



---

## A ironia e o impasse na objetividade jornalística<sup>1</sup>

Thiago Siqueira VENANZONI<sup>2</sup>  
Universidade Estadual Paulista, Bauru, SP

### Resumo

Este presente artigo tem como função fundamental abrir debate a um impasse notado no discurso e na linguagem apresentados pelo jornalismo contemporâneo: como ser irônico e, ainda assim, seguir um padrão caro à *práxis* jornalística, como a objetividade? A partir desse pressuposto, se discutirá neste texto a ironia como instrumento estético e discursivo, a objetividade dentro do jornalismo, e como alguns produtos de nossa área dizem mesclar essas duas matrizes da linguagem.

**Palavras-chave:** ironia, objetividade jornalística, discurso, linguagem, teoria do jornalismo

### 1.

A estudiosa de teoria literária Linda Hutcheon classifica a ironia da seguinte forma: “Diz-se que a ironia irrita porque ela nega nossas certezas ao desmascarar o mundo como uma ambiguidade”. (HUTCHEON, 2000). Seguindo essa ideia a respeito da matriz irônica, alguns filósofos já irão debater o conceito, mais recentemente na chave específica da ambiguidade e da negação dos conceitos “duros” que presenciamos. Um desses modelos mais bem acabados se encontra na literatura, na qual a ironia chega, em muitos casos, a se misturar à própria linguagem. Entretanto, é possível notar que em quase todas as manifestações sociais se percebe a presença de um método irônico.

O filósofo Hegel, reconhecido como um dos pensadores mais enfáticos a trabalhar o conceito, não considerará o ceticismo puro e hermético como algo a se impor no discurso e, logo, não se convencerá pela ironia, apesar de haver proximidades estruturais, em um primeiro momento, com a sua dialética, como assinala Vladimir Safatle a respeito da ideia de inversão:

(...) certamente tinha em vista a presença, tanto na dialética quanto na ironia, da *Verkehrung* (inversão) como modo de manifestação do esgotamento de determinações fixas e aparentemente substanciais. O

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no IJ 1 – Jornalismo do Intercom Sudeste 2013, realizado na Universidade Estadual Paulista (Unesp), entre os dias 3 e 7 de julho de 2013 em Bauru-SP.

<sup>2</sup> Graduado em Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo pela Universidade Estadual Paulista (Unesp, campus Bauru). Membro do MidiAto - Grupo de Estudos de Linguagem e Prática Midiática, ligado ao Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação e ao Programa de Pós-Graduação em Meios e Processos Audiovisuais, ambos da ECA-USP. email: thiago.venanzoni@gmail.com



uso da *Verkehrung* com suas passagens incessantes no oposto configura o primeiro nível da negatividade dialética. Tais passagens também animam o culto romântico ao paradoxo e à contradição que estão no cerne da recuperação da ironia. (...) É nesse sentido que há, na ironia, certa estetização da inadequação às determinações fenomenais que a aproxima necessariamente da dialética. (SAFATLE, 2008, p.37-38)

O que Hegel apresenta, portanto, é um estágio da ironia a partir do discurso, fugindo da regra normativa que conceituava a matriz como um recurso da amplitude estética. A mesma ideia apresenta seu contemporâneo moderno, Sören Kierkegaard, filósofo dinamarquês, que realizou um estudo a respeito da ironia e como ela havia sido trabalhada até então. Assinalando Hegel como alguém que compreendeu a ironia naquele momento, Kierkegaard dirá que na filosofia moderna, e na dialética desenvolvida antes da modernidade na filosofia, a ironia deixa de ser uma simples função da retórica, como se notava antes desse período histórico e social - mais precisamente no período socrático e em suas referências à *posteriori* -, e passa a incorporar a fala subjetiva, e, logicamente, o discurso de cada ser. Pode-se afirmar, segundo colocações do filósofo, portanto, que a ironia integra, a partir do momento relatado, todo um *modus operandi* de vida do indivíduo que aceita-a como categoria a ser maturada em sua existência.

Uma noção interessante para se pensar o jornalismo, em primeira instância. A partir do momento em que o agir comunicativo presente nas ferramentas jornalísticas adota a ironia como um fundamento da linguagem, como veremos no segundo tópico de forma mais enfática, é possível afirmar que tais colocações transcendem a objetividade pura e simples e entram num campo de ordem mais intersubjetiva, e até empírica. Portanto, a ironia evidencia uma característica sobremaneira matizada do fazer jornalístico, que tem a ver com o jornalista, acima de qualquer contextualização e fundamento da própria função. É bem possível, inclusive, que tal levantamento se adeque a outros momentos do próprio jornalismo como um ato da comunicação.

