

Pragmática das Interlocuções Jornalísticas Irônicas

JAIR ANTONIO DE OLIVEIRA
(Universidade Federal do Paraná)

"Deus convida ironicamente Jó a governar o mundo"
(Jó, 40 : 1)

Atualmente, constata-se nos textos jornalísticos um emprego indiscriminado da palavra ironia para se referir aos mais variados fenômenos. Esta flutuação de sentidos representa um esforço interpretativo maior para os leitores e nem sempre os resultados são condizentes com os propósitos do autor: às vezes são díspares ou beiram ao *nonsense*.

No entanto, uma questão crucial se impõe: é possível delimitar os sentidos para a ironia, haja vista que o próprio criador do universo, Deus, em sua onipotência, a emprega de forma diversificada?¹

É Nietzsche, aquele que carrega a anátema², quem nos socorre ao dizer que "é preciso ter em vista a separação da *origem* e da *finalidade* de alguma coisa. Ou seja, tudo o que é criado³ no mundo é submetido a potências que as usarão de acordo com seus propósitos específicos. Nada está livre de uma dominação que implica em sucessiva interpretação e acomodamento das coisas a novos fins.

Nesta linha argumentativa, tem-se uma evolução para a ironia que não objetiva um único fim. Pelo contrário, o emprego do conceito atende a diferentes propósitos e é preciso incursionar pelo "Mundo do Uso"⁴ para verificar o que os usuários pretendem com isto. Em outras palavras, não é mais a origem do termo que passa a dar a razão de existir do fenômeno, nas instâncias éticas.⁵

Dois aspectos devem ser ressaltados a fim de permitir a continuidade desta reflexão. O primeiro, é que não há um conceito único e totalizante para a ironia. Em cada situação de uso, os costumes, contextos, propósitos, serão diferenciados. Segundo, qualquer investigação neste sentido, mesmo tendo que encarar essa diversidade conceitual, deve levar em consideração

¹ Uma leitura atenta da Bíblia apontará para o constante emprego da ironia.

² A maldição de ser o "Anticristo".

³ As coisas (incluindo as palavras) são criadas e não descobertas. Deus, o Arquiteto do Universo, lá das alturas, certamente considera o mundo (sua criação) como um palco irônico e os atores toda a humanidade.

⁴ O termo foi proposto pelo lingüista e pragmático Jacob Mey.

⁵ Ética deve ser entendida como costume.

a existência de uma força⁶ constituída pela *contradição* e *avaliação*. Estas condições, no entanto, não irão restringir o conceito de ironia, mas apontar de forma contingencial para a ética subjacente ao uso em cada momento.

Interlocuções Jornalísticas Irônicas

Alguns usos emblemáticos da ironia podem ser apontados nos textos jornalísticos. Entendemos que estes empregos estão sujeitos aos limites institucionais previamente traçados, ou seja, determinando o que o jornalista pode dizer (de acordo com as circunstâncias) e o que se deve dizer (devido às expectativas dos leitores).

O primeiro caso é aquele em que o jornalista emprega a ironia em seu sentido dicionarizado. Isto é, como um modo de exprimir-se que consiste em dizer o contrário daquilo que se está pensando ou sentindo, ou por pudor em relação a si próprio ou com intenção depreciativa ou sarcástica em relação a outrem (FERREIRA, 1975, p.785). O jornalista produz um enunciado irônico e deixa claro que pretende significar o contrário do que está dizendo. Esta tem sido a versão usual para a ironia jornalística, e como tem sido empregada à exaustão, desgastou-se enquanto estratégia retórica, transformando-se em uma espécie de "chavão", com baixo conteúdo informativo e efeitos irrisórios sobre os leitores. Envolve pouco esforço para a sua produção e interpretação, e os manuais de redação e estilo recomendam cautela em seu uso.⁷

O segundo caso envolve aqueles usos onde o jornalista produz um enunciado irônico pretendendo significar alguma coisa diferente do que está dizendo. Isto é, diz *X* mas pretende significar *Y* ou *Z*. Este recurso exige experiência para a sua elaboração, mas em compensação, constitui um meio eficaz para produzir efeitos inesperados nos leitores. Constitui, também, um recurso disponível pelo articulista para transgredir as restrições institucionais e dizer (através do não-dito), as informações desejadas.

Finalmente, há aqueles usos da ironia onde o jornalista não pretende ser irônico! Isto é, o jornalista emprega o termo ironia (o que não é suficiente para constituir um enunciado irônico ou representar, situacionalmente, o fenômeno) apenas como um "termo tampão" para resolver problemas de articulação textual, deficiência vocabular ou preguiça para pesquisar. É claro que há situações onde o articulista emprega apenas o termo ironia e pretende ser irônico com isto.

⁶ A exemplo da força ilocutória (convencional e produz efeitos), a contradição e a avaliação também dependem dos costumes e geram efeitos sobre os interlocutores. No entanto, devem ser considerados como Atos Pragmáticos, que, ao contrário dos Atos de Fala, dependem de uma situação interativa concreta, ou seja, contexto real de uso.

