o ponto médio entre as duas primeiras modalidades de humor. A comicidade da caricatura reside principalmente na abordagem do não belo, do feio, em ressaltar o grotesco e rejeitado pelo senso comum. Assim, uma vez que o feio é ocultado ou negado por algum motivo, cabe à caricatura tornar isso público e escancarado, ressaltando a comicidade embutida aí e fazer pilhéria disso, através do chiste (FREUD, 1905). A função da caricatura é a de destacar a degradação implícita no objeto humorístico, selecionar desse um traço específico que seja cômico por si só, mas que possa passar despercebido ao olhar menos atento, quando apresentada a totalidade do objeto de uma vez só. Portanto, isolando o defeito do objeto, acaba-se por amplificá-lo, e assim reforçar o seu aspecto cômico, merecedor de gargalhadas.

2.2 IRONIA

Dentro do contexto do discurso humorístico, a ironia tem papel de destaque em suas aplicações. Para Muecke (1995), a ironia funciona como elemento de equilíbrio na percepção humana, sendo aplicável quando determinado aspecto da vida está sendo levado muito a sério, ou, o inverso, quando não se dá a devida seriedade para determinado evento, assim, “estabilizando o instável, mas também desestabilizando o excessivamente estável.” (MUECKE, 1995, p.19). Segundo Linda Hutcheon (2000), a ironia tem em sua essência o caráter julgador, sendo para ela “a transmissão intencional tanto da informação quanto da atitude avaliadora além do que é apresentado explicitamente” (HUTCHEON, 2000, p.28).

Muecke (1995) divide a ironia em dois principais tipos: a observável e a verbal. A ironia observável corresponde às situações visivelmente contraditórias, já a ironia verbal representa uma inversão semântica, onde se diz algo que pretende significar o seu oposto. Explorando as ramificações da ironia, para Camila da Silva Alvarce (2009), a ambiguidade está embutida nessa categoria de humor, já que pode ser entendida como figura retórica na qual se diz o contrário do que quer ser entendido, ou seja, gera um significante para dois significados. “É imprescindível perceber que o traço ambíguo, dissonante, duplo, plural, desigual, entre tantos outros adjetivos sinônimos caracterizadores do humor, se faz também presente nos discursos irônicos e, ainda, na paródia” (ALAVARCE, 2009, p.16). Alvarce (2009) destaca a função distanciadora da ironia, na qual tanto o ironista quanto o interpretador se afastam emocionalmente de determinada situação, para assim conseguirem olhá-la com uma nova perspectiva, filtrada pelo viés do cômico.

De acordo com Nicola Abbagnano, em seu *Dicionário de filosofia*, ironia representa “em geral, atitude de quem dá importância muito menor que a devida (ou que se julga devida) a si mesmo, à sua própria condição ou a situações, coisas ou pessoas com que tenha estreitas relações.” (2000, p. 584). Na história da filosofia, são reconhecidas duas formas fundamentais de ironia, a socrática e a romântica. A ironia socrática tem origem na maneira com que o filósofo subestimava seus adversários intelectuais, lançando mão da estratégia de diminuir-se na discussão, ao passo que elevava aqueles que queria refutar – deste modo, dizendo o oposto do que pensava, simulando¹ à serviço da retórica (ABBAGNANO, 2000, p.585).

A seguir temos a ironia romântica, que era atrelada à desvalorização dos fatos mundanos, quando relativizados com uma noção mais ampla da existência. Em outras palavras, “identificando-se como o Eu absoluto, o filósofo ou o poeta (que com muita frequência coincidem, para os românticos) é levado a considerar a realidade mais concreta como uma sombra ou um jogo do Eu, a subestimar a importância da realidade, não tomá-la a sério.” (ABBAGNANO, 2000, p.585). Complementando a conceito anterior de ironia, Karl Solger (1815) afirma que, do ponto de vista subjetivo e relativista, é justamente a compreensão de algo como supremo ou sagrado que induz o rebaixamento das demais coisas, pelo efeito da comparação.

¹ Em sintonia com o pensamento de Sócrates, na obra *Suma teológica*, de Tomás de Aquino, a ironia representa uma forma lícita de mentir e simular, já que seu ato visa atingir uma verdade interna, em última instância, concedida por Deus (AQUINO, 2005, p.638).

Definindo a ironia com uma liberdade absoluta perante os fatos e a realidade, Friedrich Schlegel destaca:

Transferir-se arbitrariamente ora para esta, ora para aquela esfera, como para outro mundo, não só com o intelecto e com a imaginação, mas com toda a alma; renunciar livremente ora a esta, ora àquela parte do próprio ser, e limitar-se completamente a uma outra; procurar e encontrar a sua unidade e o todo, ora neste, ora naquele indivíduo, e esquecer voluntariamente todos os demais: de tudo isso só é capaz um espírito que contenha em si como uma pluralidade de espíritos e todo um sistema de pessoas, e em cujo íntimo o universo que – como se diz – está em germe em todos os mundos, desabrochou, amadureceu (SCHLEGEL, 1798, p.121).

Portanto, para o autor, o ato irônico estaria intimamente ligado a um modo de transpor a realidade, transposição esta possibilitada por um impulso de liberdade originário do âmago da pessoa. E essa vontade transgressora também se estende à forma, já que a ironia domina qualquer conteúdo, pois não leva nada a sério.

2.3 SÁTIRA

De acordo com Massaud Moisés, em seu *Dicionário de termos literários* (1974), o vocábulo sátira tem origem latina, e pertence ao mesmo campo semântico de “saturar”. O radical *sat* significa “saturado”, “muito”, “demasiado”, “misturado”. Assim, por sua etimologia conter as ideias de saturação e excesso, conclui-se que a sátira pressupõe a presença de alguns recursos de linguagem, como o exagero, a caricatura, a troça, ironia e injúria. A sátira tem ainda como características fundamentais o hibridismo e a heterogeneidade (MOISÉS, 1974), como também sugere o radical da palavra.

Em seus primórdios, a sátira era escrita em verso; em seguida, passou para prosa, até chegar ao teatro e obras ficcionais. Deste modo, conforme Moisés (1974), a sátira não pode ser enquadrada a um formato fixo, e sim ser entendida como uma modalidade literária ou tom narrativo de teor crítico – crítica direcionada às instituições e/ou pessoas, almejando denunciar e censurar os males da sociedade e de seus indivíduos. Considerando que a sátira “envolve uma atitude ofensiva, ainda quando dissimulada” (MOISÉS, 1974, p.413) e que “o ataque é a sua marca distintiva, a insatisfação perante o estabelecido, a sua mola básica” (p.413), aquele que satiriza, na verdade, procura ridicularizar os abusos da sociedade. E para atingir a pretendida ridicularização das mazelas sociais e pessoais, o satirista parte conceitualmente das normas morais dominantes em sociedade, para, então, subverter estas

mesmas normas morais e extrair o efeito cômico da discrepância gerada – consequentemente, rompendo superstições, crenças, estereótipos e dogmas nesse processo.

Segundo Gilbert Highet (1972), a sátira, embora usualmente exagerada ou distorcida, procura ser realística, tópica. Costuma ser também chocante, informal e engraçada – ainda que esse efeito de humor, geralmente, seja alcançado de forma grotesca ou agressiva. Por fim, destaca-se que “a sátira deseja expor, criticar e desvalorizar a vida humana, mas finge contar toda a verdade e nada mais que a verdade” (HIGHET, 1972, p.158), revelando assim seu aspecto irônico e ficcional, transgredido os valores vigentes da sociedade ao suspender o ideal de verdade extrapolando-o, e tudo isto, normalmente, em incisivo tom de escárnio. Por este motivo, o riso gerado pela sátira possa parecer mais malicioso e insolente do que o riso obtido com as outras formas de humor, por demonstrar claramente o alvo de sua pilhéria. Considerando seu apelo cômico, e a utilização de recursos como a retórica, a analogia e a imagética em sua execução, a sátira “é provavelmente a forma de comicidade mais socialmente efetiva, de grande utilidade como instrumento prático de destruição das mazelas do cotidiano” (SWABEY, 1970, p.62).

2.4 PARÓDIA

A origem da paródia nos remete à Grécia Antiga, local onde sua prática era dada comumente entre os filósofos cétricos e cínicos, como um método lúdico para contestar as autoridades vigentes e, assim, atuar como um contraponto das atitudes e decisões das pessoas que estavam no poder (HIGHET, 1970). Segundo o *Dicionário de termos literários*, o termo paródia “designa toda composição literária que imita, cômica ou satiricamente, o tema ou/e a forma de outra obra” (MOISÉS, 1974, p.340). Seu objetivo é o de ridicularizar tendências e/ou estilos que sejam destaques em contextos e épocas diferentes, através da recriação de obras a partir de parâmetros completamente novos. De acordo com sua etimologia, paródia significa “contra-canto” ou “canto paralelo”; pode conter o sentido de oposição (no caso, contra-canto) ou o de representar uma obra criada à semelhança de outra (nesse caso, canto paralelo) (MOISÉS, 1974).

Como se trata do diálogo entre duas obras, ou seja, o diálogo entre dois discursos e duas linguagens, a paródia apresenta-se como intertextualidade. Também pressupõem a ironia em sua execução, portanto, pode ser considerada a intertextualidade das diferenças (SANT'ANNA, 1985) - além de poder ser entendida como “uma repetição com distância crítica, que marca a diferença em vez da semelhança” (MOISÉS, 1974, p.341). Deste modo, a

paródia tem um efeito de deslocamento, de gerar uma proposital discordância entre dois elementos: a obra que baseia a criação e a paródia em si, que sempre visa um fim jocoso e satírico.

"A paródia busca transcender o original ou, ao menos, engendrar uma obra com personalidade própria, sinal evidente de que a grandeza do tema reside precisamente em sua universalidade" (MOISÉS, 1974, p.341). E nessa característica da busca pela transcendência e personalidade própria, a paródia envolve uma inversão de sentidos da obra original, em muitos casos, um desvio completo, procurando sempre dar vazão aos discursos recalcados e abafados pela opinião pública dominante (SANT'ANNA, 1985). Assim, para a paródia ocorrer, a obra original e a obra criada devem ser necessariamente discordantes, de modo que, por exemplo, "a paródia de uma tragédia será uma comédia (não importa se exagerando o trágico ou substituindo cada um de seus elementos pelo cômico); a paródia de uma comédia pode ser uma tragédia." (SANT'ANNA, 1985, p.13).

