



É sério?! O Humor no Jornalismo

Are you serious?! Humour in Journalism

Jair Antonio de OLIVEIRA
(Universidade Federal do Paraná – UFPR)

RESUMO

O objetivo deste artigo é falar “em” humor e não “sobre” o humor no discurso jornalístico. Especificadamente, o propósito é desconstruir a dicotomia entre a seriedade do jornalismo e a não seriedade do humor, a fim de mostrar que essa separação é apenas uma articulação ideológica sustentada por uma concepção de linguagem como representação do mundo que invoca constantemente a noção de verdade e objetividade para legitimar os fatos que descreve. O referencial teórico é a teoria dos atos de fala (Austin, 1990) e a Pragmática Linguística (Mey, 1993; Rajagopalan, 2003).

Palavras-chave: *Pragmática; humor; jornalismo.*

ABSTRACT

This article aims at speaking “in” humour and not “about” humour in journalistic discourse. Specifically, the goal is to deconstruct the dichotomy between the seriousness of the journalism and the lack of seriousness in humor, in order to show that this separation is actually an ideological strategy, based on a conception of language as representation of the world that constantly calls the notion of truth and objectivity to legitimize the events it describes. The theoretical framework is the theory of speech acts (Austin, 1990) and Linguistic Pragmatics (Mey, 1993 and Rajagopalan, 2003).

Key-words: *Pragmatics; Humour; Journalism.*

Introdução

Para muitas pessoas, a função do jornalista é contar histórias “sérias” com o objetivo de informar, com certeza e segurança, os detalhes de um acontecimento. Esse viés é chamado de “*hard news*” nos manuais de redação em oposição às “*soft news*”, mais voltadas ao entretenimento e diversão dos leitores. Ninguém dirá, por exemplo, que Shakespeare foi jornalista. No entanto, como nenhum outro articulista, relatou fatos verdadeiros em seus textos sem abrir mão do humor, como na peça “Rei Lear”, que, nas palavras de Marshall McLuhan (1972: 35), é uma espécie de descrição detalhada de um caso, no processo histórico, da passagem do homem medieval e sua experiência corporativa, para um novo mundo de papéis e funções que caracterizam o individualismo moderno. O autor inglês viu o que estava acontecendo em seu tempo e soube configurar, na peça teatral, uma narrativa que não excluiu a “verdade” e a experiência estética proporcionada pelo riso, quase um sinônimo de humor. Obviamente, na prática cotidiana, tanto o autor de “A Megera Domada” como os jornalistas estão subvertendo a lógica do sério e do não sério diante de uma “oportunidade”; o instante em que o indivíduo imagina que está diante de algo tão espetacular que esse acontecimento deve ser contado para outras pessoas com o propósito de emocionar, comover ou inquietar esses interlocutores. Em uma perspectiva pragmática isso quer dizer: fazer coisas com palavras.

No jornalismo, como em outras atividades e situações comunicativas, os indivíduos seguem formas de discurso relativamente estáveis,

como a notícia, a reportagem, a entrevista. Tais gêneros, por serem articulados socialmente, refletem crenças e valores que assumem uma condição de verdade para determinadas comunidades e práticas específicas. Bakhtin (*apud* Faraco, 2003: 112) afirma que “(...) falamos por meio de gêneros no interior de determinada esfera da atividade humana; falar é moldar o nosso dizer às formas de um gênero no interior de uma ação”. No contexto do jornal, a notícia é o “Puro registro dos fatos, sem opinião. A exatidão é o elemento chave da notícia (...)” (Manual da Folha, 1992: 157). Nem o chamado “Novo Jornalismo” alterou a perspectiva em relação ao estatuto desse relato: “(...) os textos do *new journalism* combinam levantamento de fatos e muita pesquisa. A técnica de construção do texto remete para a grande novela realista” (Manual da Folha, 1992: 156).

A mudança na forma de relatar não alterou os pressupostos básicos do que é uma notícia, nem como se articula esse gênero textual, isto é: permanece a noção de que os fatos devem ser relevantes e “há que ter faro para identificar a notícia onde quer que ela esteja” (Noblat, 2006: 44). Os fatos (os dados) estão à sua volta e se o jornalista é perspicaz o suficiente para descobri-los, então, o “furo” de reportagem é certo! Quase não se pergunta qual é o critério para a escolha de um fato “relevante” ou se considera a possibilidade de que a busca (o faro) já está previamente ligada aos interesses que o jornalista (jornal) tem quando sai da redação para cumprir uma pauta.