Portanto, apesar da ironia ser compreendida como uma negação às determinações fixas, ela tem um limite na própria conceitualização subjetiva, ou seja, na ideia reelaborada pelo discurso irônico. Logo, ela se torna um real apresentado, mas não a verdade. Quem assinala isso é Kierkegaard, ao falar que alguns filósofos como Schlegel e Solger não se mostram insatisfeitos, pelo contrário, enaltecem a ironia, pois



consideram à subjetividade como o fim. Entretanto, em Hegel, ela encontra a sua transcendência e emancipação, como afirma o filósofo dinamarquês:

Finalmente a ironia também encontrou aqui seu mestre em Hegel. Enquanto a primeira forma da ironia não foi combatida, mas aclamada por ter feito justiça à subjetividade, a segunda forma da ironia foi combatida e aniquilada pois, como era injustificada, só se podia fazer justiça a ela superando-a. (KIERKGAARD, 1991, p.212-213)

A ideia se confronta positivamente com um conceito contemporâneo levantado pelo literato e filósofo David Foster Wallace (2008), ao afirmar que a ironia tem a capacidade de contradizer um argumento, porém, não coloca nada na lacuna exposta por ela mesma<sup>3</sup>. Concluindo, a própria subjetividade encarrega-se de validar a negatividade discursiva produzida pela ironia, e não a transcende, como espera Hegel.

### 1.1

Se haverá essa contestação em relação a subjetivação no embate da ironia, no sentido de não satisfazer a busca pela verdade e pelo esclarecimento, é preciso conceituar a subjetividade e suas produções na contemporaneidade, como forma de agregá-la à dialética hegeliana. O ponto utilizado aqui será a noção trazida por Félix Guattari (1992).

Para o filósofo e psicanalista francês a subjetividade se difere da autoconsciência, na ideia do espírito hegeliano, se dividindo nos paradigmas alcançados e adotados. Ou seja, ela não só se constrói com as ideias entendidas pelos processos cognitivos mais elementares, de conflitos internos de conceitos, mas também a partir de uma indução social, estrutural, maquínica e midiática. Guattari irá, nessa explanação a respeito da produção de subjetividade, desconsiderar a validade de várias ciências, como as políticas, jurídicas e até a psicanálise tradicional, na conceitualização do sujeito, pois, segundo ele, essas não dão conta do coquetel subjetivo contemporâneo, por serem limitadas em seus próprios métodos. E completa, explicando a razão da construção do sujeito não ter como ser trabalhado fora da ideia maquínica da comunicação:

Devem-se tomar as produções semióticas dos *mass media*, da informática, telemática, robótica etc... fora da subjetividade

<sup>3</sup>In A aura da ironia, trad. Sérgio Rodrigues. <http://veja.abril.com.br/blog/todoprosa/primeira-mao/a-aura-da-ironia-i/>



psicológica? Penso que não. Do mesmo modo que as máquinas sociais podem ser classificadas na rubrica geral de Equipamentos Coletivos, as máquinas tecnológicas de informação e comunicação operam no núcleo da subjetividade humana, não apenas no seio das suas memórias, da sua inteligência, mas também da sua sensibilidade, dos seus afetos, dos seus fantasmas inconscientes. A consideração dessas dimensões maquínicas de subjetivação nos leva a insistir, em nossa tentativa de redefinição, na heterogeneidade dos componentes que concorrem para a produção de subjetividade, já que encontramos aí: 1) componentes semiológicos significantes que se manifestaram através da família, da educação, do meio ambiente, da religião, da arte, do esporte; 2) elementos fabricados pela indústria da mídia, do cinema, etc.; 3) dimensões semiológicas assignificantes colocando em jogo máquinas informacionais de signo, funcionando paralelamente ou independentemente, pelo fato de produzirem e veicularem significações e denotações que escapam então às axiomáticas propriamente linguísticas. (GUATTARI, 1992, p. 14)

Portanto, a subjetividade e o sujeito, valorados por alguns filósofos modernos, ligam-se à ironia na pós-modernidade em outras formas de produção, como narrativas audiovisuais, livros, jornais impressos, modos de se comunicar, ou seja, ferramentas de mediação próprias da contemporaneidade. Talvez more aí também o fato da ironia fazer o uso dos estereótipos e ser compreendido em sua construção, uma vez que tais processos de comunicabilidade são legitimados pelas ditas ferramentas.