Affonso Romano, em seu livro *Paródia, paráfrase & cia* (1985), destaca o crescente uso da paródia na contemporaneidade, e considera essa frequente presença do recurso paródico como um sintoma dos nossos tempos, onde há, cada vez mais, uma forte tendência para a interação entre linguagens divergentes:

A paródia é um efeito de linguagem que vem se tornando cada vez mais presente nas obras contemporâneas. A rigor, existe uma consonância entre paródia e modernidade. Desde que se iniciaram os movimentos renovadores da arte ocidental na segunda metade do séc. 19, e especialmente com os movimentos mais radicais do séc. 20, como o Futurismo (1909) e o Dadaísmo (1916), tem-se observado que a paródia é um efeito sintomático de algo que ocorre com a arte de nosso tempo. Ou seja: a frequência com que aparecem textos parodísticos testemunha que a arte contemporânea se compraz num exercício de linguagem onde a linguagem se dobra sobre si mesma num jogo de espelhos. (SANT'ANNA, 1985, p.7)

O autor ainda aponta que o efeito metalinguístico da paródia, o da linguagem se voltar sobre si mesma, se dá, principalmente, por causa da especialização moderna da arte e dos meios de expressão humana – levando os criadores de produtos culturais a dialogar não só com a "realidade aparente das coisas, mas com a realidade da própria linguagem". (SANT'ANNA, 1985, p.8).

Por fim, Maria Lúcia Aragão afirma que a paródia “é uma forma de jogo em que se usa uma determinada técnica, cujos efeitos não são uniformes. Agride ou recusa os significados, enquanto reforça os significantes: ao potencializar um, enfraquece o outro. (1980, p.19). Assim, a paródia representa um gênero ambíguo, denunciando as contradições e

fracassos de nossa sociedade. Então, pela somatória de características apresentadas, entende-se que a paródia quebra com os padrões vigentes e nos obriga a deslumbrar outras formas de contar basicamente uma mesma narrativa. E é na tensão entre a ficção original e a originada que brota seu tom humorístico.

3.5 A COMUNICAÇÃO HUMORÍSTICA

Analisando pelo viés do interpretador e dos sentidos que o discurso humorístico pode criar, Alvarce (2009) admite a ironia e a paródia como variantes fundamentais do humor, sendo essas intrinsecamente ambivalentes, contendo uma variedade de interpretações possíveis, incongruências a serem desvendadas, sempre privilegiando o não dito explicitamente, o silêncio. Por essa razão, um mesmo produto humorístico gerará as mais diversas sensações para cada receptor, dependendo de seu repertório, nível de entendimento etc. Alvarce defende que a ironia e a paródia, e o ato humorístico em sua generalidade, possuem a característica de provocar, desafiar a percepção de quem as interpreta, sobretudo por estarem lidando com um campo situado no limiar do implícito e explícito, do lúdico e do concreto, contendo em si uma série de subtextos a serem extraídos. Por fim, a professora afirma que cabe aos ouvintes/leitores dessas estruturas ambíguas de linguagem adotar uma postura investigativa e aberta, para assim melhor absorverem seus sentidos possíveis. Alvarce (2009) sublinha a ironia em seu modo verbal, vertente do humor que não pode ser interpretada “ao pé da letra” para extrair o sentido pretendido pelo ironista. Complementar a essa ideia, Hutcheon (2000) afirma que nenhuma elocução é irônica por si só, pois sempre depende que o interpretador decodifique a mensagem e seus subtextos da maneira pretendida pelo emissor. O receptor da ironia desempenha papel crucial no processo comunicativo humorístico em questão, sendo que cabe a ele atribuir sentidos e motivos ao discurso, desempenhando o papel de um agente consciente, fazendo inferências semânticas e avaliadoras de acordo com o contexto em que está inserido (HUTCHEON, 2000, p.29).

Deste modo, o leitor/ouvinte configura-se como elemento chave ao ter de localizar os aspectos em tensão implícitos no texto humorístico, sobretudo no irônico, e atribuir o sentido pretendido pelo humorista – ou até descobrir novos sentidos a partir do que é subentendido (HUTCHEON, 2000). E para a construção desse sentido cômico, o receptor da mensagem humorística deve perceber a existência de vozes que se chocam na estrutura desses textos. Tais vozes são fruto de “verdades” que a ironia, a paródia e o riso veiculam de forma

implícita, e estabelecem um embate de dissonâncias e tensão de discursos, criando assim uma incongruência entre o “pensado” e a “realidade concreta” (ALAVARCE, 2009).

Por conta de tais características do texto humorístico, Alvarce (2009) defende que os discursos ali expressos convidam o leitor/ouvinte a colaborar na construção de sentidos, tornando-se assim vias para o exercício da reflexão, da ampliação do conhecimento e senso crítico. Assim, espera-se não apenas a obtenção de prazer por parte do receptor do discurso humorístico, mas também a responsabilidade de agente imaginativo, interpretador perspicaz de subtextos e construtor de potenciais sentidos comunicativos. Portanto, o leitor/ouvinte deve, como um detetive, estar atento às peculiaridades do texto humorístico, desvendando seus sentidos e preenchendo seus espaços vazios, seus silêncios, conferindo-lhe, assim, um fim comunicacional através de suas projeções interpretativas.

3 HUMOR E JORNALISMO NA SOCIEDADE

Para traçarmos uma relação vantajosa entre humor e os meios de comunicação, sobretudo no campo do Jornalismo, primeiramente é apropriado contextualizar a função e atuação desses meios em sociedade. Após definirmos as características sociais e culturais que favorecem o florescimento do humor, nos aprofundaremos na interação entre Jornalismo e humor, analisando os efeitos deste hibridismo para a atividade jornalística.

3.1 O HUMOR NA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA

Após termos um panorama geral do humor no contexto midiático e jornalístico atual, partimos para uma análise do ponto de vista social do humor, referenciados em *A sociedade humorística*, capítulo 5 do livro *A era do vazio*, de Gilles Lipovetsky (2005). O autor define a presença do humor na história em três principais fases: 1) o humor grotesco² da Idade Média, que se caracterizava pela grosseria e postura desdenhosa perante símbolos, rituais, cultos e dogmas religiosos – “baseado no princípio de rebaixamento do sublime, do poder, do sagrado” (2005, p.130), para elevação do mundano e carnal; 2) o humor crítico da Idade Clássica, período no qual se inicia o processo de desvalorização da tradição grotesca e dos exageros medievais, considerados agora vulgares, representando, assim, uma espécie de “civilização” do humor, dando prevalência à crítica de costumes em suas manifestações (2005, p.131), e; 3) o paradigma histórico atual, do “humor pop”, regido pela cultura midiática moderna, principalmente pelo campo da publicidade e da moda, que esvazia o teor crítico do humor, excluindo objetos do riso de escárnio, limitando-se à proposta de propagar uma atmosfera eufórica, de felicidade sem motivos concretos (2005, p.132).

Portanto, segundo Lipovetsky, vivemos em um contexto no qual o fenômeno humorístico é sensivelmente afetado pela lógica do consumo: “a sociedade, cujo valor cardeal passou a ser a felicidade de massa, é inexoravelmente arrastada a produzir e a consumir em grande escala os signos adaptados a esse novo *éthos*, ou seja, mensagens alegres, felizes, aptas a proporcionar a todo momento, em sua maioria, um prêmio de satisfação direta” (2005, p.

² De acordo com o site *E-Dicionário de termos literários*, de Carlos Ceia: grotesco é um estilo artístico marginal, cuja origem data de 1480, quando, em uma escavação em Roma, foi encontrada uma pintura ornamental totalmente insólita para os padrões estéticos da época. Sua definição está atrelada à noção de monstruosidade, do híbrido, da fantasia sem limites; em geral, representa qualquer manifestação considerada absurda, muito fora do convencional, que destoe demais dos parâmetros dominantes, gerando, assim, seu efeito de humor pela incongruência e o exagero (CEIA, 2009).

146). Outra característica de nosso tempo, apontada por Lipovetsky (2005, p.128), é a tendência do processo informacional em ser guiado pela emoção ao invés da razão, gerando, assim, o fenômeno do “pseudoacontecimento” [*sic*] – fenômeno ocasionado, sobretudo, pela dramatização dos fatos cotidianos, percepção suscitada em sociedade pelas *mídias de massa*, que rotineiramente proliferam um “clima de crise, insegurança urbana e planetária, escândalos, catástrofes, entrevistas dilacerantes [...] do cliché sensacional, do suspense” através de seus conteúdos e dinâmicas de atuação (2005, p.128).

Para Lipovetsky, o atual cenário cultural e social nos induz a uma desmotivação coletiva, por condicionarem exacerbadamente nossas emoções e atitudes:

Não há como não ver que a indiferença e a desmotivação de massa, a progressão do vazio existencial e a extinção progressiva do riso são fenômenos paralelos: por todo lado surge a mesma desvitalização e a mesma erradicação das espontaneidades pulsionais, a mesma neutralização das emoções, a mesma auto-absorção narcísica. (LIPOVETSKY, 2005, p. 137)

A linguagem humorística é apropriada por agentes midiáticos de modo a alinhá-la com a lógica de consumo. Assim, é natural observar essa apropriação do humor nas mais variadas mídias, como destaca Lipovetsky:

Tem-se observado [...] o desenvolvimento generalizado do código humorístico. Cada vez mais, a publicidade, as emissões de animação, os slogans das manifestações, a moda adotam um estilo humorístico [...] Até as publicações sérias se deixam influenciar em maior ou menor medida pela atmosfera da época: basta ler os títulos ou subtítulos dos diários, dos semanários e mesmo dos artigos científicos ou filosóficos. O tom universitário dá lugar a um estilo mais tônico feito de piscadelas de olho e jogos de palavras. (LIPOVETSKY, 2005, p. 128)

Porém, como alerta o autor, a grande proliferação da linguagem humorística nos meios de comunicação não representa necessariamente um incentivo à pluralidade de tons cômicos, e sim, a reação natural da sociedade à percepção de decadência do mundo: “a descrença pós-moderna, o neo-nihilismo que ganha corpo, não é nem ateu nem mortífero, mas doravante humorístico.” (2005, p.129).

