

UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS E NATURAIS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO *STRICTO SENSU* EM LINGUÍSTICA

RAQUEL CAMARGO TRENTIN

**UM ESTUDO DE “FRASES ENGRAÇADAS” QUE VERSAM SOBRE
BEBIDA: CONSTRUÇÃO DE SENTIDO E *ETHOS***

VITÓRIA
2012

RAQUEL CAMARGO TRENTIN

**UM ESTUDO DE “FRASES ENGRAÇADAS” QUE VERSAM SOBRE
BEBIDA: CONSTRUÇÃO DE SENTIDO E *ETHOS***

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Linguística do Centro de Ciências Humanas e Naturais da Universidade Federal do Espírito Santo, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Linguística, na área de concentração Texto e Discurso.

Orientadora: Prof^a Dr^a Ana Cristina Carmelino

VITÓRIA
2012

RAQUEL CAMARGO TRENTIN

**UM ESTUDO DE “FRASES ENGRAÇADAS” QUE VERSAM SOBRE
BEBIDA: CONSTRUÇÃO DE SENTIDO E *ETHOS***

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Linguística do Centro de Ciências Humanas e Naturais da Universidade Federal do Espírito Santo, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Linguística, na área de concentração Texto e Discurso.

Aprovada em _____ de _____ de 2012

COMISSÃO EXAMINADORA

Prof^a. Dr^a. Ana Cristina Carmelino
Universidade Federal do Espírito Santo
Orientadora

Prof^a. Dr^a. Júlia Maria Costa de Almeida
Universidade Federal do Espírito Santo

Prof. Dr. Luiz Antônio Ferreira
Pontifícia Universidade Católica de São Paulo

Aos meus pais, pelo apoio em todos os momentos.

Aos meus irmãos e amigos, pelas palavras de estímulo e de encorajamento.

AGRADECIMENTOS

Ao Pai das Luzes, fonte de toda sabedoria, pela Onipresença e pelas respostas às orações feitas por mim.

À minha família, que sempre me apoiou em minhas decisões, incentivando-me a buscar cada vez mais o conhecimento.

À professora Ana Cristina Carmelino que, durante a trajetória do Mestrado, orientou-me com muito afinho e competência. Não faltaram palavras de estímulo e exortações, quando estas foram necessárias.

Aos professores do Programa de Pós- Graduação em Linguística da Universidade Federal do Espírito Santo, pelo compartilhamento do saber durante as aulas e em diálogos informais. Convém destacar as professoras Júlia Maria Costa de Almeida e Virgínia Beatriz Baesse Abrahão, pelas valiosas contribuições no Exame de Qualificação para a melhoria deste trabalho.

Aos meus amigos, que compartilharam comigo os meus bons momentos (e daqueles não tão bons assim...).

“A fonte secreta do humor não é a alegria, mas a mágoa, a aflição, o sofrimento. Não há humor no céu”

Mark Twain

RESUMO

Nesta pesquisa, busca-se analisar a construção do sentido humorístico em “frases engraçadas” veiculadas no *site* Os Vigaristas e que têm como temática a bebida. Parte-se da hipótese de que o humor é construído na interação e que cumpre uma finalidade para além do fazer rir. Objetiva-se, também, discutir a constituição do *ethos* do bêbado e sua relação com a finalidade discursiva do humor nas frases. No que se refere à construção de sentido, utilizam-se os pressupostos teóricos da Linguística Textual de base sociocognitiva e interacionista, para a qual a significação textual se dá pela mobilização de conhecimentos prévios alocados na memória dos interactantes, por intermédio de processos cognitivos, como a inferência, e a partir dos elementos linguísticos explícitos na superfície do texto. Nessa perspectiva, são adotados principalmente os trabalhos de Van Dijk (2001, 2002), Koch (2003; 2006; 2008; 2010) e Marcuschi (2008). No que diz respeito ao humor, este é tomado enquanto efeito de sentido produzido nos textos humorísticos por meio de técnicas humorísticas que funcionam como “gatilho” na deflagração da comicidade. Portanto, são levados em consideração especialmente os estudos de Bergson (1900), Freud (1905), Raskin (1985), Propp (1976), Travaglia (1990; 1992; 1998), Possenti (1998; 2010), entre outros autores. Quanto ao *ethos*, consideram-se os postulados da Nova Retórica, que concebe a eficácia do discurso como proveniente da autoridade do orador. Este, no instante em que toma a palavra, em um contexto retórico, faz uma apresentação de si e do outro no discurso, mesmo que não fale expressamente sobre suas qualidades, de modo a conseguir a adesão do público-alvo. Para tanto, são relevantes os conceitos expostos por Reboul (2004), Perelman e Olbrechts-Tyteca (2005), Meyer (2007), Amossy (2008) e Ferreira (2010). Feitas as análises, constatou-se que o humor, nas “frases engraçadas”, dá-se pelo acionamento de conhecimentos prévios e por meio de técnicas humorísticas, entre as quais a mais recorrente é a inversão. No que tange à finalidade do humor nas frases, estas visam à liberação, através da subversão do discurso do Ministério da Saúde. A finalidade humorística, por sua vez, é sustentada pelo *ethos* positivo do bêbado, que é mostrado como o beneficiado pela ingestão da bebida.

Palavras-chave: “frases engraçadas”; construção de sentido; humor; *ethos*.