⁷ Manual da Folha, p. 83.

Situações Compartilhadas

O jornalista pode se esmerar a fim de produzir um enunciado irônico e depois se decepcionar ao constatar que não foi entendido. Ou o contrário, não ter a intenção irônica e observar que os seus leitores apontam uma ironia em seu texto. Isto envolve uma questão crucial, *a apreensão da intenção comunicativa do produtor dos textos*. Ou seja, o que é que o jornalista quer dizer com o que é dito.⁸ Como é que o jornalista quer ser entendido. Para que isto seja possível, articulista e leitor devem compartilhar de um conjunto de condições:

a. *elementos lingüísticos*: mesmo código e sintaxe. Isto inclui termos regionais típicos, estrangeirismos, gírias, linguagem técnica especializada, norma culta. Sem falar no “economês”, uma mistura de termos próprios da economia, vocábulos da língua inglesa, e uma boa dose de demonstração de poder (conhecimento) do articulista. É claro que não se pode esperar repertórios lingüísticos equivalentes entre as pessoas. Se o jornalista não levar em conta o contexto e o seu público alvo são grandes as possibilidades de os leitores não captarem a sua intenção comunicativa.

b. *conhecimento de mundo*: deve existir um certo grau de similaridade entre o conhecimento de mundo do jornalista e os seus leitores. Se não houver correspondência entre os conhecimentos ativados a partir do enunciado irônico e o conhecimento de mundo dos leitores as inferências serão díspares. É o conhecimento de mundo que permite aos leitores a conexão entre os elementos da mensagem, que aparentemente não tem nenhuma relação com o contexto do enunciado, através de inferências.

c. *fatores pragmáticos*: assumem vital importância para a apreensão da intenção comunicativa, à medida em que o seu reconhecimento dependerá de fatores como: o contexto situacional, interacional, atos pragmáticos, princípios pragmáticos, pressuposição pragmática etc. A situacionalidade, por exemplo, refere-se ao conjunto de fatores que tornam uma mensagem relevante em dada situação de comunicação. A focalização, que também podemos inserir neste tópico, tem relação direta com o conhecimento compartilhado. Em uma troca comunicativa (no caso, a relação imposta pelo texto jornalístico) as pessoas envolvidas irão focalizar a sua atenção naquilo que conhecem e acreditam (ou pensam que conhecem).

Identificando a Intenção Comunicativa Irônica

Há muitas maneiras de se identificar a intenção comunicativa irônica. Portanto, este não é um procedimento padrão ou um procedimento heurístico a ser aplicável em todas as situações. Diferentes leitores, em contextos distintos, conhecimentos variados, chegarão (ou não) até a ironia de forma diversa:

⁸Intenção comunicativa irônica e propósito estão sendo usados aqui nesta reflexão como sinônimos.

a. *o leitor deve rejeitar o sentido literal*: não porque ele simplesmente não concorda com o mesmo. Mas, se está prestando atenção ao que lê, será capaz de perceber incongruências entre as palavras, ou entre as palavras e alguma coisa que conhece. O caminho para o que *não é dito* pelo jornalista passa, necessariamente, pela convicção de que a ironia é incompatível com o sentido literal.

b. *o leitor deve testar ou tentar explicações alternativas*: isto é, à medida em que as interpretações plausíveis falham em apontar a ironia, deve-se considerar a possibilidade de um *lapso linguae* do emissor, se está brincando, ou se algo previamente mencionado não está sendo omitido na geração das novas inferências, se os vocábulos empregados (metáforas) não têm significados diferentes daqueles usualmente empregados. Conforme OLIVEIRA (1995, p.106), pode-se considerar que o ironista⁹ é suficientemente “tolo” para não perceber que o seu enunciado é inaceitável. No entanto, apresentar-se como “tolo” ou ingênuo é uma estratégia que o ironista ocasionalmente utiliza para alcançar os seus objetivos.¹⁰ Na hipótese de a audiência (ouvintes ou leitores) compartilhar o mesmo conjunto de condições que o jornalista, o leque de interpretações alternativas é pequeno, pois as atitudes e o discurso contumaz tornam-se evidentes.

c. *o leitor deve deliberar sobre as crenças do jornalista*: é pouco provável que o leitor se pergunte a respeito das crenças dos autores dos textos jornalísticos. Antes, inquire sobre a linha editorial do jornal, embora isto não seja uma regra geral. Hábitos enraizados e o automatismo da leitura contribuem para que o leitor desconsidere “quais são as crenças e quem dá o tom para os relatos” (OLIVEIRA, 1998). Também, o complexo processo de intermediações que ocorre entre a captação dos fatos e a sua divulgação, contribui para que o leitor não tenha um acesso direto às crenças individuais dos articulistas. É claro que o conhecimento do contexto sócio-cultural é um viés para estas crenças, mas será a linguagem o acesso até elas. As crenças permitem que o leitor identifique os propósitos, conseqüentemente, a ironia.