“Sair para as ruas” quer dizer que o jornalista é operativo, “capaz de farejar notícia onde aparentemente ela não existe” (Noblat, 2006: 44), isto é: os fatos estão em todo lugar, prontos para serem descobertos e depois esmiuçados pelo investigador que transforma “isso” que já existe no mundo, independentemente de sua presença, em relatos informativos. Essa maneira de enquadrar o mundo é o que os filósofos chamam de empirista, mas poderia ser o contrário: usar os fatos (dados) apenas para comprovar a validade de formulações abstratas a respeito da natureza das coisas; o racionalista. De qualquer modo, ambos os métodos têm os seus problemas e determinam como as notícias são produzidas e difundidas.

Ao lado da questão “lidar com os fatos”, que é uma norma epistêmica, há um aspecto que precisa ser avaliado, ou seja: a natureza

essencialmente deôntica de tudo que se refere ao jornalismo: a conduta, os deveres, os atos de fala que, de forma prescritiva, devem “asseverar” – afirmar com certeza, com segurança. Em tese, as pessoas legitimam o conjunto de obrigações e permissões do jornalismo ao comprar um jornal, assistir um telejornal etc. Não obstante esse reconhecimento, a concepção de linguagem que as pessoas têm ainda está fortemente relacionada com a linguagem como representação do mundo, como uma ferramenta para a comunicação, como um sistema abstrato e não como uma forma de ação. Tais crenças geram problemas entre o que se pensa que é a linguagem e como se usa efetivamente essa linguagem no cotidiano do jornalismo e da vida. Por exemplo: o emprego do humor nos relatos noticiosos quase sempre resulta em desconsideração da veracidade do próprio texto; que é reputado como uma brincadeira, algo não sério, que não é digno de confiança, um equívoco, mau gosto, má fé, incompetência do articulista ou uma imitação. Em outras palavras, ainda vigoram os resquícios da condenação filosófica que Platão fez à poesia, comédia, tragédia e às emoções grosseiras, afastadas da verdade.

Não é nosso objetivo aqui reconstruir a história do humor e do riso, tão bem relatada por Minois (2003), mas demonstrar que uma notícia pode ser “bem humorada” e ainda continuar sendo “séria”; que é possível ser um poeta e relatar “boas verdades”. Em outras palavras, o emprego de uma contradição discursiva não significa, necessariamente, uma violação às noções de coerência e racionalidade humanas.

O título e o texto

Os manuais de redação jornalística, por exemplo, o Manual da Folha de S. Paulo (1992: 168), estipulam que o título de um texto “(...) é de alta importância. (...) deve ser uma síntese precisa da informação mais importante do texto”. A motivação para esse procedimento está associada ao pouco tempo dos leitores (ficam apenas na leitura da manchete e fazem ilações baseadas em seu conhecimento prévio do assunto). Quando lemos os poemas épicos “Ilíada” e “Odisséia” percebemos que há correspondência entre o que é anunciado previamente no título e o que virá depois no conjunto dos versos. Não há contradição entre o enfoque dos títulos e as ideias que os leitores irão encontrar na leitura das narrativas: títulos poéticos e manchetes de jornais não são

excludentes. Essa convergência também ocorre entre a poesia épica e o jornalismo moderno no plano dos conteúdos, ou seja: a obra atribuída a Homero é constituída de uma narrativa de acontecimentos que incluem a história, a literatura, linguagem, geografia, heróis, fatos e personagens, a qual influenciou a cultura clássica e foi discutida e estudada como parte da educação básica grega. O jornalismo investigativo compõe relatos investigando acontecimentos, apurando, compilando relatos, histórias, lugares, figuras apolíneas etc. Não há oposição entre a experiência poética (emoção, paixão) e a ciência (*episteme*), entre o *logos* (razão) e o mito: ambos versam sobre ações e eventos envolvendo pessoas.

