

Sur le journalisme – About Journalism – Sobre jornalismo
Revista internacional de acesso aberto, revisada por pares,
publicada em formato digital e impresso
<https://revue.surlejournalisme.com/>

Chamada para artigos
Riso & jornalismo

Prazo para submissão de artigos: 30 de Junho de 2026

Responsáveis pela edição temática :

Florence Le Cam, Université libre de Bruxelles, Belgique

Paula Paes, Universidade Federal da Paraíba, Brésil

Esta chamada para artigos propõe interrogar o riso por meio, graças ou apesar do jornalismo. Inspirada em trabalhos recentes sobre o riso (Flandrin, 2021 ou Letourneaux & Vaillant, 2021), ela tem como objetivo explorar diferentes expressões do riso e do humor no jornalismo em suas múltiplas modalidades (ironia, sarcasmo, derrisão, riso corrosivo, satírico ou devastador, emoção prazerosa): ou seja, como o jornalismo tenta fazer rir, mas também o que o riso faz ao jornalismo. Essa dupla presença do riso no mundo midiático suscita reflexões sobre as maneiras de rir dos outros, zombar, ridicularizar indivíduos, grupos e situações (Vaillant, 2021; Toulhoat, 2019; Mercier, 2001; Guimarães & Caetano, 2009; Peifer & Lee, 2019); de querer fazer rir com uma intenção lúdica (Kim & Vishak, 2008; Lichtenstein et al, 2021), com ou sem propósito político, de forma alegre ou cruel, libertadora ou conservadora (Flandrin, 2021). De forma espelhada, também se pode rir dos jornalistas, do jornalismo, zombando e parodiando-o, transformando seu sentido, suas formas e seus formatos (Leroux, 2001; Jost, 2008; Chambat-Houillon & Giordano, 2008; Merminod, 2013).

As relações entre jornalismo e riso dão margem a uma efervescência de interrogações, escolhas de campos, recortes temporais e modalidades de humor. Dentre todos esses aspectos, quatro eixos podem servir de fio condutor da reflexão.

1. ***O jornalismo que zomba.*** Ele pode ser brincalhão, criativo, mas também insolente, sarcástico e, às vezes, maldoso. O riso tem o potencial de tanto desafiar os costumes quanto reforçar os estigmas. É satírico, combativo, assumindo plenamente seu papel de contrapoder. Muitas vezes, esse riso é político. Os artigos podem analisar gêneros específicos (imprensa satírica, caricaturas, colunas, formatos audiovisuais ou digitais), suas condições de produção, seus efeitos sociais e políticos, bem como sua recepção. São especialmente bem-vindas pesquisas situadas em contextos históricos, nacionais ou profissionais específicos.
2. ***O jornalismo que quer fazer rir.*** Ele pode ser lúdico, divertido, buscar desviar a atenção. O riso também é uma forma de estabelecer um vínculo com o público, de suscitar reações e de propor outra leitura do mundo. Esse riso pode ser libertador, mas também comercial. Ele tem objetivos de atração, de diferenciação em relação aos concorrentes. Este eixo explora o riso como estratégia editorial e profissional, na qual o humor é utilizado para captar a atenção, fidelizar o público ou se diferenciar. As

propostas podem examinar as justificativas profissionais para o uso do humor, as tensões com as normas e os valores jornalísticos, bem como as formas de hibridização entre informação e entretenimento.

3. ***O jornalismo que é alvo de zombaria.*** Ele pode ser ridicularizado, subvertido, tornar-se alvo de sátira ou sarcasmo. Esse riso zomba da mídia, do jornalismo, dos jornalistas. Paródias, jornais fictícios, apropriações nas redes sociodigitais (memes, tweets etc.) e encenações participam de uma crítica humorística à mídia e suas práticas. Este eixo propõe analisar tais práticas e produções, problematizando as mudanças na relação de confiança com o jornalismo e as disputas em torno de sua legitimidade. Acolhemos estudos sobre os produtores e produtoras, os públicos e os modos de veiculação e circulação dessas formas.
4. ***O jornalismo que faz feliz.*** É um espaço para rir, vivenciar emoções, mas também se distanciar delas. O riso se materializa nas relações profissionais, moldando-as e, ao mesmo tempo, podendo fragilizá-las. Ele pode aproximar ou denunciar, promover o bem-estar ou alimentar violências no trabalho, bem como servir de estratégia de resistência. As propostas podem se basear em pesquisas empíricas (observações, entrevistas) para explorar o riso como prática situada em redações ou coletivos jornalísticos, enquanto dimensão das emoções profissionais. Também é possível investigar de que forma as próprias produções jornalísticas podem gerar alegria e até risos em quem as elabora.

Essas linhas de reflexão, obviamente, não esgotam as múltiplas maneiras pelas quais o jornalismo trabalha o riso nem aquelas pelas quais o riso trabalha o jornalismo. Elas são pontos de partida possíveis, entre outros, para pensar essa relação ambivalente, por vezes conflituosa, frequentemente conivente. Nesse sentido, as propostas podem recorrer a abordagens históricas, literárias, sociológicas, políticas, comunicacionais, linguísticas ou estéticas, abrangendo diversos campos, períodos e formatos. Serão bem-vindas todas as contribuições que ajudem a esclarecer os usos, efeitos e significados do riso no contexto jornalístico.

Normas para submissão:

Os manuscritos completos (de 30 mil a 50 mil caracteres, incluindo espaços, notas de rodapé e referências) podem ser enviados até 30 de Junho de 2026 para slj@ulb.be, ou submetidos pelo site: <https://revue.surlejournalisme.com/slj/about/submissions>. No assunto da mensagem, solicita-se indicar para qual número temático o artigo está sendo submetido. Os manuscritos podem ser redigidos em inglês, francês, português ou espanhol. Os artigos serão avaliados pelo sistema duplo-cego.