ABSTRACT

This research seeks to analyze the construction of meaning in comedy "funny sentences" available on the web site Os vigaristas that has as its theme the alcohol. It starts with the hypothesis that humor is built on interaction, serving a purpose beyond making people laugh. The purpose is also to discuss the constitution of the ethos of the drunk and its relation to the discursive purpose of humor in the sentences. Regarding the construction of meaning, we use the theoretical premise of the textual linguistic in a interactionist and sociocognitive base, in which, textual meaning occurs through previous knowledge allocated in the memory and cognitive procedures, such as the inference and the language from explicit elements in the text. From this perspective, the work of Van Dijk (2001, 2002), Koch (2003, 2006, 2008, 2010) and Marcuschi (2008) are mainly adopted. In respect to humor, this is taken as a meaningful effect in the texts produced by humorous techniques that works as a "trigger", the outbreak of comedy. So, we must take into consideration especially the studies of Bergson (1900), Freud (1905), Raskin (1985), Propp (1976), Travaglia (1990, 1992, 1998), Possenti (1998, 2010), among others. As for the ethos, we consider the postulates of the current rhetoric, which conceives discourse as an effective act of the speaker in his authority. At the moment he takes the floor, in a rhetorical context, he also makes a presentation of himself and the other in speech, even if he does not expressly speak of his qualities in order to achieve membership of the target audience. To that end, the concepts exposed by Reboul (2004), Perelman and Olbrechts-Tyteca (2005), Meyer (2007), Amossy (2008) and Ferreira (2010) are relevant. According to the analyzes made, it was found that humor, in "funny sentences" takes place by activation of prior knowledge and through humorous techniques, including inversion, the most recurrent one. Regarding the purpose of humor in the sentences, they aim the liberation, subverting the discourse of the Ministry of Health. The purpose of humor, here, is supported by the positive ethos of the drunkard, who is shown as if the ingestion of alcohol was positive.

Keywords: "funny sentences"; construction of meaning; humor; ethos.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Domínios do conhecimento envolvidos na análise do humor.....	30
Quadro 2 – Teorias de estudo do humor.....	31
Quadro 3 – Resumo das técnicas humorísticas.....	63
Quadro 4 – Categorização temática das “frases engraçadas”.....	77
Quadro 5 – Técnicas humorísticas encontradas nas “frases engraçadas” que versam sobre bebida	85
Quadro 6 – Imagens relacionadas ao bêbado.....	105
Quadro 7 – Imagens relacionadas à bebida.....	110

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Temáticas de maior ocorrência nas “frases engraçadas”	78
Gráfico 2 – Percentual de ocorrência das técnicas humorísticas nas “frases engraçadas”	86
Gráfico 3 – Técnicas humorísticas de maior ocorrência.....	87
Gráfico 4 – Percentual de ocorrência das imagens relacionadas ao bêbado.....	106
Gráfico 5 – Percentual das imagens relacionadas à bebida.....	110

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	12
2 LINGUÍSTICA TEXTUAL: CONCEITOS-CHAVE	16
2.1 Breve percurso histórico.....	16
2.2 O processamento textual sob ótica sociocognitivista e sociointeracionista.....	19
2.3 O contexto sociocognitivo e os sistemas de conhecimento.....	20
2.4 O processo inferencial na construção de sentido.....	25
3 CONSTRUÇÃO DO HUMOR	29
3.1 Humor: conceituação	29
3.2 Os objetivos do humor.....	32
3.3 Técnicas de produção do humor.....	35
3.3.1 Bergson (1987) e as categorias do cômico.....	36
3.3.2 Freud (1905) e as técnicas do chiste	38
3.3.3 Propp (1992): comicidade e tipos de riso.....	41
3.3.4 Raskin (1985) e a teoria semântica do humor.....	43
3.3.5 Travaglia (1992) e os mecanismos produtores do humor.....	45
3.3.6 Gil (1995) e alguns mecanismos humorísticos.....	47
3.3.7 Travaglia (1995) e o estudo da homonímia enquanto gatilho do humor.....	48
3.3.8 Possenti (1998) e os recursos linguísticos construtores do humor em piadas.....	51
3.3.9 Lima (2003) e as (re) categorizações metafóricas na construção do humor.....	52
3.3.10 Mouta (2007) e os jogos de linguagem.....	55
3.3.11 Arcine (2010) e o papel da memória na construção humorística.....	58
3.3.12 Possenti (2010): outras técnicas do humor.....	59
3.4 Balanço das técnicas humorísticas.....	63
4 CONSTRUÇÃO DO <i>ETHOS</i>	69
4.1 <i>Ethos</i> : breve percurso histórico.....	69
4.2 A concepção de <i>ethos</i> na Nova Retórica.....	72

5 METODOLOGIA	74
5.1 <i>Corpus</i> de análise.....	74
5.1.1 <i>Site</i> Os Vigaristas.....	74
5.1.2 “Frases engraçadas”: disposição, classificação e seleção	75
5.2 Critérios de análise.....	78
5.2.1 Perspectiva teórica.....	78
5.2.2 Aspectos da pesquisa.....	79
5.2.3 Passos da análise	80
6 “FRASES ENGRAÇADAS”: CONSTRUÇÃO DO HUMOR E CONSTITUIÇÃO DO <i>ETHOS</i> DO BÊBADO	81
6.1 “Frases engraçadas” como gênero textual.....	82
6.2 Técnicas humorísticas presentes nas “frases engraçadas” que versam sobre bebida.....	84
6.3 Atuação das técnicas humorísticas na construção do humor.....	87
6.4 A finalidade do humor nas “frases engraçadas” selecionadas.....	100
6.5 O <i>ethos</i> do bêbado e sua relação com a finalidade do humor nas “frases engraçadas”	102
6.5.1 A constituição do <i>ethos</i> do bêbado: um processo retórico.....	102
6.5.2 As imagens da bebida enquanto argumentos de sustentação do <i>ethos</i> positivo do bêbado.....	109
6.5.3 A tensividade retórica nas “frases engraçadas”	115
7 CONSIDERAÇÕES FINAIS	118
8 REFERÊNCIAS	121
ANEXOS.....	127

1 INTRODUÇÃO

Esta pesquisa tem como tema principal o estudo de “frases engraçadas” que versam sobre bebida, e busca analisar, nas frases, a construção de sentido humorístico, a finalidade do humor e a constituição do *ethos* do bêbado. Na análise da construção de sentido, são considerados os pressupostos da Linguística Textual de base sociocognitivista e sociointeracionista, que concebe a língua como uma atividade interativa, cuja significação implica a mobilização de conhecimentos alocados na memória dos interlocutores, por meio de processamentos cognitivos. Nas reflexões sobre o humor, assume-se que este é deflagrado a partir do acionamento de técnicas humorísticas específicas, a cumprir uma finalidade discursiva. No estudo do *ethos*, são relevantes os conceitos da Nova Retórica, para a qual a elaboração do discurso implica a construção de imagens de si mesmo e do outro, de modo que essas imagens vinculam-se à finalidade discursiva. No caso das “frases engraçadas”, entende-se que a apresentação do bêbado relaciona-se, principalmente, à subversão do discurso do Ministério da Saúde (MS).