Os fatos, os acontecimentos, os fenômenos não aparecem diante de nós como algo íntegro e totalizado. O processo do conhecimento pressupõe a coleta desses fragmentos da vida e sua conexão com antecedentes e conseqüências para que o fato seja apreendido na sua totalidade (Fortes, 2005: 16).

Quando lemos o título da obra “A República”, nossa primeira impressão é a de que o texto se enquadra em um ensaio sobre teoria política utópica. Mas, como disse Havelock (1996: 19) ao se referir ao livro platônico: “(...) que uma obra importante de literatura teve um título que não reflete com fidelidade seu conteúdo” e, pior, o texto elege o poeta e a sua experiência como “inimigos da verdade”. Caso esse acontecimento fosse atual, provavelmente teríamos as seguintes manchetes nos jornais: “Platão afirma que poesia é inimiga da verdade” ou “Platão acusa poetas de frivolidades” e, finalmente, “Platão pede que povo grego lute contra poesia”. A hostilidade platônica vai contra a experiência estética da poesia pois esta evoca toda a sorte de emoções, de variedades e, por isso, não permite uma orientação moral livre das paixões descontroladas, dos arroubos e traições: a poesia e tudo o que estiver associada a ela; ou o modo em que é contada não é sério! “Trata-se de uma acusação à tradição e ao sistema educacional grego. (...) à importância dos poetas na estrutura educacional” (Havelock, 1996: 28) e o direcionamento para uma epistemologia e uma realidade que devem ser racionais, científicas e lógicas.

O riso e o humor, ao integrarem o ato completo da representação poética, também são encarados como sentimentos irrefreáveis e instáveis do homem, pois contribuem para distorcer a realidade: “é isso

que, em última análise, constitui a *mimesis*, um teatro de sombras fantasmagóricas, como aquelas imagens vistas na escuridão, na parede da caverna” (Havelock, 1996: 42).

Ao Diabo o Humor

Desde que entrei neste mundo, filho de pais cristãos, aprendi que o diabo e o riso andam juntos. O riso não é natural no cristianismo pois as representações de Jesus o mostram sério, o coração dilacerado, pregado na cruz, sangue e dor. Já o tihoso está sempre rindo, voluptuoso, portanto, bem-humorado. *Vade retro!* Sou Antonio e por este prenome, devoto do Santo me tornei. Só percebi o humor de Antonio quando soube, por um livro de Nuno (2007: 21), que, em sua infância, gracejava com a vida dos santos Estilitas (ermitões que acreditando servir melhor a Deus desta forma, passaram anos no topo de uma coluna. São Alípio é um deles). Mas o melhor de Antonio, sem dúvida, são os sermões – em especial o sermão aos peixes e a história dos sapos que perturbavam os alunos do frade professor no convento franciscano de Montpellier. Antonio é uma exceção no seio da teologia clássica, erigida sobre os alicerces platônicos, com uma trajetória de gestos surpreendentes e bem humorados: o santo casamenteiro, o santo das coisas perdidas.

Ao lado de nossa louvação está o propósito de mostrar que o humor sempre permeou os escritos cristãos, apesar da austeridade e a gravidade com que os exegetas impuseram ao texto bíblico em um dado momento da história. Quer dizer, o sagrado é “sério” e nenhum Deus respeitável será retratado com os dentes à mostra. O riso, associado ao humor, é zombaria ímpia e sacrílega e essa tradição torna-se uma cláusula pétrea nos relatos evangelizadores.

Na lógica maniqueísta desses pensadores, o diabo (a imperfeição) é responsável pela corrupção, e todo texto, toda conversa que der vazão ao humor, representa o desequilíbrio e pode convergir para a desordem. Assim, pela força de Platão ou da inquisição, o texto respeitável é sóbrio! “Até o advento da imprensa, as investigações científicas sobre - como vai o céu - foram relacionadas com preocupações religiosas sobre - como ir para o céu” (Eisenstein, 1979: 697). Quer dizer: ciência e religião estavam intimamente ligadas, mas com o tempo, a ciência se

valeu da imprensa para aumentar a sua suposta objetividade e a religião a usou para a difusão das bem-aventuranças (Eisenstein, 1979: 701).