About Journalism – Sur le journalisme – Sobre jornalismo é uma revista indexada nas seguintes bases acadêmicas: EBSCO Communication Source Collection, Archive ouverte en Sciences de l'Homme et de la Société (HAL-SHS), DOAJ, EZB (Elektronische Zeitschriftenbibliothek), Mir@bel, Sudoc, Sumários.org, WorldCat (OCLC), EuroWorldCat (OCLC), European Reference Index for the Humanities and the Social Sciences (ERIH PLUS). Sobre o jornalismo é um periódico qualificado tanto na França (de acordo com o índice HCERES) quanto no Brasil (Qualis-CAPES 2021-2024: A3).

Referências bibliográficas

- Ambroise-Rendu, A. C. (2007). Quand «les chiens écrasés» faisaient rire. *Le Temps des médias*, 9(2), 165-181.
- Bélair-Gagnon, V., Holton, A. E., Deuze, M., & Mellado, C. (2023). Happiness in journalism.
- Coulomb-Gully, M. (1997). Bébête Show et Guignols de l'Info: de l'émission à la réception, parcours comiques et portraits de rieurs. *Réseaux. Communication-Technologie-Société*, 15(84), 139-148.
- Chambat-Houillon, M.F., Giordano, C. (2008). Grands écrans, petits écrans. Comique télévisuel, comique filmique. *Humoresques*, n°28, Editions de la Maison des sciences de l'homme.
- da Silva, M. P., & Pedro Neto, L. (2021). Jornalismo, socialismo e humor: lugares e saberes de Raimundo Pereira e Ziraldo na imprensa alternativa brasileira durante a ditadura militar. *Tríade: Comunicação, Cultura e Mídia*, 9(21), 123–149. <https://doi.org/10.22484/2318-5694.2021v9n21p123-149>
- Dufort, J. (2020). *Humour et violence symbolique*. Presses de l'Université Laval.
- Flandrin, L. (2021). *Le rire: enquête sur la plus socialisée de toutes nos émotions*. La Découverte.
- Giraldi, R. (2008). *Instintos primitivos : o humor nos tempos do mensalão*. [Dissertação de mestrado, Universidade de Brasília]. Brasília. <https://repositorio.unb.br/handle/10482/5280>
- Guimarães, D., & Caetano, K. (2009). Estratégias gráficas e humor sarcástico: a notícia levada a “sério” no Programa CQC, da TV Bandeirantes, Brasil. *Interin*, 7(1), 1-17.
- Gutmann, J. F., Santos, T. E. F. dos, & Gomes, I. M. M. (2009). Eles estão à solta, mas nós estamos correndo atrás. *Jornalismo e entretenimento no Custe o que Custar*. *E-Compós*, 11(2). <https://doi.org/10.30962/ec.331>
- [Jost, F. \(2008\). Peut-on être drôle à l'insu du public ? \(Parodies, pastiches et faux télévisuels\). in](#)
- Chambat-Houillon, M.F., Giordano, C. (2008). Grands écrans, petits écrans. Comique télévisuel, comique filmique. *Humoresques*, n°28, Editions de la Maison des sciences de l'homme.
- Kim, Y. M., & Vishak, J. (2008). Just laugh! You don't need to remember: The effects of entertainment media on political information acquisition and information processing in political judgment. *Journal of communication*, 58(2), 338-360.
- Le Breton, D. (2018). *Rire: une anthropologie du rieur*. Métailié.
- Leroux, P. (2001). Le journalisme télévisé cible de la dérision : le journal de CANAL International. *Hermès, La Revue*, 29(1), 91-99. <https://doi.org/10.4267/2042/14492>.
- Letourneux, M., & Vaillant, A. (2021). *L'empire du rire. XIXe–XXIe siècle*. CNRS.
- Lichtenstein, D., Nitsch, C., & Wagner, A. J. (2021). Jokers or journalists? A study of satirists' motivations, role orientations, and understanding of satire. *Journalism Studies*, 22(13), 1756-1774.
- Martin, L. (2009). Le rire est une arme: L'humour et la satire dans la stratégie argumentative du Canard enchaîné. *A contrario*, (2), 026-045.
- Mercier, A. (2001). Pouvoirs de la dérision, dérision des pouvoirs. *Hermès*, (1), 9-18.
- Merminod, G. (2013). Parodier l'instrumentalisation de la parole dans les médias : ce que raconter peut dire. *ContraPonto*, 3(3), 167-194.
- Peifer, J., & Lee, T. (2019). Satire and journalism. In *Oxford Research Encyclopedia of Communication*.
- Toulhoat, M. (2019). *Rire sous la dictature, rire de la dictature. L'humour graphique dans la presse indépendante: une arme de résistance sous le régime militaire brésilien (1964-1982)* (Doctoral dissertation, Université de la Sorbonne nouvelle-Paris III; Universidade de São Paulo (Brésil))

- Vaillant, A. (2019). La culture du rire, entre sociologie et anthropologie. *La Littérature comme objet social II*, mélanges offerts à Denis Saint-Jacques.
- Vaillant, A. (2021). Brèves pour rire. In *Le monde à la une* (pp. 228-235). Anamosa.
- Vérilhac, Y. (2018). «Ah! que nous allons rire!»: l'anticipation dans la petite presse du XIXe siècle (1840-1860). *CONTEXTES. Revue de sociologie de la littérature*, (21).