A crise das grandes metanarrativas, por sua vez, característica da pós-modernidade na noção do filósofo pós-estruturalista Jean-François Lyotard<sup>4</sup>, também se insere no contexto de produção de subjetividade apresentada, uma vez que os processos mais simples de entendimento, e aí se forjam tanto a ironia quanto a objetividade, são quase sempre entendidas e edificadas como o Real, em inúmeras adoções de discurso, seja pela verossimilhança com a vida cotidiana, em construções melodramáticas da objetividade, por exemplo, ou pelo conceito já afirmado de Hegel da não-transcendência pela autoconsciência empregada pela narrativa enviesada pela ironia. Quanto mais se instrumentalizam, portanto, maior é seu grau de legitimação.

Mas isso não significa que Guattari desconsidere o sujeito do processo, numa visão, tal e qual, simplista da estrutura - em que ele, o sujeito, é totalmente outorgado pelo *mass media*, e outros agenciadores. Tal estrutura já havia sido assinalada no começo do século XX pelo psicanalista Wilhelm Reich, ao defender a tese que as pessoas reprimem seus verdadeiros eus a fim de submeter-se às leis e convenções

---

<sup>4</sup>Em sua obra *A condição pós-moderna*, José Olympo, 2007.



impostas pela cultura<sup>5</sup>, talvez, digo eu, o mais presente dos agenciadores da subjetividade.

Guattari falará, portanto, de uma subjetividade polifônica, na qual o sujeito se interliga a outros meios e produtores. Ou, como pensaria Hegel, instrumentos limitadores do ser. Dessa forma, não há como falar do sujeito perfeitamente individual, mas a partir de agenciamento de enunciados que nos tornam múltiplos:

Quer nos voltemos para o lado da história contemporânea, para o lado das produções semióticas maquínicas ou para o lado da etologia da infância, da ecologia social, e da ecologia mental, encontraremos o mesmo questionamento da individuação subjetiva que subsiste certamente mas que é trabalhada por *Agenciamentos coletivos de enunciação*. No ponto em que nos encontramos, a definição provisória mais englobante que eu proporia da subjetividade é: “o conjunto das condições que torna possível que instâncias individuais e/ou coletivas estejam em posição de emergir como *território existencial* autorreferencial, em adjacência ou em relação de delimitação com uma alteridade ela mesma subjetiva”.

Assim, em certos contextos sociais e semiológicos, a subjetividade se individua: uma pessoa, tida como responsável por si mesma, se posiciona em meio a relações de alteridade regidas por usos familiares, costumes locais, leis jurídicas... Em outras condições, a subjetividade se faz coletiva, o que não significa que ela se torne por isso exclusivamente social. Como efeito, o termo “coletivo” deve ser entendido aqui no sentido de uma multiplicidade que se desenvolve para além do indivíduo, junto ao *socius*, assim como alguém da pessoa, junto a intensidades pré-verbais, derivando de uma lógica dos afetos mais do que de uma lógica de conjuntos bem circunscritos. (GUATTARI, 1992, p.19)

A partir dessa noção, me parece mais simples conceitualizar a questão do discurso durante o artigo, no pensamento de Foucault e Althusser: de haver uma ordem de poder sobre o agir discursivo, que converge em um não-esclarecimento da real intenção em se apresentar de uma forma ou de outra. Para ser mais prático, me parece que a fala objetiva não, necessariamente, está em sintônia com o discurso intencionado dos meios maquínicos ou agenciadores enunciativos, como dirá Guattari. E a ironia, portanto? Como tentaremos mostrar aqui, no jornalismo, ela vem desnudar, ou transcender, a sisudez da objetividade jornalística e mostrar um outro paradigma, mas, trazendo consigo um impasse.

---

<sup>5</sup>Ideia que permeia um dos seus livros mais célebres: *A psicologia de massa do facismo*, 2001, Martins Fontes.