No desenvolvimento do trabalho, consideram-se os seguintes questionamentos: Como se constrói o humor nessas frases? Quais técnicas humorísticas seriam as responsáveis pela deflagração do humor? Qual é a finalidade do humor produzido? Qual é o *ethos* do bêbado construído no discurso e de que maneira essa apresentação relaciona-se à efetivação do propósito comunicativo?

Mediante tais questões, os objetivos da pesquisa, com relação às “frases engraçadas” que apresentam como temática a bebida, são: analisar quais técnicas humorísticas estão na base da construção do humor; depreender qual é a finalidade do sentido humorístico nas frases; e delinear o *ethos* do bêbado constituído no discurso humorístico, tendo em vista sua relação com a finalidade do humor.

As hipóteses levantadas neste estudo são: o sentido humorístico construído nas “frases engraçadas” é de ordem sociocognitiva e interacional, uma vez que, para compreendê-las, é necessário, a todo tempo, mobilizar conhecimentos partilhados

por meio de processos cognitivos; o humor se instaura mediante o acionamento de técnicas humorísticas específicas; a comicidade cumpre uma finalidade para além do fazer rir (o riso pelo riso); o *ethos* do bêbado se constrói positivamente, já que ele não é visto como um viciado, mas sim como o beneficiado pelo consumo do álcool. Portanto, a constituição do *ethos* positivo do bêbado participa, de modo direto, do propósito comunicativo das frases, que é a contestação do discurso do Ministério da Saúde.

Na seleção do *corpus*, considerou-se que o humor, na contemporaneidade, permeia as diferentes esferas de interação e pode ser percebido na constituição de gêneros textuais distintos. No âmbito virtual (o da rede mundial de computadores – a Internet), por exemplo, há a veiculação, em *chats*, *blogs* e *sites*, de diferentes gêneros, como piadas, cartuns, tirinhas, entre outros, que visam a provocar o riso no leitor por intermédio da abordagem de temas polêmicos e controversos. Para a elaboração desta pesquisa, foi escolhido o gênero “frase”, selecionando as que são veiculadas no *site* Os Vigaristas, denominadas pelos internautas de “frases engraçadas” por seu caráter humorístico, e que abordam assuntos sobre os quais há uma divergência de pontos de vista, como é o caso do casamento, da sexualidade (em especial a homossexualidade), da pobreza, da deficiência física, da malandragem e dos padrões de beleza. Dentre esses temas, optou-se pelo assunto “bebida”. Este foi escolhido devido a sua importância na sociedade atual, em que o álcool é considerado uma “droga lícita”, e sobre o qual há uma grande pleora de discursos¹.

Esta pesquisa, no que diz respeito ao *status*, é teórico-analítica, pois busca, em um total de 60 “frases engraçadas”, analisar a construção do humor e a constituição do *ethos*, a partir de teorias de base sociocognitivista e sociointeracionista. Primeiramente, é investigada a ocorrência das técnicas humorísticas nas frases e como tais recursos atuam na deflagração do humor. Além disso, analisa-se a

¹ Especialmente depois de campanhas recentes do Ministério da Saúde contra o uso excessivo do álcool pelos cidadãos, principalmente por jovens, em que é crescente a ingestão abusiva de bebidas alcoólicas. Ver: http://portal.saude.gov.br/portal/aplicacoes/reportagensEspeciais/default.cfm?pg=dspDetalhes&id_area=124&CO_NOTICIA=10082. Acesso em 21/05/2011.

finalidade do humor nas frases e sua relação com o *ethos* do bêbado constituído no discurso.

O trabalho em questão retoma estudos de diferentes autores, em seu embasamento teórico. No âmbito da Linguística Textual de base sociocognitivista e sociointeracionista, são relevantes principalmente os trabalhos de Van Dijk (2001; 2002), Koch (2003; 2006; 2008; 2010) e de Marcuschi (2008). No que se refere ao humor e suas técnicas, são utilizados especialmente os estudos de Bergson (1987), Freud (1905), Raskin (1985), Propp (1992), Travaglia (1990; 1992; 1998), Possenti (1998; 2010), entre outros autores. Quanto à construção do *ethos* no discurso, são importantes os conceitos expostos por Reboul (2004), Perelman e Olbrechts-Tyteca (2005), Meyer (2007), Amossy (2008) e Ferreira (2010).

Esta pesquisa justifica-se na medida em que permite a ampliação do conhecimento sobre os processos de construção do sentido humorístico, enquanto atividade interacional dotada de uma intencionalidade, a cumprir uma função específica nas relações interindividuais. Além disso, visto que são poucos os estudos sobre o gênero “frase”, este trabalho também contribui para o aprofundamento de questões teóricas que envolvem o objeto de análise proposto. A escolha por analisar “frases engraçadas” cujo tema é “bebida” justifica-se pelo fato de este assunto ser muito recorrente na sociedade atual; logo, sua abordagem mostra-se relevante para a compreensão de como os interactantes veem a questão do álcool e constroem discursos sobre ele. A escolha pela análise da construção da comicidade justifica-se pelo caráter desvelador do humor, que permite a abordagem, sob a aparência do não-sério, de um tema controverso, como é o caso do consumo da bebida alcoólica, por intermédio da contradição existente entre o discurso socialmente aceito e aquele que é construído pelos veios humorísticos.