Na verdade, a imprensa foi usada de modos diversos, mas a ideia de milhares de pessoas lendo o mesmo relato leva à ideia de que esses leitores são testemunhas virtuais da verdade da interpretação dada por quem redigiu o texto. De fato, seja em relação à natureza ou à Sagrada Escritura buscou-se estabelecer um texto original perfeito, homogêneo, transparente: um anseio quase universal por uma diretriz objetiva, como diz Feyerabend (1989: 285).

A fim de realçar e classificar o caráter lógico da atividade jornalística entre outras ciências, Otto Groth (1875-1965) estabeleceu as características fundamentais da *Zeitungswissenschaft*: periodicidade, universalidade, atualidade e a difusão. É a periodicidade (*Periodik, Periodika, o Periodikum*) que nos oferece a ideia mais clara do que é a atividade jornalística, ou seja: “(...) a capacidade de seguir o ritmo algumas vezes tranquilo e outras vertiginoso da vida. A periodicidade é, pois, ritmo de vida” (Belau, 1966: 48, minha tradução).

A metodologia própria do jornalismo consiste em “seguir” esses ritmos, os acontecimentos (os fatos) que serão selecionados a partir dos critérios de ineditismo, improbabilidade, interesse, apelo, empatia e, posteriormente, diagramados de forma a se tornarem mais eficazes e visualmente agradáveis. Obviamente, trata-se de uma simplificação de todo o processo de captação e produção da notícia, mas não é nosso propósito fazer essa discussão aqui. O que importa no momento é destacar que as convenções narrativas da atualidade atribuem ao relato notícia uma força ilocucionária que van Dijk (*apud* Chaparro, 1993: 113) definiu como asseverar (afirmar com certeza, com segurança). Austin (1990) já havia apontado para a questão da asserção constituir a força ilocucionária dos relatos de fatos (como nas notícias).

Oliveira (1999: 88-89) observa que o leitor cooperativo (o leitor/ouvinte devidamente informado sobre as convenções narrativas) agirá, no momento da leitura ou no momento em que está assistindo/ouvindo um relato noticioso, no sentido de apreender a força ilocucionária expressa pelo jornalista e legitimar o acontecimento/fato como algo verdadeiro e real. Ainda, por força das convenções, o leitor/ouvinte pode ser induzido a desconsiderar tal fato como verdadeiro e real se

algumas das características atribuídas ao humor estiverem presentes no relato. Isto é: uma asserção pode contar com uma força ilocucionária que irá despertar a resistência ou a desconfiança em relação ao “tom de verdade” do comunicador. Neste caso, o interlocutor oscila entre:

- a) compreender a intencionalidade jornalística, isto é, o “tom de verdade”, característica do relato noticioso, mas não compreender a intenção comunicativa do jornalista, que pode ser diferente (expressa pelo uso do humor);
- b) compreender a intenção comunicativa do jornalista (expressa pelo uso do humor) e levantar dúvidas em relação ao “tom de verdade” do relato;
- c) não compreender o “tom de verdade” da notícia nem a intenção comunicativa do jornalista pelo fato de o humor estar presente no relato noticioso.

O que leva a um impasse em torno do que se quer dizer com o que é dito, isto é: como o jornalista quer ser entendido com o que disse! Qual é o “tom” a ser seguido pelo jornalista para que o leitor legitime o seu relato como “verdade”? A resposta não é adotar um esquema heurístico de divisão entre o significado da sentença, significado do enunciado e significado do falante (Dascal & Berenstein, 1982: 6) para “descobrir” a intenção jornalística (aquilo que é canônico para a atividade) ou a intenção individual do jornalista. Mas atentar para o que diz Rajagopalan, (2002: 23), “que a prática linguística se distingue pelos tropeços, acasos, imprevisibilidades e singularidades, atributos que desafiam o próprio desejo de domar, de domesticar, de, enfim, teorizar o objeto de estudo, no caso a práxis”.