## 2.

A ironia, e cada vez mais, tem se tornado um recurso estilístico (também da retórica) e, não menor, discursivo do texto jornalístico. Se apresentando como forma de balizar ideias da narrativa que não necessariamente sejam próximas do factual, a matriz irônica recusa o que é primordial na *práxis* jornalística: a objetividade. Há, então, um impasse. Como já visto, a dialética hegeliana levanta a possibilidade de busca honesta e sincera pelo conhecimento, se abdicando de instrumentos e mediações para um objetivo específico e negando ou invertendo as afirmações empíricas e conclusivas. Nessa ideia, como aponta Safatle, a ironia se principia como um “estado larvar da dialética”, e se mostra apenas nessa forma, já que tem seus limites impostos pela própria subjetivação institucionalizada, empírica e na depreciação do sujeito e das realidades impostas, características da ironia. Portanto, tal posição em relação aos conceitos permanentes contradiz o próprio jornalismo, que tem como um fundamento a mediação do mundo, ao buscar uma ordem, do discurso mais enfaticamente, e uma simplificação frente à complexidade social.

Em algumas editorias se nota maior acesso ao recurso irônico, tanto no chamado jornalismo hegemônico, de maior capilaridade social, quanto no jornalismo alternativo, mais à margem, que atinge um espectro social restrito. O exemplo mais latente que cultivamos hoje é a nova chave de linguagem do Globo Esporte, comandada Thiago Leifert, e seguida como recomendação, como pode-se apurar, para várias afiliadas da emissora na editoria de esportes. Tomamos, a partir de agora, alguns exemplos para, então, fazermos a baliza com a tese apresentada.

Com sua tomada humorística no discurso, o GE, como é chamado internamente, alavancou em audiência e se tornou uma referência aos programas esportivos da própria emissora e também fora dela. Ao invés de apenas formalizar uma informação do cenário futebolístico ou de outros esportes populares no país, o Globo Esporte incrementa em sua narrativa estereótipos, orações carregadas de ironia, a fim de alcançar seus objetivos: audiência e apresentação de sua ética pelo discurso. Com isso, por se tratar de um instrumento legitimado, consegue expandir sua “informação” por meio da verossimilhança e motivar uma apropriação discursiva de outros (os espectadores), na lógica apresentada por Guattari de subjetividade polifônica ou assujeitamento, como classificam alguns teóricos do discurso. Portanto, não é dizer que há uma manipulação ideológica do sujeito, como podem acreditar alguns, mas, dentro de um processo cognitivo simples, afirmar que há uma apropriação discursiva, que integrará o “eu” dos



que aceitam a condição. Ou seja, a ironia cumpre seu papel, a partir dos objetivos elencados anteriormente. Porém, há um impasse interessante dentro dessa escolha.

A Rede Globo (2011), como é de conhecimento público, valoriza a objetividade dentro do seu jornalismo, e, inclusive, há um fragmento que deixa isso bastante claro em sua última carta dos princípios editoriais. Dizem, a respeito da linha editorial empregada: “Noticiar os fatos, analisá-los, opinar, mas com a intenção consciente de não ter um viés, de tentar traduzir a realidade, no limite das possibilidades, livre de prismas. Produzir conhecimento. As Organizações Globo terão sempre e apenas veículos cujo propósito seja conhecer, produzir conhecimento, informar” (ORGANIZAÇÕES GLOBO, 2011). Logo, há claramente um problema em relação ao ponto proposto pelo Globo Esporte. Afinal, como produzir conhecimento livre de prismas e sem ser enviesado não transcendendo a ironia, que se apresenta como uma forma de instrumentalização, na posição hegeliana? Mais do que isso, ao ratificar a qualidade de informar e produzir conhecimento, por meio da objetividade jornalística, uma matriz respeitada durante toda carta entregue aos telespectadores e leitores, como fazê-lo com ironia empregada em sua narrativa?

Um claro exemplo dessas dúvidas pode ser visto em uma reportagem produzida pelo GE em 2012. Na ocasião, o jornalista Léo Bianchi, setorista do Palmeiras à época, ficou encarregado de apresentar o novo jogador do time paulista. Se tratava de Barcos, atacante argentino nada conhecido em grande parte da torcida deste time. Ao invés de explicar quem era o jogador, por quais clubes havia passado, a média de gols em temporadas anteriores - por se tratar de um atacante -, o jornalista respeitou a recomendação discursiva do seu programa e apresentou o jogador ao seu telespectador comparando-o fisicamente com o Zé Ramalho, cantor bastante conhecido do público em geral por compor temas em novelas da própria Rede Globo e por diversas aparições públicas. Analiso como duas formas a escolha de Léo Bianchi: uma, cumpriria sua função, de apresentação do atleta, mesmo distante do que pede a *práxis* apresentada pela carta da emissora; e traria a ironia como base narrativa. Em meio à coletiva de imprensa, o jornalista tentou apresentar a foto do cantor paraíbano e dar vazão ao texto pré-feito. A reação do atacante, por sua vez, foi longe do esperado<sup>6</sup>.