Deste modo, a inserção do humor no contexto cultural moderno se torna contraditória em certo ponto: ao mesmo tempo em que está presente em diversas áreas, tem muitas de suas aplicabilidades reprimidas. E é neste cenário que o uso do humor de forma crítica e combativa ganha destaque, ainda mais em tempos em que os fatos, de tão absurdos, exalam risibilidade, como é o caso do campo político:

Quanto mais as grandes opções deixam de se opor drasticamente, mais a política se torna uma caricatura com cenas de luta livre a dois ou a quatro; quanto mais a desmotivação política aumenta, mais a cena política parece um strip-tease de boas intenções, de honestidade, de responsabilidade, e se metamorfoseia em episódio burlesco. (LIPOVETSKY, 2005, p. 152)

3.2 O PAPEL DA MÍDIA E O JORNALISMO CONTEMPORÂNEO

Antes de apontarmos as características, pertinentes ao desenvolvimento do trabalho ,dos meios de comunicação (de massa) e do Jornalismo, é importante ressaltar que, apesar de apresentarem pontos de intersecção, os dois campos em questão não são se confundem, pois possuem dinâmicas de atuação, mesmo que próximas, diferentes. Fazendo essa ressalva inicial, devemos enfatizar a influência dos meios de comunicação, sobretudo os de massa, em nossa vida social, já que participam ativamente, e em larga escala, na construção do imaginário das pessoas, da percepção que temos do mundo e no modo como agimos política e socialmente (OLIVEIRA, 2011). Sobre este aspecto, vale destacar a função ideal dos meios de comunicação de atuarem a serviço do cidadão, seja transmitindo informações de forma a atender o interesse público, ou selecionando assuntos que sejam considerados relevantes para o contexto social de determinada época. O Jornalismo então, por também almejar relevância social no produto de seu trabalho, encontra-se não só alinhado com essa idealização de compromisso público, como também se mostra uma ferramenta propícia para fomentar esse processo, ao considerarmos sua natureza ética e profissional de informar e apurar de acordo com o bem social (RODRIGUES/LAPA, 2014).

Além do necessário cuidado na apuração das informações, para então poder entregar um produto final que se baseie na concretude dos fatos, o jornalismo, para manter seu impacto e relevância em sociedade, encontrou-se obrigado a adaptar-se à nova realidade social a qual estamos inseridos. Assim, o Jornalismo passou por transformações em sua abordagem, apresentando cada vez mais a opinião declarada em seu material, na forma de artigos de opinião, colunas, editoriais, charges etc. Levando em conta que produzir informação – no caso do Jornalismo, na forma de notícias, matérias e reportagens – significa organizar e articular informações prévias até então difusas, podemos, então, subentender que o autor do conteúdo em questão tem, obrigatoriamente, que selecionar os dados e escolher como eles serão transmitidos (RODRIGUES/LAPA, 2014).

Seguindo o raciocínio da produção de informação como um recorte pessoal do emissor, destaca-se também o fato que, qualquer narrativa, direta ou indiretamente, espelha

seu narrador – por vezes indicando, ou expondo abertamente, o contexto em que vive, suas memórias e visão de mundo. Portanto, a partir dessa constatação, torna-se implausível separar o fazer jornalístico da ação individual de narrar o mundo (RODRIGUES/LAPA, 2014). E já que a linguagem humorística possibilita (a seus usuários hábeis, é verdade) uma variedade de estilos e modos de expressão, propicia diferentes tons comunicacionais para transmissão de informações, sentimentos e percepções de mundo; a partir daí, podemos projetar a compatibilidade do humor com o Jornalismo, primeiramente, neste aspecto: como ferramenta de ampliação de narrativas e estilos de textuais para o ofício jornalístico (relação que será melhor elaborada afrente).

Contudo, segundo Rodrigues e Lapa (2014), ao exercerem seu papel de informar e ajudar as pessoas a moldarem sua percepção de mundo, os meios de comunicação de massa inevitavelmente, e em intensidades diferentes, acabam por criar discursos voltados para endossar o poder vigente, os líderes de governo e da política em geral. Dennis de Oliveira (2011) é crítico quanto ao pensamento de que a opinião pública seja a síntese das opiniões individuais concebidas livremente, sendo que o cenário mais comum é o da produção de notícias serem realizados por representantes de fala escolhidos de acordo com os interesses da mídia hegemônica, enviesando assim o discurso predominante para favorecer uma elite do poder e, conseqüentemente, pautando de forma tendenciosa a agenda pública. Infelizmente, o sistema no qual estamos inseridos constrói valores hegemônicos e enviesados, separando a sociedade em um seleto grupo de líderes, que determinam o fluxo informacional dos meios de comunicação, e, deste modo, o resto da população se converte em público passivo, com pouquíssimos meios de intervir nesse processo; e, para agravar mais esse quadro, a expansão dos meios de comunicação, ao invés de aumentar a representatividade da população na esfera pública, ocasiona a mercantilização do espaço público, transformando, dentro dessa lógica, o cidadão em um mero consumidor (OLIVEIRA, 2011). Assim, a cidadania (plena) – valor e direito universal – converte-se em privilégio, um elemento selecionador.

Apesar de não estar totalmente imune à influencia do poder e da agenda dessas elites midiáticas, o campo jornalismo, idealmente, é um dos que melhor se encaixa na função de ampliar a participação popular na esfera pública, viabilizando uma democracia mais efetiva, atuando como representante dos cidadãos na fiscalização dos governos e poderes vigentes (OLIVEIRA, 2011). E, além da pretendida imparcialidade perante o poder das elites midiáticas, cabe idealmente ao jornalista, em certa escala, o papel de mobilizador social, através de conteúdos jornalísticos que fujam da obviedade dos fatos, primando por um tratamento adequado à gravidade da notícia. “Todas essas perspectivas só fazem reforçar a

importância dos setores mais engajados da imprensa, que pretendem ultrapassar o universo do mero relato para se transformarem em instrumentos de intervenção social, capazes de provocar a reflexão e instalar o debate.” (RODRIGUES/LAPA, 2014, p.11).

3.3 RECURSOS HUMORÍSTICOS NO JORNALISMO

Como ficou evidenciado, na sociedade há um embate de forças para legitimação e aceitação de diferentes narrativas. Para fins analíticos, de modo admissivelmente simplista reduziremos as forças atuantes sugeridas a dois interlocutores: de um lado, os que elegem pautas do interesse das elites midiáticas, do outro, os que defendem o compromisso da mídia em priorizar o interesse público, rechaçando quaisquer concessões em detrimento do social.

Ao nos depararmos com esse cenário, percebe-se a necessidade de resistência aos privilégios midiáticos, para assim garantir preceitos democráticos básicos. Olhando para o cotidiano, observamos que nem sempre jornalistas fazem resistência a esse processo monopolizador da notícia. Porém, segundo Rodrigues e Lapa, o Jornalismo possui condições que viabilizam o papel de opositor às pressões de poder; isso porque o jornalismo contém um caráter provocador por essência – ou ao menos almeja esse caráter, se respeitados seus fundamentos (2014). Do ponto de vista do jornalismo político, o engajamento na área possibilita estabelecer uma relação de cumplicidade com o leitor, não só a partir de pautas críticas, mas na emissão de opiniões e no fornecimento de informações que propiciem ao cidadão comum discutir política, as decisões do governo.

E é nesse quadro que o jornalismo alternativo ganha destaque - sobretudo quando utilizados artifícios do humor em sua prática. Para Dennis de Oliveira (2011) “a mídia alternativa cumpre um importante papel, dentre outros, de ampliar as vozes da esfera pública, agindo como um elemento problematizador do processo instituinte de determinadas vozes feito pela mídia hegemônica.” (OLIVEIRA, 2011, p.62), configurando-se, assim, como um agente fundamental para a consolidação de uma democracia de fato. Deste modo, preenchendo essa lacuna de agente transformador nos meios de comunicação, surgem experiências de jornalismo alternativo no Brasil, muitos deles utilizando a linguagem humorística, como *O Pasquim*, jornal criado em pleno regime militar (primeira edição lançada em junho de 1969). *O Pasquim* impressionou a sociedade brasileira da época por sua irreverência, sua linguagem bem humorada e ousada e seu engajamento político e social (RODRIGUES/LAPA, 2014). Sobretudo, mostrou-se como um importante instrumento de

oposição à ditadura, publicando tirinhas, quadrinhos e charges zombeteiros e certeiros sobre o momento político ao qual o país atravessava, além de textos irônicos e mordazes, tecendo críticas muitas vezes sutis, porém sempre contundentes ao governo militar e seus abusos. Pelo seu jornalismo satírico, debochado e incisivo, *O Pasquim* obteve considerável alcance e relevância, que se reverberam até hoje, fomentando discussões políticas em sociedade – o que resultava na frequente censura de suas publicações.

Um dos principais integrantes de *O Pasquim*, Millôr Fernandes, deu contribuição consistente ao jornal, com suas charges, matérias, visão de mundo apurada, humor cáustico e ironia refinada. Após sua saída de *O Pasquim*, Millôr manteve sua linha contestadora e perspicaz nos meios de comunicação em que atuou, como é foi no caso de sua passagem pelo *Jornal do Brasil*, em 1985. Na ocasião, o Brasil atravessava um momento político e social diferente daqueles dos anos de seu trabalho em *O Pasquim*; porém, o jornalista estava novamente inserido em um contexto histórico tenso e decisivo para a vida pública do país: o período que compreende a entrada do Brasil na Nova República, a doença e morte de Tancredo Neves e a posse de Sarney na presidência – todos acontecimentos ocorridos no intervalo de 150 dias, de 1º de fevereiro a 27 de junho de 1985. Em outras palavras, um período político delicado (principalmente do ponto de vista democrático), mas que fornecia um material bruto cheio de possibilidades para o jornalismo contestador.

No dia 1º de fevereiro de 1985, Millôr faz esta publicação, intitulada “Manifesto”, pelo *Jornal do Brasil*.

Um espectro assusta o país – o espectro do humorismo a favor. Todas as forças reacionárias se reuniram pra transmitir a idéia [*sic*] de que o pequeno núcleo de democratas que milagrosamente conquistou o Poder é irretocável e irrepreensível. Pois em torno dele já grudou a craca parasitária do regime anterior. Com isso – e em nome do revanchismo – peculatórios, oportunistas, deixa-dissos, sobrinhos e falcões se preparam pra que haja uma verdadeira revolução no país; desde que tudo fique exatamente igual. O único local de Brasília administrado com absoluta competência nos últimos seis anos, a estrebaria, já está preparado para receber o cavalo de Tróia. E Inicitátus já anunciou sua candidatura ao Senado, pelo Rio. Cabe a nós, profissionais das transparências, não perder um minuto. Dar nome aos bois. E aos cavalos. Humoristas dos Brasil, uni-vos! Nada tendes a perder, a não ser a tristeza do povo. (FERNANDES, 1985, p. 15)

Podemos observar nessa publicação a junção do caráter jornalístico, o de abordar um tema de relevância social, o cenário político do país na época, com o texto humorístico, com ataques metafóricos e comentários irônicos sobre a classe política em questão. Além

desses fatores, há no texto de Millôr uma reflexão sobre o próprio ato humorístico, ao escrever “um espectro assusta o país – o espectro do humorismo a favor”³, o autor assume a essência do humor como “ser do contra”, necessariamente avesso ao seu objeto de análise, crítico por natureza. No trecho “o único local de Brasília administrado com absoluta competência, a estrebaria, já está preparado para receber o cavalo de Tróia”⁴ é feita uma crítica paródica dos políticos na forma de um trocadilho⁵, chamando-os, de forma indireta e lúdica, de incompetentes e sorrateiros. Qualquer redator menos hábil poderia proferir as mesmas ofensas de maneira direta, porém, sem causar o mesmo efeito no leitor. Através da linguagem humorística, a mensagem chega de forma diferenciada, contendo sentidos implícitos, e, assim, desencadeia uma assimilação também diferenciada em seus interlocutores – que são induzidos ao riso, mesmo que esse signifique ter prazer cômico a partir de um fato ou constatação lamentável.