A fim de tornar clara a explanação dos dados, convém destacar os assuntos tratados em cada um das partes do trabalho. No capítulo 2 são expostos os principais conceitos da Linguística Textual de base sociocognitivista e sociointeracionista que subsidiam a análise das “frases engraçadas” (as noções de texto enquanto processo significativo, de contexto sociocognitivo, de sistemas de conhecimento, de modelos cognitivos e de inferência). No capítulo 3, o humor é

abordado no que tange a sua constituição (conceituação), aos seus objetivos e às técnicas humorísticas responsáveis por sua deflagração. Também é abordada a função dos modelos cognitivos na construção do sentido humorístico. No capítulo 4, é realizada a explanação teórica sobre a constituição do *ethos* no discurso, sob perspectiva dos atuais estudos da Retórica. Parte-se do pressuposto de que, nos textos humorísticos, as imagens construídas discursivamente relacionam-se à finalidade do humor. No capítulo 5, é apresentada a metodologia de análise das “frases engraçadas” (seleção do *corpus*, perspectiva teórica, aspectos da pesquisa e passos da análise). No capítulo 6, são realizadas as análises da construção de sentido no *corpus* selecionado, além da constituição, no discurso humorístico das frases, do *ethos* do bêbado, e sua relação com a finalidade discursiva.

2 LINGUÍSTICA TEXTUAL: CONCEITOS-CHAVE

Neste capítulo, são expostos os principais pressupostos teóricos da Linguística Textual de base sociocognitivista e sociointeracionista que subsidiam a análise do *corpus*. No primeiro tópico, discorre-se, de modo sucinto, sobre o percurso histórico da Linguística Textual desde os primeiros estudos, de caráter interfrástico, até a abordagem atual (correspondente à perspectiva analítica adotada neste trabalho), que concebe a linguagem como atividade cognitiva, sociointerativamente situada. No segundo tópico, detalham-se os conceitos relativos a essa fase da Linguística Textual, primordiais para o desenvolvimento desta pesquisa (as noções de texto enquanto processo significativo, de contexto sociocognitivo, de sistemas de conhecimento, de modelos cognitivos e de inferência).

2.1 Breve percurso histórico

A Linguística Textual é a área da ciência linguística que toma o texto como objeto de estudo. No percurso de seu desenvolvimento, verificam-se diferentes concepções de texto, que “variam conforme o autor e/ou a orientação teórica adotada” (KOCH, 2008, p. 25). Nos anos iniciais do desenvolvimento da Linguística Textual, que corresponde à década de 60 e primeira metade da década de 70, o texto era entendido como frase complexa, como o elemento mais alto na hierarquia sistemática constituinte da língua. Sob essa ótica, o texto era conceituado como uma “sequência ou combinação de frases cuja unidade e coerência seriam obtidas pela reiteração dos mesmos referentes ou do uso de elementos de relação entre seus vários segmentos” (KOCH, 2006, p. 6).

Os primeiros estudos, bastante heterogêneos, de base estruturalista, gerativista ou funcionalista, focavam-se nos “mecanismos interfrásticos que são parte do sistema gramatical da língua, cujo uso garantiria a duas ou mais sequências o estatuto de texto” (KOCH, 2006, p. 3). Em outras palavras, buscava-se verificar o que faz com que um texto seja um texto, ou seja, “determinar seus princípios de constituição, os

fatores responsáveis por sua coerência, as condições em que se manifestava a textualidade” (KOCH, 2006, p. 5). Nesse âmbito, o foco principal recaía sobre a coesão (*cohere*) e a coerência (*coherence*). Levava-se em consideração, no ato de análise textual, apenas o co-texto, ou seja, o entorno verbal constituído pelas relações linguísticas internas do texto, sem considerar os fatores externos à construção deste. Entre os fenômenos a serem explicados, podem-se citar:

a correferência, a pronominalização, a seleção do artigo (definido / indefinido), a ordem das palavras, a relação tema / tópico / rema / comentário, a concordância dos tempos verbais, as relações entre enunciados não ligados por conectores explícitos, diversos fenômenos de ordem prosódica, entre outros (KOCH, 2006, p. 2).

Logo, o objetivo principal dos linguistas da época foi a construção de gramáticas do texto, que se encarregassem da descrição das regras e das categorias combinatórias dos diferentes tipos de texto (elemento T) no contexto de uma determinada língua (elemento L). Desse modo, é “a partir da unidade hierarquicamente mais alta – o texto – que se pretende chegar, por meio da segmentação, às unidades menores para, então, classificá-las” (KOCH, 2006, p. 6). Passou-se a postular a existência de uma competência textual, à maneira da teoria formulada por Chomsky (1957), uma vez que um falante nato de uma língua pode fazer distinção entre um texto coerente e um aglomerado de frases, além de operar com a matéria textual, por intermédio da elaboração de paráfrases, de resumos, sendo capaz de perceber se um texto está completo ou incompleto.

Nessa primeira etapa, considerava-se o texto, no momento da análise, a partir dos seus componentes sintático-semânticos. Ou seja, o texto era visto como estrutura acabada (produto), cujo fenômeno de sua constituição podia ser apreendido com base na quantidade de dados (no que tange às análises interfrásticas) e na qualidade textual (a completude, a unidade que possuía o texto, que interessava à elaboração das gramáticas textuais).

Já a partir da segunda metade da década de 70, percebe-se a necessidade de estudar o texto levando-se em consideração o contexto de sua ocorrência, a situação que culminava na sua elaboração – é a virada pragmática no âmbito dos estudos da Linguística Textual. Portanto, os textos não mais são vistos como

produtos acabados, suscetíveis de serem analisados sintática ou semanticamente, passando a ser considerados “elementos constituintes de uma atividade complexa, como instrumentos de realização de intenções comunicativas e sociais do falante” (KOCH, 2006, p. 14).

O texto passa a ser concebido como ato de fala complexo, meio específico de realização da comunicação verbal; portanto, outros fatores de textualidade, como a intencionalidade, a informatividade, a aceitabilidade e a intertextualidade, passam a ser considerados, principalmente a partir dos estudos de Beaugrande e Dressler (1981). Tem-se, então, “a busca de conexões determinadas por regras, entre textos e seu contexto sociocomunicativo-interacional, mas tendo sempre o texto como ponto de partida dessa representação” (KOCH, 2006, p. 13).