Barcos desnudou o grande problema da utilização do recurso irônico para quem prioriza a objetividade. Em uma de suas falas, disse: “Isso não me parece nada sério, estamos falando sobre futebol”. Ao invés de assumir seu posicionamento, o repórter

<sup>6</sup>O vídeo pode ser visto no link: <http://www.youtube.com/watch?v=DWtk4cxjnwQ>



ratificou o impasse apresentado e não aceitou a crítica do jogador. Afinal, dentro de uma ética empresarial a qual ele responde diretamente, é uma ofensa dizer que sua prática não é séria. E, de fato, não é. A ironia, como vista na construção tanto da teórica literária Linda Hutcheon, ao dizer que ela nega as certezas e dá a luz à ambiguidade, quanto na inversão das determinações fixas, remetida à estrutura da dialética hegeliana, condena a objetividade e a já mencionada sisudez do jornalismo. Portanto, o erro, avalio, não foi o ato praticado pelo jornalista, dentro de sua função irônica, mas sim o de não respeitar integralmente a proposta e se ofender ao ser classificado como alguém que não está praticando a objetividade (seriedade), uma vez que essa matriz é a base da fundamentação informativa da empresa a qual faz parte.

Outro exemplo que se mostra tem suas raízes bem próxima dessa mencionada primeiramente. Na primeira convocação da Seleção Brasileira feita pelo técnico Luiz Felipe Scolari deparamos com um jogador novato, pouco conhecido dos espectadores em geral. Tratava-se do zagueiro Dante, do Bayern de Munich, time alemão. Logo, ao invés de trazer uma ficha histórica do jogador, como manda a liturgia da informação apresentada pela emissora em sua carta, e também dentro da *práxis* aqui mencionada da profissão, o jornalista, Tino Marcos, decidiu incrementar a narrativa com a já debatida ironia: fez alusão ao jogador Dante, da Seleção Brasileira de Vôlei, conhecido do grande público pelos títulos conquistados em mundiais da modalidade e Olimpíadas. Em uma versão da matéria, que foi ao ar no Globo Esporte, até relacionou o fato do jogador de vôlei ter mais de dois metros de altura e, diante de tantas conquistas em seu esporte, ter optado por mudança de modalidade, podendo ter sucesso no futebol. Considerando ou não a ironia fraca, ela cumpria seu papel frente à escolha pela retórica e, lógico, pelo discurso. Ao optar por esse percurso narrativo, sem formalizar nenhuma ideia de forma explícita, a linha condutória caminhava para a adoção de uma noção do sujeito, ou, mais claramente, uma crítica à convocação de um jogador desconhecido e “estranho”. Acredito que a suposição elementar de Foucault a respeito do discurso e de sua ordem contempla este objeto/problema em questão:

Eis a hipótese que gostaria de apresentar, para fixar o lugar – ou talvez o teatro muito provisório – do trabalho que faço: suponho que em toda sociedade a produção do discurso é ao mesmo tempo controlada, selecionada, organizada e redistribuída por certos números de procedimentos que têm por função conjurar seus poderes e perigos, dominar seu acontecimento aleatório, esquivar sua pesada e temível materialidade. (FOUCAULT, 1999, p.08-09)



Dentro desse exemplo dado, pode-se notar o conceito que o filósofo francês classifica como “dominar o acontecimento aleatório”, ou seja, por um prisma irônico, ordenar seu discurso e dizer, sem propriamente declarar, o ponto de vista institucionalizado sobre o fato. No caso, que não parecia adequado convocar o atleta, então, não deve-se dar muita importância.