Retomando o exemplo da publicação *Manifesto*, segundo Birman (2010), se o leitor ri e se diverte com um ato humorístico dessa categoria, ou seja, se ri do humor que menospreza e confronta uma elite social, isso significa sua constatação de que os poderosos, no fundo, não são tão superiores assim, já que estão passíveis de chacota como outra pessoa qualquer. Quando Millôr ironiza os políticos, isso simboliza a redução de uma figura de poder, desconstruindo a superioridade (quer seja de uma posição social mais privilegiada, superioridade financeira, de influência etc) que habita o imaginário popular, igualando-os ao cidadão comum, como detentores de fraquezas e debilidades humanas, em suma, alvos ordinários de maliciosas críticas (BIRMAN, 2010).

Em outra publicação, no dia 15 de fevereiro de 1985, Millôr escreve uma matéria com o título “conselhos de sobrevivência para burocratas nesta hora tão nova da República”, nela são elencados alguns tópicos, todos eles de natureza irônica, como: “2) A infalibilidade do Ministro deve ser reafirmada em todas as ocasiões, sobretudo aquelas em que ele mais falha” ou “4) Um mau Ministro é aquele que desenvolve idéias [*sic*] próprias, (erradas), a partir de informações dadas por não-burocratas”. Observamos nessa publicação, através do uso da ironia, reflexões acerca da concepção e atuação dos cargos de Ministro no Brasil e

³ Referência à primeira frase do *Manifesto comunista*, de Karl Marx e Friedrich Engels (2005, p.39).

⁴ Há aqui outra intertextualidade, referenciada na narrativa mítica do “cavalo de Tróia” - conhecimento prévio *esse* condicional para o leitor captar no trecho a ironia de Millôr em sua integridade.

⁵ Aqui, o termo *trocadilho* é colocado na perspectiva dada por Henri Bergson (1983, p.58), que considera um texto trocadilho quando “há, em realidade, duas frases diferentes, compostas de palavras diferentes, que se pretende confundir entre si, obtendo vantagem de produzirem o mesmo som ao ouvido.”, porém, com significados distintos.

sobre a validade e fragilidade de nossa democracia. Então, mais uma vez, constatamos no texto de Millôr a criação de sentidos e significados que vão além do que está explícito - efeito possibilitado graças ao recurso linguístico do humor.

Nos exemplos demonstrados, identificamos a ação de um jornalista que, por meio do artifício do humor, subverte a lógica do sério e do não sério diante uma situação que julga oportuna para tal; momento em que o autor está diante de um fato que julga ter potencialidade de ser contado de forma não convencional, para assim emocionar, inquietar ou instigar o leitor – ou seja, opta uma forma narrativa que crie mais envolvimento com o interlocutor (OLIVEIRA, 2016). Na publicação do dia 6 de abril de 1985, após a morte de Tancredo Neves e durante o governo de José Sarney, Millôr escreve: “Governo Sarney – já se começa a ver a escuridão no fim do túnel”. No texto em questão, temos o efeito da comicidade através de um jogo de palavras⁶, pela subversão de uma expressão popular de otimismo já que o momento político do Brasil não inspirava confiança. Novamente, Millôr usa o texto humorístico para obter o mesmo resultado: levantar um problema político-social iminente e, ainda, extraímos algum prazer ao encararmos lucidamente esse fato penoso, através da decodificação do jogo de palavras usado.

Portanto, através da análise do texto jornalístico e satírico de Millôr Fernandes, podemos afirmar que o campo do poder político é fértil para a experiência do humor, devido, principalmente, à relevância social de suas ações e sua demanda por transformações estruturais, tornando-se, assim, um dos alvos preferenciais do ato humorístico, já que esse auxilia a mobilização social, devido ao apelo de seus discursos (BIRMAN, 2010).

3.4 PROCEDIMENTOS E LINGUAGEM DO JORNALISMO

Nesta seção serão revisados alguns dos conceitos e preceitos da linguagem jornalística, segundo Nilson Lage, em seu trabalho *Linguagem Jornalística* (1997). Posteriormente, as informações expostas servirão de base teórica e conceitual para a parte analítica do trabalho.

Para Nilson Lage, a função do jornalismo nas últimas décadas é o de coletar informações e construir unidades de sentido (LAGE, 1997). Porém, apesar da característica de

⁶ Para Henri Bergson (1899, p. 58), o conceito de “jogo de palavras” remete a um “desleixo da linguagem, que esqueceria por um momento a sua verdadeira missão, pretendendo por si ditar normas às coisas, em vez de sujeitar-se às normas delas. O jogo de palavras trai, portanto, um *desvio* momentâneo da linguagem e por isso, de resto, é que se torna engraçado.”

criar narrativas e sentidos, o jornalismo não deve ser confundido como um gênero literário a mais, pois, “enquanto, na literatura, a forma é compreendida como portadora, em si, de informação estética, em jornalismo a ênfase desloca-se para os conteúdos, para o que é informado.” (LAGE,1997, p.26). Como o jornalismo se adequou à lógica social contemporânea, da disseminação da informação em escala industrial e para consumo imediato, suas variáveis formais devem ser evitadas quando não necessárias. Nilson Lage também afirma que, além de evitar variáveis formais, o texto jornalístico suprime os usos linguísticos pobres de valores referenciais, procurando conter informação conceitual; “sua descrição [a do texto jornalístico] não se pode limitar ao fornecimento de fórmulas rígidas, porque elas não dão conta da variedade de situações encontradas no mundo objetivo e tendem a envelhecer rapidamente” (LAGE, 1997, p.26).

O autor aponta três aspectos fundamentais: 1) registros de linguagem, 2) processo de comunicação e 3) compromissos ideológicos.

Dentro do conceito de *registros de linguagem*, constatamos que a língua nacional não é uniforme, podendo subdividir-se em diversos registros linguísticos, de acordo com a região, contexto cultural e social. Lage, porém, reduz esses registros a dois básicos, o formal e o coloquial:

O [registro linguístico] formal, próprio da modalidade escrita e das situações tensas, e o coloquial, que compreende as expressões correntes na modalidade falada, na conversa familiar, entre amigos. A linguagem formal é mais durável e tende a preservar usos linguísticos do passado. Imposta pelo sistema escolar, é uma espécie de segundo idioma que aprendemos e que pode servir como índice de ascensão social. A linguagem coloquial é espontânea, de raiz materna, reflete a realidade comunitária, regional, imediata; alguns de seus cometimentos são passageiros, outros terminam por se formalizar, incorporando-se à literatura e à escola. (LAGE, 1997, p.27)

Pelo aspecto da eficiência comunicativa, o registro coloquial é o mais eficaz, devido a sua maior acessibilidade às pessoas com pouca escolaridade e a melhor fruição mesmo aos que dominem a linguagem formal. Por outro lado, o registro formal é validado e imposto politicamente, havendo assim uma pressão social para seu uso – já que, via de regra, qualquer desvio desta modalidade de linguagem é considerado erro (LAGE, 1997). Porém, o autor ressalta que esse fenômeno é natural da própria dinâmica social e cultural, uma vez que a linguagem formal garante um código linguístico basal, “além de permitir que a língua nacional se transforme mais lentamente (em lugar de transmutar-se a cada geração) e que as

inovações sejam testadas antes de incorporar-se ao dicionário ou à gramática oficial” (LAGE, 1997, p.28).

Portanto, devido ao interesse do jornalismo em obter as vantagens dos dois registros linguísticos citados (a eficiência comunicativa do coloquial e a aceitação social do formal), a linguagem jornalística procura permear entre esses dois registros: seu texto comumente contém “palavras, expressões e regras combinatórias que são possíveis no registro coloquial e aceitas no registro formal” (LAGE, 1997, p.28).

A respeito do *processo de comunicação*, Lage define a comunicação jornalística como referencial, ou seja, que fala de algo externo ao emissor, ao receptor e ao processo de comunicação em si; então, essa característica torna praticamente obrigatória na linguagem jornalística o uso da conjugação verbal em terceira pessoa (com algumas poucas exceções, como reportagens-testemunhos e crônicas) (LAJE, 1997).

Considerando que o jornalista se comunica com um público vasto e não-identificado, composto de pessoas dos mais variados perfis, Lage salienta que na *comunicação jornalística* não deve haver o uso de adjetivos testemunhais e aferições subjetivas, pois neste caso deixaria a interpretação do texto muito vaga e abstrata, colocando o sentido do texto na dependência dos valores, padrões e sensibilidade do emissor e, em última instância, do receptor, que terá de decodificar a mensagem; de modo que a comunicação jornalística deve buscar ao máximo a concretude no relato dos fatos, enunciados com referências sólidas, o que “justifica muito do trabalho na apuração de notícias: a hora exata do atropelamento, a placa do carro, o nome inteiro das pessoas, o número do túmulo vão ter, no texto, efeito de realidade, isto é, contribuir para a verossimilhança do relato” (LAGE, 1997, p.31).

Acerca dos *compromissos ideológicos*, o autor afirma que, inevitavelmente, as grandes e pequenas questões ideológicas estarão presentes na linguagem jornalística, pois não é possível fazer jornalismo fora da sociedade e do contexto histórico (LAGE, 1997, p.32). Ao admitirmos a cultura como espaço da identidade humana, e que o enfraquecimento dessa cultura regional representa a submissão a outros sistemas culturais, a linguagem assume papel preponderante nessa articulação cultural. Uma vez constatado esse processo, floresce em parte da população o compromisso de combater a predação cultural através do uso da linguagem:

Essas convicções motivam em muitos cidadãos atitudes de resistência diante da cosmopolitização que afeta sistemas expressivos do idioma. Luta-se, então, para não

deixar que pereça o modo subjuntivo dos verbos (que não existe em inglês) e para manter a expressividade peculiar do mais-que-perfeito sintético como indicação do passado numa narrativa em pretérito. Esse esforço é possível na linguagem jornalística, desde que não se afete a comunicabilidade. Não há perda – geralmente existe ganho – de exatidão quando se escreve, em lugar de realizar um projeto (de *to realize*), conceber um projeto; de planta industrial (de *plant*), usina. (LAGE, 1997, p.32)

O autor explicita a importância da escolha de cada palavra usada pelo jornalista, que deve ser consciente dos efeitos comunicativos de seu texto, e destaca que, geralmente, a melhor expressão a ser usada “é a que o redator domina, não a que impõe valores que por ele apenas transitam” (LAGE, 1997, p.32). Além disso, o jornalista deve compreender que a denominação mais concreta – quando compatível com o discurso – é sempre a preferível a ser usada. Ainda na questão linguística, Lage observa que as metáforas da linguagem coloquial mantêm uma relação de sublimação com a linguagem do jornalismo, de modo que “a agressividade explícita transfere-se para a luta partidária; a batalha parlamentar, a campanha eleitoral. O impulso alimentar, ou de posse, motiva toda a retórica do consumo” (LAGE, 1997, p.34).