d. *o leitor deve buscar pistas externas (extralingüísticas)*: nas ironias verbais orais, a audiência busca o auxílio de gestos, como um movimento de ombros ou expressões faciais. Um piscar de olhos ou mover os lábios de forma não-usual. Coçar a cabeça etc, podem fornecer informações diretas sobre as intenções ocultas atrás das palavras do ironista. Não se pode garantir a existência de gestos e movimentos típicos para as emissões irônicas, apenas que o aspecto inusitado funciona como um alarme para a rejeição do sentido literal. Há que se considerar a dependência sócio-cultural de tais gestos e movimentos, com significações variando de local para local. Nas ironias escritas, os títulos e as manchetes fornecem pistas interessantes: “2020 vê último capítulo de Anos de Lama” (FSP, 21/07/92, p. 4-8), “Tempos de

⁹ Jornalista.

¹⁰ É o caso da Ironia Auto-Depreciativa, empregada pelo filósofo Sócrates.

Ironia" (FSP, 12/08/92, p. 1-5) etc. A contradição, o paradoxo entre o enunciado e a realidade, forçam o leitor a buscar o auxílio extralingüístico. As pistas externas são necessárias pois o leitor não dispõe de um auxílio real, como o proposto por Marcel Bernhardt, que, com o pseudônimo de Alcanter de Brahm, publicou em 1899 um trabalho intitulado: "L' Ostensoir des Ironies", em que sugere que os ironistas usem uma marca de pontuação especial (), "Le petit signe flagellateur"¹¹, ao lado de cada enunciado irônico.

Em suma, estes são alguns passos para que o leitor perceba a intenção irônica do jornalista. Podem ser ampliados e variar conforme o local, época, os usuários, propósitos. Nada é definitivo, pois as finalidades são muitas!

Conclusão

O emprego da ironia nos textos jornalísticos está associado aos propósitos do articulista e por isto reflete uma dimensão ética para a questão. Em qualquer um dos procedimentos sugeridos anteriormente, tal viés encontra-se presente. Se o jornalista obedece ou não aos costumes, empregando a ironia como recurso, isto só pode ser avaliado dentro do "Mundo do uso", onde as potências (conforme Nietzsche) ditarão o acomodamento do fenômeno a novos fins.

Referências Bibliográficas

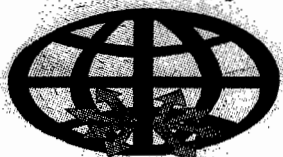
- FERREIRA, Aurélio Buarque de. *Novo dicionário da língua portuguesa*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1975.
- MEY, Jacob. *On pragmatics*. Cambridge (MA): Blackwell, 1993.
- MUECKE, D. C. *The compass of irony*. London: Methuen, 1969.
- NIETZSCHE, F. *A genealogia da moral*. Rio de Janeiro: Tecnoprint, [19—]. Coleção Clássicos de Bolso.
- NOVO Manual da redação. São Paulo: Folha de S. Paulo, 1992.
- OLIVEIRA, Jair A. de. Ironia: eis a questão. *Revista Uniletras*, Ponta Grossa, nº 17, 1995, p. 99-110.
- _____. Em busca da palavra útil: a ironia. *Revista Uniletras*, Ponta Grossa, nº 18, 1996, p. 93-98.
- _____. *As dimensões pragmáticas da comunicação jornalística*. (Texto inédito), 1998.

¹¹Conforme MUECKE, p. 56.

Políticas Regionais de Comunicação e Mercosul: Aceite este desafio!

MARIA IMMACOLATA VASSALLO DE LOPES
JOSÉ MARQUES DE MELO
organizadores

POLÍTICAS REGIONAIS DE COMUNICAÇÃO



OS DESAFIOS DO
MERCOSUL



INTERCOM

editora UNEL

Políticas Regionais de Comunicação: os desafios do Mercosul reproduz os textos apresentados no congresso anual da Intercom, realizado na Universidade Estadual de Londrina, PR, de 2 a 7 de setembro de 1996. Estudiosos e pesquisadores examinam o processo de integração e da globalização, em termos de Políticas Regionais de Comunicação, na Europa, América do Norte, e países do Mercosul.

O livro ainda discute as novas demandas para o ensino e a pesquisa em reação do crescente avanço das novas tecnologias de comunicações, especialmente nas universidades e indústrias culturais do

Mercosul.

Uma leitura estimulante que desvenda os desafios dos novos cenários culturais e das lides comunicacionais colocadas para professores, estudantes, profissionais e pesquisadores da Comunicação.

Preço por exemplar: R\$ 20,00

Preencha já o cupom de pedido que se encontra no final da revista e envie acompanhado de cheque nominal para:

Intercom - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação

Av. Prof. Lúcio Martins Rodrigues, 443 - Bloco B9 - Sala 2 - CEP 05508-900 - São Paulo - SP