Entretanto, na narrativa construída para o Jornal Nacional, principal sistema informativo da emissora, o mesmo jornalista apresentou a ironia comparativa, porém, seguiu a regra que fundamenta o jornalismo: o da objetividade. E, não obstante, na sequência, apresenta as preliminares do jogador, informando sobre seu legado e passado. Afinal, dentro dessa plataforma informativa, não haveria como ser diferente. O impasse, por sua vez, se apresenta nessa segunda narrativa. Primeiramente, se construiu uma ordem esquizoanalítica da informação, já que as duas colocações discursivas não encontram viabilidade juntas. O que denota, de cara, a contradição, ou impasse, que este artigo defende. Por hora, a ironia, porém, depois, a informação. Criou-se, portanto, uma confusão na cabeça do espectador ao se utilizar essas duas escolhas juntas, já que não há uma interligação ou ponte entre as duas formas de narrar, e, trouxe à tona, portanto, o segundo ponto, que é o impasse propriamente dito, provando, em certa medida, que não há como trabalhar com as duas matrizes em uma mesma adoção narrativa.

### 3.

Um caminho, entretanto, que desnuda o impasse porsto é apresentado pela linha discursiva da revista *Vice*, que trata a ironia como ela se mostra e não se preocupa com as possíveis comparações com outras narrativas do jornalismo, e, acima disso, vem propor um outro paradigma estético, e, sobretudo, discursivo para o texto jornalístico. A ética apropriada nesse caso se mostra de forma explícita, como requer a matriz irônica, sem o uso de ferramentas que omitam o viés ético da produção jornalística, como acontece sobremaneira com a verossimilhança e os códigos de realidade apresentados pela objetividade.

Ao propor a inversão das determinações fixas, a ironia não está disposta a esconder seu verdadeiro posicionamento sobre um determinado objeto, e nem, muito menos, debater a respeito. Ela tem como disposição a ambiguidade da fala, como é possível presenciar no objeto em questão: a *Vice*.

A linha editorial da revista não respeita integralmente a ironia, assim como ocorre com o maior conglomerado midiático e jornalístico do país, porém, tão pouco



enumera uma regra a ser considerada por todos os movimentos narrativos e discursivos de sua empresa. Ou seja, lá, além da ironia, se faz um trabalho de apuração jornalística pragmático, como pode ser notado na série “Exame do Toque de Recolher”<sup>7</sup>, no qual avisam: “Resolvemos pedir pra moradores das áreas além do Centro Expandido da cidade que nos dessem as suas versões dos acontecimentos”. Os acontecimentos eram as súbitas mortes ocorridas no final do ano passado (2012) e os vários toques de recolher ocorridos nas bordas da cidade, ou seja, na periferia. Ao solicitar que os moradores das regiões enviassem suas investigações e, conseqüentemente, uma narrativa a respeito dos toques de recolher e das mortes nos locais, como ocorreu em quatro reportagens, apurando com os próprios moradores a impressão dos fatos, me pareceu um trabalho mais profundo que a cobertura objetiva de processos hegemônicos de comunicação que apresentava alguns fatos, sem contextualizá-los ou, muito menos, deixar de responsabilizar os próprios moradores pelos acontecimentos, uma vez que já carregam o código de marginais no conceito institucionalizado e legitimado. Portanto, na série é possível notar nuances discursivas a respeito dos casos, como normatiza a objetividade e a *práxis*: ouvir diversos lados, apurar as fontes, checar as informações, etc, e se aprofunda no tema, abandonando o melodrama característico da ordem discursiva, por exemplo, policial não é herói dentro dessa abordagem, e nem morador, de pele preta e pobre, o grande vilão, como podem traçar os conceitos determinados previamente.

Uma outra reportagem interessante, que vai de encontro ao ponto de reflexão proposto nesse momento, também traz esses elementos: o trabalho com a violência, a negação das instituições e do discurso legitimado, o aprofundamento na informação e a apuração jornalística. Por tratar de uma revista mundial, eles fizeram uma reportagem aprofundada a respeito do embate no Egito, primordialmente sobre a partida de futebol entre Al Ahly do Cairo e o Al Masry de Porto Said, na qual 300 pessoas ficaram feridas e houve 71 mortes, em confronto. Intitulado “Ultraviolência no Egito”<sup>8</sup>, a reportagem traz um trabalho de campo sobre o cenário e apuração com moradores e pessoas que estavam no estádio, seu contexto político, e entrevista com os iniciadores da confusão, buscando a ética que moveu o protesto, a manifestação e o embate. A informação oficial do governo já era sabida e também foi divulgada pela reportagem, além de serem rebatidas durante a entrevista.