Outra prática a ser aplicada no jornalismo é a crítica do discurso. Na busca da expressão mais clara a ser usada em seu texto, o jornalista deve evitar os mecanismos linguísticos viciados, como a construção do *mito retórico*. O *mito retórico* representa “o deslocamento de um signo linguístico para significar outra coisa, de modo que se impõe duplicidade de entendimentos e se mantém viva a regra social” (LAGE, 1997, p.33). Portanto, o emissor do discurso jornalístico deve estar atento com a ambiguidade de certos termos que, por vezes, ao invés de servirem no auxílio da concretude do relato, mais reforçam a preservação da ordem social e corroboram na consolidação de preconceitos sociais.

4 JORNALISMO E HUMOR NO AUDIOVISUAL

Nesta seção, faremos a análise de alguns produtos audiovisuais, com o intuito de explorar algumas das possibilidades comunicativas que a união entre a linguagem humorística e a jornalística pode proporcionar. Primeiramente trataremos do programa *Furo MTV*, analisando fragmentos dos programas veiculados em 28 de maio, 19 de agosto e 14 de setembro, todos no ano de 2013. Posteriormente, a série *O infiltrado* será objeto de estudo, selecionado para análise os programas das datas: 8 de maio de 2013, 10 de junho de 2013 (ambos da primeira temporada) e 18 de novembro de 2014 (oitavo episódio da segunda temporada).

Assim, os conteúdos e conceitos dados até este ponto do trabalho servirão de base para destacar os aspectos humorísticos e jornalísticos de cada programa. Como método de análise, será usada a análise de conteúdo segundo os preceitos de Laurence Bardin (2006). Como indica a autora, sua proposta da análise de conteúdo não pretende obter respostas definitivas e exatas sobre o objeto de análise, ao contrário, se propõem como técnica em aliar o rigor científico com a riqueza da subjetividade interpretativa do analisador (BARDIN, 2006). E nesse sentido o trabalho se alinha, pois não tem como objetivo concluir de maneira exata e generalista os efeitos e impactos do humor na comunicação, e sim o de propor uma leitura atenta às potencialidades da linguagem humorística dentro do recorte escolhido – a fim de ampliar a percepção sobre o tema e vislumbrar possibilidades interpretativas na intertextualidade em questão (a junção do humor, com jornalismo e audiovisual).

Mas antes de partirmos para parte analítica do trabalho, apontaremos algumas características da linguagem do meio audiovisual, assim como sua relação com o formato jornalístico. Nilson Lage (1997) destaca que, qualquer meio audiovisual que se proponha a registrar os fatos cotidianos está sujeito à multiplicidade de instâncias significativas da realidade. Quando, por exemplo, são filmados gestos ou depoimentos de pessoas, inevitavelmente é absorvida a teatralidade dos relatos e gestos – que por sua vez, são delimitados pelos padrões culturais aos quais estão sujeitos (LAGE, 1997). Essa inevitável captação dos sentidos iminentes nos acontecimentos é ocasionada pela natureza da linguagem dos meios audiovisuais. Graças à decodificação dos estímulos visuais, sonoros e da percepção de movimento por parte do espectador, acaba-se por reelaborar a realidade, afinal, “os acontecimentos não são necessariamente signos de alguma coisa da qual estamos sendo convencidos; eles têm seu próprio peso, sua integral peculiaridade, aquela ambigüidade que caracteriza qualquer fato” (LAGE, 1997, p.22).

Realçando essa relação subjetiva no registro do mundo, a linguagem audiovisual possui recursos que auxiliam a construção de narrativas – como é o caso da edição (ou montagem), que acaba cumprindo o papel de formatadora de discursos:

Cada peça da montagem existe não como algo isolado, mas se torna a representação particular de um tema geral que em igual medida penetra todos os planos. A justaposição desses fragmentos na construção traz à vida e expõe à luz a qualidade geral da qual cada fragmento participou e que reúne todos os detalhes em um todo, isto é, naquela imagem generalizada através da qual o criador, seguido pelo espectador, vivencia o tema (EISENSTEIN, 1898 *apud* LAGE, N., 1997, p. 21).

Deste modo, o recurso da edição (montagem), ao selecionar e enquadrar de maneira específica uma imagem, transmite apenas um recorte do mundo; porém, essa delimitação do conteúdo audiovisual tem a capacidade de ressaltar todos os outros elementos implícitos que envolvem a imagem mostrada, dando uma noção ampla e subjetiva do tema abordado. Assim como o recurso técnico do *zoom* da câmara faz, as lentes de aproximação, simulando o processo do olhar humano: presta atenção no detalhe, mas sem perder totalmente a visão do conjunto (LAGE, 1997).

E também na prática do telejornalismo, a linguagem audiovisual gera efeitos comunicacionais diferenciados:

No caso do telejornalismo, os primeiros noticiários eram lidos diante da câmara. Logo se constatou que o fator analógico da mensagem radiofônica ganhava nova dimensão com a presença da imagem do locutor ou apresentador. Postos face a face, o espectador tendia a corporificar nele o jornalismo, em sua expressão axiomática: aparência, entonação e expressão facial tornam-se a moldura que determina o entendimento dos fatos (LAGE, 1997, p.18).

Percebemos que a adição dos códigos audiovisuais no jornalismo proporcionou uma nova abordagem comunicativa na área, considerando a presença de estímulos linguísticos que ampliam as possibilidades interpretativas dos espectadores. Nilson Lage (1997) exemplifica o impacto da linguagem audiovisual no jornalismo através da mudança de percepção do interesse público: ler em um jornal sobre um evento de uma família, que no passado fora influente em determinado contexto social, não gera interesse no público se essa relevância da família não se mantém no presente. Porém, se esse mesmo evento tivesse sido filmado, o comportamento do espectador seria diferente: “a película desperta interesse ainda quando a notícia carece de atualidade, porque se trata de documento fílmico que nos proporciona o aspecto da cidade, a moda da época, os costumes” (LAGE, 1997, p.20).

Por fim, Lage (1997) ressalta que, principalmente no meio televisivo (plataforma em que o telejornalismo predominantemente está inserido), a ficção compete com a realidade mostrada, e a edição da imagem disputa com a transmissão ao vivo. E afirma que, assim como um filme não pode ser considerado arte se seu criador não tiver liberdade em manipular a forma e a linguagem audiovisual, o bom jornalismo não pode existir quando similar flexibilidade linguística lhe é negada (LAGE, 1997, p.20).

4.1 FURO MTV

O primeiro produto audiovisual a ser analisado, o programa *Furo MTV*, foi produzido pela *MTV Brasil* e transmitido entre 2 de março de 2009 e 26 de setembro de 2013. O programa é um telejornal satírico: possui a dinâmica e estrutura de um telejornal tradicional, com bancada, âncoras, repórteres, externas⁷; porém, sua abordagem noticiosa e linguagem diferem drasticamente das praticadas nos telejornais tradicionais, explorando recursos humorísticos como o exagero, a hipérbole, a ironia e o escárnio.

Como é comum ao estilo satírico, através da análise textual do *Furo MTV*, fica evidente seu teor crítico, sobretudo perante figuras simbólicas do poder, como a classe política. No programa exibido em 14 de setembro de 2013⁸, o âncora, o humorista e ator Bento Ribeiro, fez a leitura de uma matéria referente ao suposto esquema de corrupção envolvendo o ex-governador de São Paulo pelo PSDB, Geraldo Alckmin, e a empresa de capital aberto Siemens – empresa que ajudou a financiar a campanha de Alckmin a governador em 2002. A notícia em questão tratava do fato de Alckmin estar processando a Siemens, pelas denúncias feitas ao tucano de envolvimento em um esquema de fraude de licitações no transporte público de São Paulo⁹. Contudo, ao invés de se ater a transmitir a informação da notícia de maneira direta e simples, o âncora optou pela seguinte leitura:

Chuchu! Chuchu, o governador de São Paulo, insosso, Geraldo Alckmin anunciou que vai processar a empresa Siemens por causa do cartel nas obras do metrô e CPTM que o beneficiaram. Isso tem alguma coisa errada, ele vai processar quem deu dinheiro pra ele, hã? Pois é, o chuchu número 1 do Brasil não gostou nem um

⁷ Na realidade, simulações de externas, pois as mesmas são feitas com os repórteres à frente do *chroma key* (fundo do cenário, geralmente verde, onde se projetam imagens), claramente assumindo o embuste, adotando uma estética tosca, com intuito cômico.

⁸ Programa completo disponível em: <<https://youtu.be/exmQv1b0HvY>>

⁹ Matéria a respeito disponível em: <<https://www.cartacapital.com.br/politica/alckmin-vai-processar-a-siemens-2440.html>>

pouco de toda essa baderna no seu reino e vai exigir justiça e ressarcimento ao estado.¹⁰

No texto destacado, podemos perceber que, logo em seu início, Geraldo Alckmin é alvo de zombaria e rebaixamento por meio do uso das palavras “chuchu” e “insosso” para adjetivá-lo, termos que o depreciam diretamente, o que jamais veríamos em um telejornal tradicional. A seguir, ao invés de anunciar a notícia em sua lógica e ordem natural (a de que Alckmin processava a Siemens por denunciá-lo no esquema de corrupção), o âncora relaciona o processo movido pelo peessedebista com o fato de o cartel o beneficiar. Em sua compreensão literal, tal construção textual não faz sentido lógico, é um paradoxo, pois quem é beneficiado não processaria seu benfeitor. Porém, a partir da percepção da ironia implícita no texto, entende-se o posicionamento do locutor sobre o tema, que não tenta camuflar sua opinião através da postura imparcial almejada convencionalmente pelos jornalistas.