Ao longo da década de 80, principalmente a partir dos estudos de Van Dijk e Kintsch (1983), surge o interesse pelo processamento cognitivo do texto, este passando a ser visto como um processo de mobilização de sistemas de conhecimento, por meio de estratégias de ordem cognitiva. Tal perspectiva se consolida, no território da Linguística Textual, no início da década de 90, “momento em que as questões cognitivas deixam de ser tratadas isoladamente, e passam a ser focalizadas no contexto interacional em que ocorrem” (KOCH, 2006, p. XII).

Logo, estudar o texto, agora, é analisar “o lugar de interação entre atores sociais e de construção interacional de sentidos” (KOCH, 2006, p. XII). Nesse ínterim, considera-se que a construção de sentidos se processa “em uma dada situação de interação, entre o texto e seus usuários, em função da atuação de uma complexa rede de fatores de ordem linguística, cognitiva, sociocultural e interacional” (KOCH, 2006, p. XIII).

Sobre a significação textual, se, na primeira fase dos estudos da Linguística Textual o sentido estava atrelado ao sistema linguístico do qual o texto era constituinte, cabendo ao sujeito “o reconhecimento do sentido das palavras e estruturas do texto” (KOCH; ELIAS, 2010, p. 10), na segunda fase, o sentido é “construído na interação texto - sujeitos, e não algo que preexista a essa interação” (p. 11). Portanto, “o texto é um evento comunicativo em que convergem ações linguísticas, sociais e

cognitivas” (BEAUGRANDE, 1997 apud MARCUSCHI, 2008, p. 72). Logo, significar um texto é engajar-se em:

uma atividade interativa complexa, que se realiza com base nos elementos linguísticos presentes na superfície textual e na sua forma de organização, mas que requer a mobilização de um vasto conjunto de saberes no interior do evento comunicativo (KÖCH; ELIAS, 2010, p. 11).

E são justamente os princípios da Linguística Textual de base sociocognitivista e sociointeracionista acerca da construção de sentido que, neste trabalho, subsidiarão a análise das “frases engraçadas” que versam sobre bebida.

2.2 O processamento textual sob a ótica sociocognitivista e sociointeracionista

No âmbito sociocognitivista e sociointeracionista dos estudos da linguagem, o texto é concebido não como um produto acabado, construído previamente, mas, sim, como uma atividade situada, “um evento (uma espécie de acontecimento) e sua existência depende que alguém o processe em algum contexto” (MARCUSCHI, 2008, p. 89). Ou seja, “um texto não existe, como texto, a menos que alguém o processe como tal” (BEAUGRANDE, 1997 apud MARCUSCHI, 2008, p. 89). Logo, para que um texto se constitua como unidade de sentido, capaz de executar uma ação, faz-se necessário que esteja situado em um contexto sociointerativo que conduza o leitor, por meio de determinadas estratégias de mobilização e de processamento informacional, a construir cognitivamente a sua significação.

Portanto, pode-se afirmar que os elementos que constituem a superfície linguística de um texto não são suficientes para a construção significativa. Antes, os arranjos elaborados a partir dos recursos que faculta a língua funcionam como “sinalizadores”, conduzindo o leitor à formação de sentido. Desse modo, oferecem “acesso interpretativo a um indivíduo que tenha uma experiência sociocomunicativa relevante para a compreensão” (MARCUSCHI, 2008, p. 89). Em outras palavras, não haverá constituição de sentido, se, na memória, o leitor não dispuser de conhecimentos suficientes para estabelecer elos entre aquilo a que o texto faz referência e o contexto da interação. Sob essa ótica, Koch (2008, p. 31) afirma que:

o texto é considerado como manifestação verbal, constituída de elementos linguísticos de diversas ordens, selecionados e dispostos de acordo com as virtualidades que cada língua põe à disposição dos falantes no curso de uma atividade verbal, de modo a facultar aos interactantes não apenas a produção de sentidos, como fundear a própria interação como prática sociocultural.

Nesse âmbito, para que a coerência venha a estabelecer-se em um texto, para que este se mostre como modo de ação, é preciso que os usuários da língua tenham a capacidade de construir a significação trazendo à mente conhecimentos vivenciais armazenados ao longo de sua vida. Portanto, a construção de sentido vai para além da relação imediata entre enunciados (proposições e tópicos) sequenciados, mas “decorre de atividades que relacionam dados (conhecimentos, enunciados, tópicos etc), nem sempre imediatamente sequenciados ou diretamente relacionados” (MARCUSCHI, 2006, p. 18). É o contexto sociocognitivo que, estrategicamente acionado, permite que um texto signifique. A seguir, apresentamos a noção de contexto sociocognitivo, com ênfase nos sistemas de conhecimento que o compõem, além de sua relação com o processo significativo.

2.3 O contexto sociocognitivo e os sistemas de conhecimento

Sabe-se que no cerne da atividade linguística se encontram a interação e o compartilhamento informacional, uma vez que a produção textual é uma atividade conjunta, não isolada (dialógica). Vê-se que “o sentido de um texto não existe *a priori*, mas é construído na interação sujeitos-texto. Assim sendo, na e para a produção de sentido, necessário se faz levar em consideração o contexto” (KOCH; ELIAS, 2010, p. 57).

Logo, dentro de uma visão sociocognitivista e sociointeracionista, o próprio contexto atua diretamente na produção de sentido de um texto, sendo constitutivo da própria ocorrência linguística. Portanto, o “contexto é [...] um conjunto de suposições, baseadas nos saberes dos interlocutores, mobilizado para a interpretação de um texto” (KOCH; ELIAS, 2010, p. 64). Esse contexto é caracterizado por um vasto sistema de crenças, conhecimentos, propósitos e suposições, sendo “acionado por ‘sinalizações’, por pistas linguísticas que mobilizam estrategicamente saberes

sociocognitivamente partilhados” (KOCH; ELIAS, 2010, p. 64). E é justamente o contexto que permite o preenchimento das implicitudes de um texto, daquilo que não está explícito na superfície textual. Ou seja, “a compreensão de um texto vai ser vista como um processamento da informação, do conhecimento na memória” (KOCH; TRAVAGLIA, 1995, p. 63).