---

<sup>7</sup>O link para o primeiro texto da série, que abrange a periferia metropolitana e a divisa paulistana com Osasco e Carapicuíba: [http://www.vice.com/pt\\_br/read/exame-do-toque-de-recolher-bordas-de-osasco-e-carapicuba](http://www.vice.com/pt_br/read/exame-do-toque-de-recolher-bordas-de-osasco-e-carapicuba)

<sup>8</sup>[http://www.vice.com/pt\\_br/read/ultra-violencia-no-egito](http://www.vice.com/pt_br/read/ultra-violencia-no-egito)



Nas duas reportagens mencionadas, apesar de não haver o uso da ironia, a prática da transcendência das determinações imutáveis é respeitada, entretanto, como ensina-nos a dialética do esclarecimento, o limite da negação é a instrumentalização do oposto, ou seja, não há uma imparcialidade dentro do discurso, o que existe é um real exposto, que não necessariamente seja a verdade, mesmo que venham com ares de verossimilhança.

Quando da utilização da ironia, a Vice deixa isso mais às claras. E não é pouca a sua utilização, uma vez que a revista e o site fazem seu relativo sucesso dentro de um espaço mais restrito de público em função do recurso da estética e da linguagem. Um exemplo, que seria utilizando aqui, chocou muitas pessoas, causou revolta em outras, devido à ambiguidade posta. O texto fazia uma leitura empírica a respeito do Fashion Weekend Plus Size, evento de moda destinado a pessoas gordas, mostrando opções de vestimentas a esse público. Entretanto, por conta das reclamações que chegaram de várias partes e redes, foi decidido tirar a matéria do ar, porém, nenhuma retratação foi feita, ratificando a posição irônica adotada. Alguns comentários diziam que “aquilo não era jornalismo” e “nada ético”, por ironizar com as mulheres gordas e obesas apresentadas, uma vez que tal código é entendido como algo a ser valorizado e não ironizado. Por isso, a respeito do jornalismo, a crítica tem sua viabilidade: dentro da objetividade e, conseqüentemente, seriedade desejada pelos comentaristas, não se apresentava adequado, o que confirma, outra vez, a divergência entre objetividade e ironia. Sobre a ética, entretanto, precisa-se relativizar de qual ética se fala. Se for a ética institucionalizada pelos veículos de comunicação, de fato, houve um equívoco. Porém, ao meu ver, dentro da ética respeitada pelo discurso textual, não houve equívoco, já que a matéria questionava exatamente a noção institucionalizada de ética.

Como o texto foi retirado do ar, usaremos outro que ainda está disponível, trazendo o mesmo percurso narrativo sobre um evento parecido, só que destinado aos homens gordos, intitulado “Homens Gordos Também Sabem Desfilar”. Algumas tiradas irônicas usadas dentro desse texto remetem ao anteriormente mencionado, por dois motivos óbvios: foi escrito pelo mesmo jornalista, e os eventos tiveram uma diferença em menos de um mês nas realizações. Segue a primeira oração do texto: “O IBGE já tabulou: mais da metade dos homens do Brasil está acima do peso ideal. Não necessariamente ao ponto de vedar cisternas (esses são 12,4%), só suficientemente densos pra que a OMS os inclua nos índices de sobrepeso [IMC > 24,9]” (VICE, 2011). O dado técnico nesse fragmento do texto é apresentado pela ironia, que, como se



mostra, não está interessada em passar a informação, mas em descaracterizá-la e “atacar” o centro nerval da ética proposta: a ironia aos gordos.

A mesma busca discursiva se presencia nas legendas que vem nas fotos junto ao texto: “Cinturinha de Ellen Rocha” (VICE, 2011), fazendo menção à peronsalidade midiática que sempre é pauta pelo seu sobrepeso, e em: “João Vicente: 'Aqui no Brasil é difícil encontrar camisetas do meu tamanho'. Essa ele comprou nos EUA, a nave-mãe” (VICE, 2011), sobre um dos gordos que buscava ser modelo plus-size da marca que promovia o evento e usava uma camiseta da Nasa, por isso a referência à nave-mãe, ironizando com o peso do entrevistado.