O trecho citado sintetiza o tom geral da sátira jornalística em questão: crítico, com humor ácido e de ataque aos poderes vigentes, que procura – através da ironia, do jogo de palavras, vocabulário coloquial e flexibilidade de formato – desqualificar os agentes sociais julgados nocivos à coletividade, sem abrir mão da valoração moral e ética para determinar os alvos de seus chistes e, assim, expressando opiniões com o auxílio da atratividade da linguagem humorística.

No decorrer do programa exibido em 19 de agosto de 2013¹¹, o âncora do *Furo MTV*, Bento Ribeiro, lê a cabeça e a matéria transcritas a seguir:

Sabe aqueles dias que você abre o jornal e aí só tem notícia séria e bem sem graça? Pois é, adivinha, hoje foi um dia desses! Quando isso acontece aqui, nós do *Furo* utilizamos uma tática bem sutil pra ludibriar você, telespectador. Nós usamos uma notícia velha, bem velha, que ninguém viu! E aí a gente falou que era de hoje. E agora é a última vez que a gente vai usar essa tática, né?! Além disso, enrolamos bastante com cabeças que não querem dizer absolutamente nada. Como essa que eu acabei de fazer. Mas chega de enrolação. Porque o papa recebeu uma cartinha bem interessante, sabiam? Um ex-padre, atual homossexual argentino, escreveu uma carta para o Papa Francisco, pedindo tolerância e aceitação ao gay no catolicismo. Por que nós estamos dando essa notícia?, você me pergunta. Porque a história desse cara é muito boa, rapaz! [na tela entra um *slide show* com imagens do ex-padre, com música em ritmo sensual em *BG*] André Gione, ex-padre, ex-pederasta e atual capa da revista *G*, nasceu e viveu sob as assas do catolicismo; chegou até a fazer seminário por oito anos, quando foi abordado por outros seminaristas, sendo elogiado por suas qualidades oratórias, e manuais. Durante a putaria... digo, eucaristia! se tornou padre, mas reclamava de estar sempre muito sozinho. Por isso além de realizar missa também fazia questão de ministrar aulas de catolicismo para crianças. Dois anos e meio depois desistiu da batina e se tornou ator, diretor e

¹⁰ Texto a partir dos 4:40 no vídeo, disponível em: <<https://youtu.be/exmQvIb0HvY>>

¹¹ Disponível em:< <https://youtu.be/XNzDRYxDcaY>>

escritor de peças infantis. Em nota ele diz: “se tem algo que a igreja me ensinou, foi a gostar de criancinhas”.

Primeiramente, na leitura da “cabeça” da matéria, podemos observar uma abordagem metalinguística durante a interação com o espectador. Apesar de não ser um programa predominantemente jornalístico, e sim humorístico, o *Furo MTV* se apropria da linguagem jornalística para então transgredi-la. Ao falar diretamente com o público, o âncora admite que os engana, transmitindo notícias antigas como se fossem atuais. Esse confronto irônico e debochado com o público se opõe radicalmente à linguagem jornalística tradicional, que orienta o jornalista a se preocupar, sobretudo, com sua credibilidade profissional e com a simplicidade na exposição dos conteúdos (LAGE, 1997).

Deste modo fica claro que o programa não pretende assumir a linguagem jornalística de modo integral, e sim utilizá-la a serviço da linguagem humorística. A intertextualidade estabelecida (o da linguagem humorística com a jornalística), somada à abordagem irônica, é característica da paródia; podendo ser considerada assim como a intertextualidade das diferenças (SANT'ANNA, 1985), além de também poder ser interpretada nesse contexto como “uma repetição [no caso, do formato jornalístico] com distância crítica, que marca a diferença em vez da semelhança” (MOISÉS, 1974, p.341).

Em seguida, a matéria sobre o ex-padre que se assumiu gay é lida, porém em tom explicitamente crítico e julgador, revelando a linguagem irônica, pois, como aponta Linda Hutcheon (2000), a ironia tem em sua essência o caráter julgador, sendo “a transmissão intencional tanto da informação quanto da atitude avaliadora”. E além de irônica, podemos concluir que a linguagem adotada na leitura da matéria também é satírica, pois ridiculariza explicitamente o ex-padre, devido a seu suposto envolvimento em casos de pedofilia em ambientes católicos. O âncora faz referências sexuais em seu discurso de forma propositalmente grosseira e caricata; grosserias e excessos linguísticos provavelmente proporcionais à reprovação e asco ao crime de pedofilia, buscando ridicularizar os abusos sociais, já que a sátira “envolve uma atitude ofensiva, ainda quando dissimulada” (MOISÉS, 1974, p.413).

No programa de 28 de maio de 2013¹², o acidente em que Thor Batista se envolveu, assassinando um ciclista com o choque de seu carro, foi abordado. Os humoristas Bento Ribeiro e Daniel Furlan transmitiram o seguinte conteúdo:

Bento: Após o acordo entre Thor Batista e o ciclista que ele matou ter sido revelado pela imprensa, a família da vítima vem se dizendo apreensiva, e teme por sua própria segurança. Não se sabe se a indenização no valor de um milhão de reais será paga mesmo após ter sido revelado publicamente todos os fatos. Thor Batista acredita que sim. Inclusive já conseguiu a liberação do dinheiro pelo BNDS. [...] Enfim, pra tirar essa história a limpo, preparamos uma reportagem para ouvir os dois lados dessa história. Vamos ver?!

Daniel: O drama de Thor Batista continua! Agora a família do ciclista atropelado, não satisfeita em traumatizar o filho do empresário Eike Batista, alega quebra de sigilo do acordo entre as partes. Ano passado o *Mercedes* de Thor foi covardemente atingido por um ciclista em alta velocidade. E a família Batista ainda aguarda o pagamento de uma indenização para reparação do veículo, que se arrasta na justiça.

Na frase inicial “após o acordo entre Thor Batista e o ciclista que ele matou ter sido revelado pela imprensa” é novamente evidenciado o caráter satírico do texto, devido à construção ilógica e absurda da frase, insinuando que um morto teria condições de entrar em acordo com um vivo. Por meio desse recurso linguístico, observamos que o emissor nos induz a ideia de que Thor Batista matou o ciclista sem ao menos precisar dizer isso literalmente – prática da linguagem humorística condizente com a definição de Highet para sátira: “a sátira deseja expor, criticar e desvalorizar a vida humana, mas finge contar toda a verdade e nada mais que a verdade” (HIGHET, 1972, p.158).

O outro humorista adota uma abordagem textual próxima da anterior, contudo, com a preponderância da ironia verbal como recurso humorístico utilizado. Em sua fala “o drama de Thor Batista continua! Agora a família do ciclista atropelado, não satisfeita em traumatizar o filho do empresário Eike Batista, alega quebra de sigilo do acordo entre as partes. Ano passado o *Mercedes* de Thor foi covardemente atingido por um ciclista em alta velocidade” fica explicitada a inversão semântica do texto, fator marcante da ironia verbal, que pretende significar o oposto do que é dito (MUECKE, 2005).

¹² Disponível em: < <https://youtu.be/9AsZt2iBoJw> >

Figura 1 - Representação caricata em *Furo MTV*

Encenação do humorista Bento Ribeiro, caricaturando Thor Batista através da irônica relação estabelecida entre o deus da mitologia nórdica, Thor, e o tratamento privilegiado dado ao filho do empresário Eike Batista

4.2 O INFILTRADO

O segundo produto audiovisual a ser analisado será *O infiltrado*, produzido e exibido pelo *History Channel Brasil*. Sua estreia ocorreu no dia 8 de maio de 2013, totalizando 9 episódios na temporada, e chegando a ser indicado ao *Emmy Internacional* em 2014 na categoria *Non-scripted Entertainment*. O repórter e protagonista da série é Fred Melo Paiva, jornalista natural de Belo Horizonte que, até então, só havia trabalhado em veículos impressos.

A proposta do programa, como sugere seu título, é a de colocar o apresentador em contextos e situações que lhe sejam estranhas, a fim de poder compreendê-las a partir de sua perspectiva leiga e curiosa. Com um modelo que muito se assemelha às reportagens especiais dos jornais convencionais, o repórter vai às ruas em busca de respostas sobre temas distantes da sua área de conforto.

Contudo, o que nos é caro neste produto para análise é a abordagem do apresentador ao lidar com os entrevistados. Aproveitando-se do estereótipo de mineiro que lhe é atribuído, tranquilo e “gente boa”, Fred conquista a empatia do entrevistado e, ao adotar postura extremamente irônica, se faz parecer mais ingênuo e desinformado sobre a pauta do

que realmente é. Simula, assim, seu próprio rebaixamento, retirando de si a pretensão de deter a verdade e elevando a importância dos discursos de seus interlocutores, para deixar o entrevistado à vontade, espontâneo nas repostas – convertidas posteriormente em matéria-prima ideal para a redação final do texto, sempre crítico e irônico.

No episódio-piloto da série, Fred, que de início já declara ser ateu, se propõem a conhecer melhor o mundo dos evangélicos, entender o funcionamento das igrejas e o perfil de seus líderes para, enfim, fundar sua própria igreja. Para isso, alguns pastores evangélicos foram entrevistados no decorrer da matéria, dentre eles, o pastor César Peixoto, do *Culto da Lipoaspiração Divina*, que possui mais de 1500 filiais pelo Brasil. A seguir, a transcrição de um trecho da entrevista, feita via internet:

F: Eu gostaria de saber do senhor, se o senhor já trabalhou com algum tipo de *franchising*, da Igreja do senhor em outro estado.

C: É, veja bem, as pessoas que querem se filiar ao nosso ministério devem nos procurar. Se a pessoa for aprovada, depois que a Igreja está aberta, ele deve mandar para a sede a décima parte da renda da Igreja.

[...]

C: Nós oramos para Deus curar a raiz do problema. A gente ora pela glândula hipófise, que causa obesidade, se ela estiver desregulada. E percebemos que depois dessa oração, as pessoas caíam adormecidas, anestesiadas. E durante essa anestesia, as pessoas emagreciam, levantavam com as suas roupas caindo, roupa folgada...

F: É imediata essa percepção de emagrecimento?

C: É imediata! Nós levamos às vezes uma balança e é constatado que as pessoas perdem 5, 10, 15 quilos na hora.

F: E as pessoas que emagrecem imediatamente precisam estar com um cinto à mão, alguma coisa, porque senão chega a ser um problema, não? A pessoa emagrecer imediatamente 5 quilos, né...

C: A Bíblia fala assim: “tudo é possível para aquele que crê”. Eu já vi pessoas que não tinham dedos nas mãos, e os dedos apareceram, cresceram. Em uma semana cresceram os dedos. Então a pessoa fala: “mas isso não existe, isso é impossível, isso é um absurdo!” Exatamente! O Deus [de] que nós falamos da Bíblia é o Deus do impossível e o Deus dos absurdos.