Na ocasião do processamento textual, tem-se a mobilização de três grandes sistemas de conhecimento: o linguístico, o enciclopédico e o interacional. O **conhecimento linguístico** corresponde aos saberes que se tem sobre a sintaxe e sobre o léxico da língua, sobre o modo como esta se estrutura, como significa. Compreende “a organização do material linguístico na superfície textual; o uso dos meios coesivos para efetuar a remissão ou sequenciação textual; a seleção lexical adequada ao tema ou aos modelos cognitivos ativados” (KOCH; ELIAS, 2010, p. 40).

O **conhecimento enciclopédico** é aquele que se encontra armazenado na memória social do indivíduo, e diz respeito aos saberes que se tem sobre o mundo, sobre a maneira como ele se organiza (adquirido na vivência, é socialmente determinado e tem sua base na experiência) (KOCH, 2003). Pode ser do tipo declarativo, correspondente a proposições sobre os fatos do mundo, ou do tipo episódico, correspondente aos modelos cognitivos sócio-culturalmente determinados, adquiridos por meio daquilo que se vivencia (KOCH, 2008).

O **conhecimento interacional**, por sua vez, diz respeito às ações verbais, ao modo como os falantes interagem por meio da linguagem. Abarca os seguintes conhecimentos: *ilocucional*, responsável pela apreensão dos objetivos pretendidos pelo produtor do texto, em uma situação interativa; *comunicacional*, responsável, na comunicação, por balancear a quantidade de informação necessária para que o objetivo do texto seja reconstruído pelo interlocutor, por selecionar a variante linguística adequada à interação e por adequar o gênero textual à situação comunicativa; *metacomunicativo* é o que possibilita ao locutor a garantia de compreensão de seu texto pelo parceiro, assegurando a aceitação dos objetivos que envolvem sua produção; e *superestrutural* que permite a identificação dos gêneros

textuais como pertencentes aos diversos eventos da vida social (KOCH; ELIAS, 2010).

Para que esses sistemas de conhecimentos sejam mobilizados no ato do processamento textual, faz-se necessário o uso de estratégias, que é “uma instrução global para cada escolha a ser feita no curso da ação” (KOCH, 2003, p. 50). Daí pode-se afirmar que o processo de construção de sentido de um texto é estratégico, pois “os leitores [...] realizam simultaneamente vários passos interpretativos finalisticamente orientados, efetivos, eficientes, flexíveis e extremamente rápidos” (KOCH; ELIAS, 2010, p. 39).

As estratégias de processamento textual podem ser de **ordem cognitiva**, que dizem respeito ao modo como o conhecimento é utilizado na constituição do sentido, à maneira de uma instrução realizada no curso da ação significativa, fazendo com que os conhecimentos prévios sejam mobilizados; de **ordem sociointeracional**, que visam a estabelecer e a manter uma determinada interação verbal (como é o caso da preservação de faces, das estratégias de polidez, de negociação, entre outros); e de **ordem textual**, responsáveis por distribuir adequadamente o material linguístico na constituição do trâmite textual (KOCH, 2008).

Os conhecimentos que são estrategicamente mobilizados por ocasião do processamento textual não são dispostos aleatoriamente na memória, mas, sim, organizam-se a partir de modelos cognitivos. “Portanto, os modelos são parcialmente fabricados a partir de conhecimento pessoal existente. [...] Eles são o registro cognitivo episódico de nossas experiências pessoais” (VAN DIJK, 2002, p. 101). Desse modo, “os modelos do contexto controlam a produção e a recepção do discurso, de maneira que a estrutura do discurso (ou sua interpretação pelo receptor) seja ‘adequada’ ou ‘apropriada’ a situação interpessoal e social”² (VAN DIJK, 2001, p. 73).

² Los modelos del contexto controlan la producción y la recepción del discurso, de tal manera que la estructura del discurso (o su interpretación por el receptor) sea ‘adequada’ o ‘apropiada’ a la situación interpersonal y social (VAN DIJK, 2001, p. 73).

Os modelos constituem conjuntos de saberes determinados socioculturalmente, e que são adquiridos ao longo da vivência, e contêm “tanto conhecimento sobre cenas, situações e eventos, como conhecimentos procedurais sobre como agir em situações particulares, e realizar atividades específicas” (KOCH, 2006, p. 23). Quando o texto é processado, modelos são selecionados, e servirão de base para a interpretação discursiva, de modo que as informações não explícitas serão deduzidas a partir do modelo, por meio de inferência. Convém afirmar, então, que:

a língua não existe fora dos sujeitos sociais que a falam e fora dos eventos discursivos nos quais eles intervêm e nos quais mobilizam seus saberes quer de ordem linguística, quer de ordem sociocognitiva, ou seja, seus modelos de mundo. Estes, todavia, não são estáticos, (re) constroem-se tanto sincrônica quanto diacronicamente, dentro das diversas cenas enunciativas, de modo que, quando se passa da língua ao discurso, torna-se necessário invocar conhecimentos – socialmente compartilhados e discursivamente (re) construídos, situar-se dentro das contingências históricas, para que se possa proceder aos encadeamentos discursivos (KOCH, 2003, p. 44).

Sobre os modelos cognitivos, os tipos básicos que são utilizados no processamento do texto são: os *frames*, os esquemas, os planos, os *scripts*, os cenários e os modelos mentais. Koch e Travaglia (1995), utilizando-se da proposta de Beaugrande e Dressler (1981), definem **frames** como “modelos globais que contêm o conhecimento de senso comum sobre um conceito central [...]; estabelecem quais as coisas que são componentes de um todo, mas não estabelecem entre eles uma ordem ou sequência (lógica ou temporal)” (p. 64). Por exemplo, os conceitos “Natal” e “viagem aérea” podem constituir um conceito central (todo), embora não haja um elo de sequencialidade que os relacione de modo direto.