Portanto, se percebe que a intenção dessa e da outra matéria retirada, não é a de informar sobre ao evento e, muito menos, contemporizar sobre a obesidade e o estado físico das pessoas lá encontradas e fotografadas, o que provavelmente seria feito por uma matéria na chave da seriedade pregada pelo jornalismo. A ironia, como já afirmado, não apresenta a flexibilidade empregada na fala objetiva, ao contrário, tenta desmistificar a seriedade e apresentar uma ética em seu discurso, o que poderia ser chamado de ordem.

A grande alegoria, ao meu ver, deste impasse em questão se mostra em outro texto da revista, “A Imprensa Deu Um Baile” (2011). A equipe Vice foi ao baile do sindicato de nossa profissão e não flexibilizaram nem um pouco. A ironia foi o recurso mais utilizado e, vejo dentro da narrativa, uma intenção muito presente em fazê-lo assim para apresentar um discurso que esplana: os jornalistas sérios, materializando a seriedade do próprio jornalismo objetivo e informativo, não sabem se divertir. O abre da matéria dá o tom:

Impossível compreender a magnitude do Grande Baile da Imprensa sem uma apuração *in loco*. O medo era se tratar duma "festa de jornalista" (consenso geral: sua pior escolha pra qualquer noite), e o gancho era o fato de ser o encontro anual de "jornalistas pés de valsa" das "mais diversas redações e editorias", e "também colegas da assessoria de imprensa" (dizia a nota, que ainda estimava reunir cerca de mil desses astros). Com possível suíte pra crônica de Chico Pinheiro invertendo a pirâmide depois de beber das fontes, Paulo Henrique Amorim de linha afinada à traje esporte, Alberto Dines dando pras barrigas canapés e o Ricardo Kotscho no lide do balaio, por exemplo. (VICE, 2011, online)

Para apresentar sobremaneira a sua ordem discursiva, e inverter a noção tradicional, o texto faz uso de elementos da *práxis* a fim de ironizá-la, tudo ao mesmo



tempo. Então, a utilização de termos como “pauta viciada”, “matéria de gaveta”, “foca”, são utilizados durante todo o percurso narrativo, como nessa passagem, mais uma mostra alegórica da não-objetividade materializada e textualizada pela ironia:

Enfim, uma oportunidade pra descontrair e descobrir o que significa, de fato, a máxima #jornalistasdeverdade. Quando, onde e por quê senão ontem, no esquema já do pescoção pro fim de semana, no salão do Club Homs musicalizado pela Banda Nova Era? Isso seria um furo. (VICE, 2011, online)

Portanto, o que se tentou apresentar aqui foram alguns exemplos de como a objetividade do jornalismo e a ironia estética e do discurso não convergem em uma mesma direção. Mais do que isso, não foi a intenção deste artigo apostar e validar uma forma narrativa ou outro percurso. Logo, o tom crítico não fez parte da abordagem deste, a não ser por um aspecto: a de haver um impasse dentro do jornalismo praticado em nossas redações.

## Referências Bibliográficas

FOUCAULT, Michel. *A ordem do discurso*. São Paulo: Edições Loyola, 1999.

ORGANIZAÇÕES GLOBO. *Princípios editoriais das Organizações Globo*. Disponível em <<http://g1.globo.com/principios-editoriais-das-organizacoes-globo.html>>. Acesso em: 05 de fevereiro de 2013.

GUATTARI, Félix. *Caosmose: um novo paradigma estético*. São Paulo: Editora 34, 1992.

HEGEL, G.W.F. *Fenomenologia do espírito*. Petrópolis: Vozes, 1992.

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

KIERKEGAARD, S. A. *O conceito da ironia: constantemente referido a Sócrates*. Petrópolis: Vozes, 1991.

SAFATLE, Vladimir. *Cinismo e falência da crítica*. São Paulo: Boitempo Editorial, 2008.

VICE. *A imprensa deu um baile*. Disponível em <[http://www.vice.com/pt\\_br/read/a-imprensa-deu-um-baile](http://www.vice.com/pt_br/read/a-imprensa-deu-um-baile)>. Acesso em: 08 de fevereiro de 2013.

VICE. *Homens gordos também sabem desfilarem*. Disponível em <[http://www.vice.com/pt\\_br/read/homens-gordos-tambem-sabem-desfilar](http://www.vice.com/pt_br/read/homens-gordos-tambem-sabem-desfilar)>. Acesso em: 08 de fevereiro de 2013.