Austin (1990) disse que o caráter performativo de um enunciado só pode ser compreendido na totalidade da situação discursiva e, certamente, esta totalidade vai além do entendimento de como certas convenções são invocadas no momento da produção e além de coordenadas espaciais e temporais usadas para definir um simples contexto. Assim, neste ambiente, é preciso considerar que tanto a produção quanto a recepção dos textos jornalísticos envolverá muito mais pessoas e circunstâncias do que apenas o repórter e o leitor; portanto, diferentes atitudes e posições sociais expressas por diferentes jogos de linguagem que incorporam expectativas, desejos, reivindicações, medos, ciúmes, atitudes em relação ao Outro e ao mundo, mentiras, ódio, poder etc.

Ridendo Castigat Mores (Voltaire)

Em uma perspectiva pragmática, o sentido de uma anedota ou, genericamente, o lugar do humor, está relacionado ao seu uso. Isto pode significar uso num sistema linguístico ou uso em uma particular situação física. O uso é primordialmente uma escolha e o indivíduo não é, necessariamente, o “produtor de sentidos” (aquele que dá origem), tarefa, esta, destinada ao próprio Deus. Como diz Rajagopalan (2003: 121), “Os seres humanos são representantes. Não *homo faber*, digo eu, mas *homo depictor*. São as pessoas que fazem as representações”. O indivíduo participa com seus pares de uma experiência histórica coletiva, onde o cognoscente e o ético estão juntos. Desta união, resultam as representações, as “políticas do sentido” ou “sentidos políticos” que nada mais são que os olhares individuais sobre/no mundo. O pressuposto deste argumento é que as pessoas, quando participam de um jogo linguístico, o fazem com a intenção de se orientar no universo cultural dos sentidos e, ao mesmo tempo, assumir uma posição estratégica diante de outras atitudes valorativas.

Refletindo sobre o jogo de relações simbólicas que se estabelecem entre o jornal e o seu leitor é pouco provável que se possa definir claramente onde começam e onde terminam os eventos estratégicos que levam aos objetivos almejados no contexto de produção, pois “(...) é sempre necessário que as circunstâncias em que as palavras forem proferidas sejam, de algum modo, apropriadas” (Austin, 1990: 26). Isso nos coloca diante das seguintes indagações:

- a) as convenções estipuladas para a produção do relato noticioso podem ser empregadas pelo jornalista para transmitir um “efeito” humorístico se, em tese, tal uso não está previsto e/ ou autorizado pelas normas canônicas do gênero?
- b) o jornalista está autorizado a fazer tal transgressão, levando-se em consideração o fato de que geralmente não detém uma posição hierárquica no ambiente da empresa que o habilite a dizer “como” os textos serão editados?
- c) as circunstâncias invocadas pelo jornalista para elaborar o relato/enunciado considerado humorístico são satisfatórias ou eficazes, isto é: colaboram para que o performativo seja um ato de fala feliz?

De qualquer forma, é preciso considerar que o enunciado ou relato humorístico pode revelar o que o jornalista/jornal deixou de investigar, o que está escondendo, denunciando etc. Ou seja, quais as mediações em ação e o que realmente está acontecendo na realidade e não está sendo explicitado por inúmeras razões. Isto não impede que em certas circunstâncias o uso da linguagem humorística tenha efeitos extraordinários ou repercussão maior que o texto principal editado, pois exige que o interlocutor transcenda o aspecto linguístico da situação e avance para a totalidade da práxis social. O humor não é simplesmente uma implicatura gerada pela transgressão das Máximas Conversacionais propostas por Grice (1975), mas

(...) depende do discernimento de uma incongruência apropriada. Este conceito defende que o humor procede da apreensão de uma estrutura de ideias, em vez de uma reação a uma situação, motivo ou evento particular (Oring, 1992: 81, minha tradução).

Nesta perspectiva, como observa Rajagopalan (2010: 159), “nenhum trecho de determinado texto é intrinsecamente cômico, ou seja, o que o torna engraçado é certa relação que ele mantém com as demais parte do texto”. O relato jornalístico a seguir é um exemplo dessa situação:

No dia 12/11/09, o presidente do Brasil à época, Luiz Inácio Lula da Silva, recebeu a visita do presidente de Israel, Shimon Peres¹. Um dia antes, o Brasil havia sofrido o maior “apagão” energético de sua história que deixou mais de 60 milhões de pessoas sem luz em suas casas.