Os **esquemas** são modelos constituídos por elementos ordenados, em uma progressão, “de modo que se podem estabelecer hipóteses sobre o que será feito ou mencionado a seguir no universo textual. As ligações básicas são a proximidade temporal e a causalidade [...]” (p. 64-65). Por exemplo, em “comer em um restaurante”, sabe-se, por relação de causalidade, que as pessoas vão aos restaurantes com o intuito de fazer uma refeição.

Por sua vez, podem-se definir **planos** como “modelos globais de acontecimentos e estados que conduzem a uma meta pretendida. Além de terem todos os seus

elementos numa ordem previsível, levam a um fim planejado” (p. 65). Por exemplo, em uma receita, temos a instrução, passo a passo, de modo coordenado, acerca de como se chegar a um objetivo final (a elaboração de um prato).

Já os **scripts** são “planos estabilizados, utilizados ou invocados com muita frequência para especificar os papéis dos participantes e as ações deles esperadas. [...] Trata-se de um todo sequenciado de maneira estereotipada [...]” (p. 65). Por exemplo, em uma cerimônia de realização de um casamento, tem-se um conjunto de expectativas socialmente partilhadas e padronizadas quanto às falas do padre e dos noivos, quanto às vestimentas dos padrinhos, dos convidados etc.

Cenário, por sua vez, refere-se ao conhecimento sobre os ambientes e situações de enquadramento do texto, no âmbito de um contexto interpretativo. Os cenários constituem as situações de processamento discursivo. Logo, “é o ‘domínio estendido de referência’ que é usado na interpretação de textos” (p. 65).

Por último, para os autores, **modelo mental** é a representação textual formada na mente dos interlocutores, no ato de processamento do texto, a partir do grau de similaridade quanto aos conhecimentos partilhados. Afinal:

o mundo textual, a representação de mundo do texto, nunca coincide exatamente com o ‘mundo real’, porque há sempre a mediação dos conhecimentos de mundo [...], dos interesses e dos objetivos de quem o produz [...] o texto e interpreta, buscando seu sentido (KOCH; TRAVAGLIA, 1995, p. 60-61).

Os modelos cognitivos que estão na base do processamento de sentido não são estáticos, fixos. Antes, encontram-se em constante construção e reconstrução a cada atividade interativa. Em outras palavras, quando o texto é significado, toma-se por base modelos preexistentes na memória; porém esses modelos são constantemente atualizados a cada nova leitura, seja pelo acréscimo de novas informações, seja pela reelaboração de um novo modelo. Desse modo, os modelos de contexto sociocognitivo, que constituem e são constituídos pelo próprio dizer, vão se ajustando no decorrer do ato interativo. A “compreensão é dinâmica: os modelos fazem uso da informação textual, ao mesmo tempo em que esta é interpretada como

informação do modelo” (KOCH, 2003, p. 46). Sobre a dinamicidade dos modelos cognitivos, Van Dijk (2001, p. 72) afirma que:

Um modelo de contexto é dinâmico: muda permanentemente durante a comunicação (se adapta, se atualiza), devido a mudanças na situação social, ou na interpretação do discurso. Em outras palavras, o contexto constantemente influi no desenrolar do discurso e vice-versa³.

Portanto, para compreendermos a significação de um texto, tem-se que levar em consideração a constituição dos modelos e sua ativa participação no preenchimento das implicitudes textuais, por meio do processo inferencial. Por isso, no tópico a seguir, tem-se a explanação de conceitos sobre a inferência, estratégia cognitiva primordial para a construção de sentido.

2.4 O processo inferencial na construção de sentido

Se o processamento textual é estratégico, a mobilizar conhecimentos armazenados na memória e organizados sob a forma de modelos cognitivos, tal mobilização só é possível devido, principalmente, à inferência, que permite ao leitor / ouvinte “estabelecer uma ponte entre segmentos textuais, ou entre informação explícita ou informação não explicitada no texto” (KOCH, 2006, p. 27). Afinal, “um texto [...] não carrega toda informação que se quer comunicar por meio dele, pois grande parte dos sentidos do texto repousa no conhecimento partilhado pelos interlocutores” (MACHADO, 2005, p. 1).

Dada a importância da inferência para o processamento textual, vários estudiosos da Linguística Textual buscaram defini-la. Goodman (1985 apud MACHADO, 2005, p. 14) define a inferência como “uma estratégia geral de adivinhação, com base no que é conhecido, informação que é necessária, mas não conhecida”. Possenti (1998, p. 33) se refere à inferência como “informações [que] não estão ditas explicitamente”. Koch e Travaglia (1995, p. 70) dizem que “se entende por inferência aquilo que se usa para estabelecer uma relação, não explícita no texto, entre dois

³ Un modelo del contexto es dinámico: cambia permanentemente durante la comunicación (se adapta, se actualiza), debido a cambios en la situación social, o en la interpretación del discurso. Es decir, El contexto constantemente influye en el desarrollo del discurso, y vice-versa (VAN DIJK, 2001, p. 72).

elementos desse texto”. Schnotz e Strohner (1985 apud MACHADO, 2005, p. 53), por sua vez, afirmam que “uma inferência é a geração de informação nova a partir de informação semântica dada em um determinado contexto”. Trevisan (1992, p. 54) concebe a inferência como “processo indissociável da atividade de compreensão, uma vez que, através do processo inferencial, estabelecem-se relações, preenchem-se lacunas deixadas pelo texto”. Sob essa mesma perspectiva, Koch (2008, p. 37) diz que:

Sendo a informação dos diversos níveis apenas em parte explicitada no texto, ficando a maior parte implícita, as inferências constituem estratégias cognitivas por meio das quais o ouvinte ou leitor, partindo da informação veiculada pelo texto e levando em consideração o contexto (em sentido amplo) constrói novas representações [...].