F [em narração em *off*, após a entrevista]: Eu fiquei encantado com aquela Igreja que rezava para as glândulas e que podia fazer crescer um dedo que estivesse faltando! Imaginei até em convidar o presidente Lula para inaugurar minha filial. Mas o que me incomodava era ter de mandar 10% do meu lucro para a matriz. Poxa, assim eu ia emagrecer demais o meu caixa.¹³

No fragmento da entrevista, podemos observar algumas qualidades humorísticas do entrevistador, antes citadas. Como, por exemplo, ao ouvir do pastor que os fieis de sua Igreja perdiam quilos em instantes através do poder da fé, lançou o irônico comentário, em tom de ingenuidade: “as pessoas que emagrecem imediatamente precisam estar com um cinto à mão, alguma coisa, porque senão chega a ser um problema, não?”. Nessa frase constatamos

¹³ Disponível em: <<https://youtu.be/bRJrxLkg-ZE>>

uma crítica direta ao entrevistado, inserindo um problema improvável para uma proposição igualmente improvável, porém, de modo sutil. Se o entrevistador tivesse sido mais direto e contundente quanto a sua descrença perante o culto, provavelmente o entrevistado se incomodaria com o ataque explícito, e as chances da entrevista terminar naquele ponto seriam muito grandes.

Por fim, a ironia e até certo deboche no texto em *off*: “eu fiquei encantado com aquela Igreja que rezava para as glândulas e que podia fazer crescer um dedo que estivesse faltando! Imaginei até em convidar o presidente Lula para inaugurar minha filial. Mas o que me incomodava era ter de mandar 10% do meu lucro para a matriz. Poxa, assim eu ia emagrecer demais o meu caixa.” Ou seja, desta vez, o forte teor irônico e a respectiva crítica assumem um tom mais conclusivo e mordaz. Se este tipo de postura assertiva, porém, se mantivesse no decorrer da entrevista, não se obteria a mesma relação com o entrevistado, nem as mesmas respostas. Durante o processo de apuração, Fred utiliza-se constantemente do recurso humorístico em *O infiltrado*, variando seu tom irônico de acordo com a situação e intenção final, e oscilando, como demonstrado, entre a ironia socrática (ABBAGNANO, 2000, p.585) e um ataque mais contundente ao discurso do entrevistado.

No quarto episódio da primeira temporada do programa, o apresentador se lança a conhecer melhor o cenário político brasileiro¹⁴. E em seu típico papel de infiltrado, Fred decide fazer política para adentrar nesse universo, escolhendo a causa da bicicleta como campanha eleitoral. A redação inicial do episódio, narrada em *off*, é a seguinte:

Desde que o Brasil é Brasil que os políticos *chafurdam na lama*. Anões do orçamento, sanguessugas, mensaleiros. Têve [sic] um deputado que matou um *nêgo* com uma serra elétrica! [...] Eles ganham muito e trabalham pouco. Mas não tem vida fácil, precisam dobrar o eleitor e também seus colegas. Cada um querendo ser mais esperto que o outro.

No texto inicial, já podemos constatar algumas práticas de linguagem que divergem drasticamente dos preceitos dados do jornalismo clássico. Observamos na primeira frase o tom de deboche, um chiste (FREUD, 1905) contra a classe política, pelo uso da expressão coloquial *chafurdam na lama*. Ao final, no trecho “Eles ganham muito e trabalham pouco. Mas não tem vida fácil, precisam dobrar o eleitor e também seus colegas” fica novamente patente o ataque aos políticos, porém dessa vez através do recurso humorístico da ironia. A sentença proferida pressupõe pelo subtexto que todo político, à priori, é corrupto. E

¹⁴ Disponível em: < <https://youtu.be/EP5uUyCiRms> >

por meio da ironia, desvaloriza moralmente a classe política, atribuindo uma baixa importância a eles – o que contrasta com a posição social privilegiada que ostentam (ABBAGNANO, 2000).

Como constatamos anteriormente, na *comunicação jornalística*, o uso de adjetivos testemunhais e aferições subjetivas se mostra inadequado por sua imprecisão descritiva (LAGE, 1997). As afirmações do jornalista que denigrem os políticos, apesar de poderem ser respaldadas pelo senso comum, não vêm acompanhadas de comprovação factual alguma, baseando sua crítica então em um juízo pessoal de valor, em generalizações – o que contraria a busca do jornalismo tradicional da concretude dos relatos. Podemos perceber também uma despreocupação de Fred em relação à formalidade de seu texto. Apesar de o jornalismo tradicional permitir certo nível de coloquialidade em sua linguagem, a abordagem do apresentador extrapola esses limites. No uso da expressão *nêgo*, por exemplo, não há uma preocupação com a precisão do significado da palavra, usando-a em seu sentido coloquial, querendo se referir a qualquer pessoa e não propriamente a alguém de pele negra. Assim, não segue os preceitos da linguagem jornalística de escolher cada palavra com cuidado e colocá-la em seu *registro formal*, para não cair no risco de gerar possíveis ambiguidades textuais e propagar *mitos retóricos* (LAGE, 1997).

O terceiro episódio a ser analisado será o programa de número 5 da primeira temporada da série, intitulado *Capitalistas*¹⁵. Fred, que declara no decorrer da reportagem ter fortes tendências socialistas, desta vez se propõe a entender o ponto de vista dos grandes capitalistas. Porém, diferentemente do episódio anterior, sua redação inicial contém alguns elementos da prática jornalística convencional:

Entrevistado: A vida só é dura pra quem é mole.

Fred [em narração em *off*, após a fala editada do entrevistado]: E a vida só é mole pra quem não tá duro. Ou seja, somente praquele 1% da população mundial que concentra 40% da riqueza do planeta [...] por um lado [o capitalismo], acelerou as conquistas da ciência e da tecnologia, por outro, acentuou as desigualdades sociais e agora ameaça implodir o planeta. Pra conhecer a suas entranhas, eu ia jogar na fogueira minha camiseta do *Che Guevara* e meu disco da *Internacional socialista* e me tornar um capitalista de sucesso.

Nessa transcrição podemos notar que logo no início uma informação relevante relacionada ao tema do episódio é dada – que 1% da população mundial concentra 40% da riqueza do planeta. A seguir, faz uma ponderação equilibrada sobre o capitalismo, admitindo

¹⁵ Disponível em: <https://youtu.be/ZZEPuBLj_fw>

pontos positivos e negativos em seu sistema. Assim, características jornalísticas tradicionais são respectivamente demonstradas: o compromisso em transmitir conteúdos de relevância social, e optar por um discurso mais imparcial e ponderado. Mas ao final, como é natural ao estilo do programa, Fred introduz a frase em tom irônico: “Pra conhecer suas entranhas [do capitalismo], eu ia jogar na fogueira minha camiseta do Che Guevara e meu disco da Internacional socialista e me tornar um capitalista de sucesso”. No trecho citado, as referências culturais apresentadas, *Che Guevara* e o *disco da Internacional socialista*, estão fortemente atreladas a conceitos e ideias políticas à esquerda. Então, a ironia da frase reside no fato do apresentador não levar a sério sua própria posição política em seu discurso, a ponto de rebaixar-se, simbolicamente, ao abrir mão de seus ideais para a realização da matéria e, assim, sucumbir ao capitalismo.

Em um outro momento do episódio, Fred marca um encontro com David Camelot, um camelô que ficou milionário e que dá palestras no valor de cinquenta mil reais. A entrevista é feita enquanto almoçam em um restaurante de luxo. A edição mostra uma série de frases clichês em sequência falada por David, como por exemplo: “O cliente é mais importante que Deus. Deus perdoa, mas o cliente não perdoa”. Após um intervalo na fala do entrevistado, com imagens de ambos se servindo e comendo, entra a narração em *off* de Fred:

Fred [em narração em *off*]: No capitalismo não tem almoço grátis. Em compensação eu tava ganhando uma aula de Camelot na vascaína, totalmente na faixa. Era só digerir suas frases feitas e nutrir o meu espírito empreendedor.

Camelot [enquanto se servem de comida]: O rico gosta de comer essas coisinhas bem pouquinho assim. Agora, quando chego em casa eu boto comida pra cacete [sic], aí eu como!

F: Pra não revelar a selvageria do capitalismo, né?!

C: Claro, não pode.

Novamente nota-se um uso linguístico muito solto por parte do entrevistador, sem pretensões formais, por conta das frequentes abreviações de palavras e o uso de termos coloquiais como *na vascaína* (expressão popular com o mesmo significado de “gratuitamente”), característica marcante da linguagem humorística, que é acentuada pela postura despreziosa do jornalista – uso linguístico que mais uma vez se distancia das práticas jornalísticas convencionais.

Pela descrição do ambiente da entrevista, percebemos a presença de *jogos de palavras* na construção narrativa do *off*. No momento em que as imagens mostram os dois comendo, entram as frases “no capitalismo não tem almoço grátis” e “era só digerir suas frases feitas e nutrir meu espírito empreendedor”. Aqui, consideramos o conceito de *jogo de palavras* na perspectiva de Henri Bergson (citado na nota de rodapé 5, localizada na página 29 do trabalho), que o considera um desleixo da linguagem, que ignora e desvia temporariamente o significado literal das palavras, pretendendo subverter as normas, para então atingir o efeito cômico; risibilidade esta gerada pelo esvaziamento do sentido das palavras e pelo jogo de representações que atijam nossa lógica (KANT, 2005), fenômenos ocasionados pela quebra da norma e pelo desvio da linguagem, que são características do *jogo de palavras*.

Figura 2 – Ambientação de entrevista do programa *O infiltrado*



Figura 3 – Ambientação 2 de entrevista do programa *O Infiltrado*

Relação de imagens (figura 2 e 3) que viabilizam linguisticamente o jogo de palavras feito por Fred

Porém, devemos destacar que a utilização dos jogos de palavras no caso só foi possível graças às particularidades do meio audiovisual. Primeiramente pelo estímulo visual, que nos permite entender a relação intertextual proposta (palavras e imagens remetendo à comida), e depois devido ao processo de edição, que sincroniza as palavras e imagens correspondentes, criando assim a ambiguidade cômica. Também podemos notar que o uso do jogo de palavras gerou um esvaziamento do sentido original das palavras usadas, ampliando assim o leque de interpretações e sentidos em seu discurso. Tal escolha de linguagem raramente seria constatada em uma reportagem, já que, normalmente, sua ênfase reside no que é informado, priorizando sempre a questão do conteúdo (LAGE, 1997), e não enaltecendo a forma em detrimento do que é dito, como a linguagem humorística comumente faz.