(...) Peres elogiou a disposição do Itamaraty em participar das conversas de paz no Oriente Médio. Ele incentivou Lula a visitar Israel e os territórios palestinos e a intensificar relações com o presidente da autoridade Nacional palestina, Mahmoud Abbas, que visitará o Brasil no dia 20. Peres fez um apelo ao papel diplomático de Lula usando uma metáfora que acabou soando como uma gafe: [Lula] introduziu o programa Luz para Todos (um programa de eletrificação rural que pretende levar luz para 10 milhões de brasileiros que moram no campo, minha observação). **Senhor presidente, venha e acenda as luzes no Oriente Médio** (Folha, 12/11/09, p. A14. O negrito é meu).

1. Peres esteve no Brasil em 12/11/09 e o líder iraniano, Mahmoud Ahmadinejad, dia 23/11/09.

A gafe [do francês *gaffe*] significa uma ação desastrada. Nos critérios que definem a importância da notícia (Manual da Folha, 1992: 35), uma gafe em um encontro de chefes de Estado é algo inusitado, portanto, de interesse jornalístico. A gafe enquanto ato improvável não deve ser reduzido a uma simples relação de causa e efeito e, na melhor das hipóteses, traduz finalidades da ação e está atrelado às crenças individuais. A visita de Peres ao Brasil tentava frear o que os israelenses chamam de “infiltração iraniana na América Latina” e, apesar do tom amigável nas conversações, ficou evidente o descompasso entre as delegações. O ex-presidente Lula apoiava o desejo do Irã em desenvolver pesquisas nucleares com fins pacíficos e esta atitude colocava o Brasil em uma situação delicada diante de Israel. Obviamente, a gafe de Peres é tolerável para as circunstâncias a partir do pressuposto de que não tinha conhecimento do “apagão”. Tomada literalmente, a frase de Peres, “Senhor Presidente, venha e acenda as luzes do oriente Médio”, é algo risível (uma anedota, como diria Wittgenstein).

Enfim, SÓS!

Em uma perspectiva pragmática, o discernimento de uma situação considerada humorística (incongruência apropriada) depende da totalidade das formações sociais, culturais e psicológicas dos indivíduos, pois “a ordem social existe unicamente como produto da atividade humana” (Berger & Bruckmann, 1994: 76). De fato, o que as pessoas estão fazendo são recortes do mundo sem perceber que não são dados puros que focalizam, mas a refração semiotizada de sua práxis social. “Em outras palavras, a refração é o modo como se inscrevem nos signos a diversidade e as contradições das experiências históricas dos grupos humanos” (Faraco, 2003: 50). No fazer jornalístico, os profissionais constroem representações míticas e idealistas de suas atividades, e essas crenças resultam em uma práxis caracterizada por: a) uma competência específica (dominar o tempo); b) uma maneira de agir (performativa); c) uma maneira de falar (um jargão específico); d) uma maneira de ver (bipolar); e) uma unidade de análise privilegiada (o acontecimento e não a problemática. A pergunta básica para o jornalista é: “O que há de novo?”); f) um olhar que fornece muito “*foreground*” e pouco “*background*” (cf.: Traquina 2005:40). Com este entorno ideológico

para o jornalista, associado ao modo dramático de estruturar os acontecimentos, mais as condições prévias que devem ser atendidas para que o relato permaneça na esfera do “discurso sério” e sejam legitimadas pelos leitores como um ato de fala feliz, a definição do acontecimento como uma “gafe” e não como “humor” foi o comportamento linguístico previsível para se referir ao discurso do ex-presidente Shimon Peres.

É nesse quadro de acontecimentos e com esse conjunto de crenças e convicções que o humor continua a ser um “expatriado” no discurso jornalístico, em especial, nas notícias. É invocado aqui, acolá, para atender a uma necessidade transitória. Embora não ocupe um lugar permanente, é crível afirmar que é usado para autodefesa da tribo jornalística com resultados positivos. No capital simbólico dos jornalistas, o humor é uma atualização dos “charivaris” medievais. No imaginário das redações, esta forma de usar o humor é uma auto-regulação de um entorno político, de uma prática de poder e autodefesa que será usada como um “riso vingador”. Como diz Mey (2003: 336), “as pessoas não estão comunicando somente fatos, mas emoções, desejos, ordens etc, isto é, estão fazendo coisas com palavras, coisas que não são reduzíveis a fatos”.