No segmento da entrevista em que Camelot diz “o rico gosta de comer essas coisinhas bem pouquinho assim. Agora, quando chego em casa eu boto comida pra cacete [sic], aí eu como!”, Fred prontamente o questiona “pra não revelar a selvageria do capitalismo, né?!”. Mesmo o entrevistado tendo concordado com a pergunta retórica, observamos a ironia contida na fala do entrevistado. Através do tom de voz e feições de Fred, percebemos o sarcasmo em seu discurso (percepção novamente viabilizada pelas especificidades do meio audiovisual), expondo sutilmente sua opinião, que critica o estilo de

vida do entrevistado sem incomodá-lo a ponto de fazê-lo abandonar a entrevista e, portanto, sem causar um provável dano à reportagem: a possível perda de uma fonte.

Figura 4 – Fred e Camelot durante a entrevista em *O infiltrado*



Momento em que Fred acaba de dizer ao entrevistado a frase “pra não revelar a selvageria do capitalismo, né?!”, adotando a seguir uma postura aparentemente ingênua, por sua expressão facial e tom de voz

No fechamento da reportagem, mostrando-se desiludido com as tentativas de negócio frustradas (uma frustração que notamos ser irônica, pelo estilo de abordagem e redação que o jornalista adota no programa como um todo), o apresentador termina o programa no semáforo pedindo dinheiro – e consegue de fato arrecadar um valor de aproximadamente 50 reais. Só que ao invés de vender balas ou fazer malabares para conseguir esse dinheiro, vende ideias, lendo-as para as pessoas dentro de seus carros. Essa reviravolta narrativa demonstra que o humor do programa não reside exclusivamente na abordagem descontraída do entrevistado, nas narrações irônicas e *insights* sarcásticos, mas também na construção textual e, principalmente, cênica do episódio em sua totalidade, conferindo assim humor em um nível narrativo à série – prática que remete à construção de um roteiro audiovisual.

Pelos pontos levantados sobre o programa, juntamente com a articulação desses pontos com conceitos do humor, do audiovisual e do jornalismo, *O infiltrado* configura-se como um programa basicamente jornalístico – pelo método de trabalho adotado, por conter a estrutura clássica de uma reportagem, pelo teor crítico da redação de Fred e pela escolha de pautas com relevância social. O formato jornalístico do programa é enriquecido pela fusão de linguagens, ganhando novas possibilidades discursivas para efetuar a transmissão do conteúdo informativo. Porém, a todo o momento a série utiliza-se da linguagem humorística. O conceito do programa em si é irônico, devido sua proposta, que coloca o apresentador em contextos aparentemente incompatíveis com sua visão de mundo. O teor satírico da série também fica evidente, por proferir constantemente críticas comportamentais e sociais, revelando assim seu aspecto irônico e ficcional (HIGHET, 1972). Assim, enquadramos *O infiltrado* como um programa jornalístico satírico, pois visa, ao mesmo tempo, um fim noticioso e humorístico – sendo o último preponderante, por guiar a estrutura da reportagem. Deste modo, pelo diálogo das linguagens, demonstra-se um produto híbrido, utilizando o humor como uma ferramenta que abre possibilidades narrativas, discursivas e de abordagens no campo do jornalismo e do audiovisual.

5 CONCLUSÃO

A partir do embasamento teórico levantado no trabalho, juntamente com a análise feita dos produtos audiovisuais, o humor mostra-se uma ferramenta comunicativa real para a criação de sentidos e narrativas. Por se tratar de uma ferramenta, seus efeitos dependem de seus usos. Porém, fica patente o potencial da linguagem humorística em viabilizar a construção de discursos atraentes – principalmente por vincular o prazer cômico ao processo comunicativo – e de possibilitar, através de seus recursos, uma abertura de caminhos para experimentações de produtos audiovisuais híbridos.

Quando o humor dialoga com o jornalismo, a flexibilização da linguagem jornalística frequentemente torna-se mais viável e aceitável pelo público. Se por um lado a presença da linguagem humorística pode acarretar a diminuição da objetividade e concretude da informação transmitida, por outro, possibilita à atividade jornalística ser mais opinativa e mordaz, conferindo uma maior liberdade na abordagem dos entrevistados, na idealização de pautas e na criação textual. Em sua relação com o meio audiovisual, o humor cresce em suas possibilidades comunicativas, pois o formato oferece estímulos que vão além da escrita (imagem, som, movimento). Assim, na intersecção dessas duas áreas, jornalismo e audiovisual, observa-se um propício espaço para o desenvolvimento do humor e seus signos, vislumbrando-se aí um campo comunicacional híbrido, capaz de aliar potencialidades informativas e cênicas e realçar significados por meio do efeito humorístico.

Assim, a aplicabilidade do humor na experiência humana se dá de maneira ampla e variada, podendo ocorrer em diversos contextos. Contudo, o ponto em comum de todas essas experiências é o riso – ou o prazer intelectual – e a economia emocional de um desprazer. Com isso, sob o ponto de vista dos processos comunicativos, o fenômeno do humor reveste-se de especial importância. Seja por sua capacidade de tornar as relações cotidianas mais prazerosas, fortalecer laços através da partilha cômica, seja por seu potencial de atenuar fatos e situações que nos causariam imensa dor, o humor assume um caráter de naturalidade na troca de mensagens, embora, obviamente, possamos racionalizar seu emprego. Em seu uso corriqueiro, o humor se utiliza de uma série de recursos e artifícios linguísticos, semânticos e discursivos que servem para potencializar impactos comunicativos.

A ironia, a paródia, a sátira, a caricatura, o jogo de palavras (ou seja, a criação de sentidos e subtextos), todos esses fatores tem a capacidade de influenciar a troca informacional, estimulando a imaginação e a percepção do interlocutor tanto na codificação quanto na decodificação dos conteúdos humorísticos. Não se restringindo às relações

interpessoais, o gesto humorístico também pode nos abastecer de recursos linguísticos e psíquicos para lidar com conflitos e aflições pessoais – dado seu caráter sublimatório ou sua natureza rebelde frente à crueldade da vida.

Embora o uso da linguagem humorística possa ser rechaçado no jornalismo por algumas pessoas, por não coincidir com a abordagem pretensamente “séria” da área, seu aspecto transgressor, combinado com a atratividade de seu discurso, pode ultrapassar essas barreiras de percepção e trazer resultados informacionais positivos, contribuindo, muitas vezes, no alcance de uma maior expressividade comunicacional. Portanto, quanto à suposta falta de credibilidade da expressão humorística para o cumprimento de uma função informacional, devemos lembrar, como foi demonstrado ao longo do trabalho, que o humor é um recurso comunicacional extremamente apto para lidar com assuntos delicados e de relevância social. Exemplo maior disso é o da esfera política, área na qual o humor transita com seu caráter transgressor de modo a atingir o considerado inatingível, a burlar a censura e desconstruir relações de poder impostas pelo imaginário social, reafirmando, assim, sua adequação ao fortalecimento das relações democráticas em seu compromisso de permitir que nem tudo seja levado a sério, em outras palavras, de autorizar o riso livre. Afinal, assim como Nietzsche, Millôr Fernandes, Freud e tantos outros pensadores perceberam, é preciso abraçar toda a ambiguidade e complexidade do humor para poder colher seus frutos, identificando no processo humorístico um meio de nos liberarmos das amarras mentais a que somos submetidos – sobretudo das amarras que nós mesmos criamos.

REFERÊNCIAS

- ABBAGNANO, Nicola. **Dicionário de filosofia**. São Paulo: Martins Fontes, 2000.
- ALAVARCE, Camila da Silva. **A ironia e suas refrações: um estudo sobre a dissonância na paródia e no riso**. São Paulo: Editora UNESP; São Paulo: Cultura Acadêmica, 2009. 208 p.
- AQUINO, T. **Suma teológica**. vol. VI. São Paulo: Edições Loyola, 2005.
- ARAGÃO, M. L. P. de. **A paródia em A força do destino**. Rio de Janeiro: *Revista Tempo Brasileiro*, 1980.
- BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2006.
- BERGSON, H. **O riso**. 2.ed. Rio de Janeiro: Zahar editores, 1983.
- BIRMAN, Joel. **O rei está nu. Contrapoder e realização de desejo, na piada e no humor**. Rio de Janeiro: Psicologia clinica, 2010.
- FREUD, Sigmund. **O humor**. Edição Standard Brasileira. Rio de Janeiro: Imago, 1927/1980 (Obras Completas, v. XXI).
- _____. **Os chistes e sua relação com o inconsciente**. Edição Standard Brasileira. Rio de Janeiro: Imago, 1905/1980 (Obras Completas, v. VIII).
- HIGHET, Gilbert. **Juvenal, the satirist: a study**. Oxford: Clarendon, 1954.
- HUTCHEON, L. **Uma teoria da paródia**. Lisboa: Edições 70, 1985.
- _____. **Teoria e política da ironia**. Belo Horizonte: Editora da UFMG, 2000.
- KANT, I. **Crítica da faculdade do juízo**. 2.ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2005.
- LAGE, N. **Linguagem Jornalística**. São Paulo: Ed. Ática, 1997.
- LIPOVETSKY, Gilles. **A Era do Vazio**. Barueri: Manole, 2005.
- MOISÉS, Massaud. **Dicionário de termos literários**. 12. Ed. São Paulo: Cultrix, 2004.
- MUECKE, D. C. **A ironia e o irônico**. São Paulo: Perspectiva, 1995.
- NIETZSCHE, F. **A gaia ciência**. 2.ed. São Paulo: Martin Claret, 2013.
- OLIVEIRA, Dennis. **Jornalismo alternativo: uma potencia para a radicalização da democracia**. Bogotá: Signo Pensam, 2011.
- OLIVEIRA, Jair Antônio de. **É sério?! O humor no jornalismo**. São Paulo: DELTA, 2016.
- FERNANDES, M. **Millôr – Diário da Nova República**. 2.ed. Porto Alegre: L&PM, 1985.

RODRIGUES, Hilda; LAPA, Bruna. **Imprensa e engajamento na pós-ditadura: humor e irreverência** como estratégias discursivas no jornalismo político e econômico. Ouro Preto: UFOP, 2014.

SANT'ANNA, Affonso Romano de. **Paródia, Paráfrase & Cia.** São Paulo: Ática, 1985.

SPENCER, H. **Illustrations of universal progress: a series of discussions.** New York: D. Appleton and Company, 2012, p. 195. Disponível em: <<http://www.gutenberg.org/files/39977/39977-h/39977-h.htm>> Acesso em: 23/11/17.

SWABEY, M. C. **Comic Laughter**, a psychological essay. New York: Archon, 1970. Disponível em: <<http://hellahathor.com/laughter--an-essay-on-the-meaning-of-the.pdf>>