Assim, é necessário compreender que as decisões racionais adotadas no âmbito do jornalismo nem sempre constituem o princípio regulador dos usos linguísticos nas notícias. Embora exista um ritual pré-determinado, com rotinas intelectuais próprias, os aspectos da experiência individual (crenças) podem ser usados para transgredir as restrições normativas institucionais ou para singularizar os atos de fala, não apenas estilisticamente, mas no sentido de “autorar” o discurso, isto é: produzir, editar, circular a narrativa com uma intencionalidade específica. Quanto à exclusão do humor do conjunto de “gêneros sérios”, esse procedimento é, apenas, uma incongruência apropriada.

Recebido em novembro de 2013

Aprovado em janeiro de 2015

E-mail: jairlive.compaq@uol.com.br

Referências bibliográficas

AUSTIN, J.L. 1990. *Quando Dizer é Fazer: palavras e ação*. Porto Alegre: Artes Médicas.

- BELAU, Angel Faus. 1966. *La Ciencia Periodistica de Otto Groth*. Pamplona: Instituto de Periodismo de La Universidad de Navarra.
- BERGER, Peter & Luckmann, Thomas. 1994. *A Construção Social da Realidade*. Petrópolis: Editora Vozes.
- EISENSTEIN, Elizabeth. 1979. *The Printing Press as an Agent of Change*. Cambridge: Cambridge University Press.
- CHAPARRO, Manuel Carlos. 1993. *Pragmática do Jornalismo*. São Paulo: Summus.
- DASCAL, Marcelo & BERENSTEIN, I. 1982. *Two Modes of Understanding: Comprehending and Grasping*. [S.I.]: Netherland Institute for Advanced Study in the Humanities and Social Science. 26 p. Texto Mimeo.
- FARACO, Carlos Alberto. 2003. *Linguagem & Diálogo. As idéias linguísticas do círculo de Bakhtin*. Curitiba: Criar Edições.
- FEYRABENS, Paul. 1989. *Contra o Método*. Rio: Francisco Alves.
- FORTES, Leandro. 2005. *O Jornalismo Investigativo*. São Paulo: Editora Contexto.
- GRICE, H.P. 1975. Logic and conversation. In: P. Cole & J. Morgan (eds.). *Syntax and Semantics 3: Speech Acts*. New York: Academic Press.
- HAVELOCK, Eric. 1996. *Prefácio a Platão*. Campinas: Papirus.
- MEY, Jacob. 1993. *Pragmatics: an Introduction*. London: Blackwell.
- _____. 2003. Context and (dis)ambiguity: a pragmatic view. *Journal of Pragmatics* 35: 331-347.
- FOLHA DE S. PAULO. 1992. *Novo Manual de Redação da Folha de São Paulo*. São Paulo: Folha da Manhã.
- NUNO, Fernando. 2007. *Antonio, O Santo do Amor*. Rio: Objetiva.
- OLIVEIRA, Jair Antonio de. 1999. *As Dimensões pragmáticas da Cooperação jornalística*. Eca/Usp: Tese de Doutorado.
- OLSON, David. 1997. *O Mundo no Papel*. São Paulo: Ática.
- ORING, Elliot. 2003. *Engaging Humor*. Chicago: University of Illinois Press.
- _____. 1992. *Jokes and Their Relations*. Lexington: The University Press of Kentucky.
- PLATÃO. 1949. *A República*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- RAJAGOPALAN, Kanavillil. 2010. *Nova Pragmática: fases e feições de um fazer*. São Paulo: Editorial Parábola.
- _____. 2003. *Por Uma Linguística Crítica*. São Paulo: Editorial Parábola.
- _____. 2002. *Por uma Pragmática Voltada à Prática Linguística*. Porto Alegre: Sagra-Luzzato.
- TRAQUINA, Nelson. 2005. *Teorias do Jornalismo*. V.II. Florianópolis: Editora Insular.
- VAN DIJK, Teun. 1990. *La Noticia como Discurso*. Barcelona: Paidós.