Se a inferência diz respeito à dedução de informação nova a partir de informação dada, conclui-se que, para que haja a construção de sentido em um texto, os conhecimentos partilhados alocados na memória por meio de modelos cognitivos devem ser acionados via inferência, processo responsável por estabelecer elos entre o conteúdo que o texto explicita e as informações contextuais (MARCUSCHI, 1985). Ou seja, no momento da significação do texto, por intermédio da inferência, “o leitor/ouvinte deixa aflorar [...] o seu conhecimento de mundo, suas crenças, suas vivências, que conduzem ao estabelecimento de conexões entre os enunciados e o levam a construir o sentido do texto que lê ou escuta” (TREVISAN, 1992, p. 53). Pode-se afirmar, portanto, que a significação textual é predominantemente inferencial. É relevante observar, no caso, que a ativação do conhecimento preexistente em um texto não depende apenas dos itens lexicais, mas do contexto sociocognitivo que envolve seu processamento.

Van Dijk (2002), ao discutir o papel dos modelos cognitivos na constituição de sentido em um texto, afirma que, graças às “inferências-ponte”, pode-se, a partir da superfície linguística, deduzir as informações que se encontram implícitas no texto, utilizando como base o próprio modelo. Ou seja, “[...] o modelo incorpora todo o conhecimento e crenças relevantes sobre evento ou situação” (p. 162), sendo que, na própria representação textual, “os modelos suprem a grande quantidade de informação que está implícita ou pressuposta na interpretação do discurso” (p. 163). Em outras palavras, por meio dos processos inferenciais fazemos uso das

informações oriundas dos modelos cognitivos para preencher as implicitudes do texto.

As inferências que entram no processamento de um texto podem ser classificadas quanto ao conteúdo semântico, à origem e à necessidade de sua constituição (MACHADO, 2005). No que se refere ao conteúdo semântico, as inferências podem ser de três tipos: as lógicas, as informativas e as avaliativas. As **lógicas** explicitam as causas e as consequências dos fatos, eventos e emoções presentes no texto, respondendo principalmente à pergunta “*por quê?*”. As **informativas** estabelecem as referências do texto (dêiticas, analógicas, metafóricas, metonímicas etc.) e o contexto espaço-temporal dos eventos, e respondem às perguntas *quem? o quê? onde? quando?*. As **avaliativas** têm por base as crenças e os valores dos sujeitos, respondendo às questões do tipo “tal atitude é *certa* ou *errada?*” ou “a ação representada é *boa* ou *má?*”.

No que tange à origem, as inferências podem ser de base **textual** (são estabelecidas a partir da relação de duas ou mais proposições presentes no texto); de base **contextual** (são realizadas ao se estabelecerem relações entre proposições presentes no texto-fonte e o contexto); e de base **não textual** (são inferências realizadas sem fundamentos textuais, cuja construção extrapola o conteúdo do texto).

De acordo com a necessidade de sua constituição, as inferências podem ser **conectivas** (são inferências necessárias à compreensão por relacionarem partes do texto, a permitir sua legibilidade e significação) e **elaborativas** (são as inferências que, embora realizadas pelo leitor / ouvinte, são dispensáveis à significação textual, sendo apenas complementares; preenchem detalhes adicionais, e não primordiais, no processamento textual).

Em suma, não há processamento textual destituído do contexto sociocognitivo que determina a interação. Logo, para que o sentido se construa, faz-se necessária a mobilização, na memória, de diversos sistemas de conhecimento sobre a língua, sobre a sociedade e sobre as situações de interação. Tais conhecimentos encontram-se organizados por meio de modelos cognitivos, que são as “estruturas

complexas de conhecimento, que representam as experiências que vivenciamos em sociedade e que servem de base aos processos conceituais” (KOCH, 2003, p. 44).

Visto que o texto não comporta todas as possibilidades significativas em sua superfície linguística, por meio de processos inferenciais conseguimos deduzir, a partir dos modelos utilizados no ato da interpretação, os dados que estão implícitos no trâmite textual. Desse modo, é imprescindível a atuação da inferência na construção de sentido, tanto na mobilização de conhecimentos prévios quanto na dedução de informação nova a partir do que está explícito no texto.

3 CONSTRUÇÃO DO HUMOR

Neste capítulo, abordam-se, de modo geral, as principais teorias e o posicionamento de diversos estudiosos a respeito da construção do humor. No primeiro tópico, busca-se definir o humor, tendo em vista sua inserção em diferentes domínios de análise científica. No segundo tópico, enfocam-se as diferentes funções que o humor exerce em um contexto sociointerativo. No terceiro tópico, elencam-se diversas técnicas humorísticas que são responsáveis pela deflagração do sentido humorístico, a partir da abordagem da questão por diferentes autores.

3.1 Humor: conceituação

O humor, enquanto fenômeno inerente à natureza humana, desde a Antiguidade instiga especulações sobre sua constituição. Os primeiros pensamentos sobre o tema remontam a Platão [427-347 a.c], que, em *Filebo*, toma o riso como algo negativo, ligado à ilusão, ao falso prazer (FRANÇA, 2006). Porém, as reflexões sobre o humor eram esporádicas, e, em geral, restringiam-se ao âmbito filosófico, à atribuição de juízos de valor – questionava-se com maior ênfase o *status* social e psicológico do humor, e pouquíssimo as técnicas humorísticas que estariam na base da construção do sentido humorístico. Somente a partir da década de 70, após a Primeira Conferência Internacional sobre Humor⁴, iniciou-se o desenvolvimento de estudos científicos, pautados em métodos, sobre a estruturação do humor, e este ganha notoriedade no âmbito acadêmico (RASKIN, 1985).

Atualmente, os estudos sobre o humor são interdisciplinares (devido à complexidade de sua construção, que inclui aspectos como *psique*, meio social e linguagem) e abrangem diversas áreas do conhecimento – dentre as quais se encontra a Linguística, que visa a “descrever as chaves linguísticas que são o meio que desencadeia nosso riso” (POSSENTI, 1998, p. 17). Convém ressaltar que este

⁴ A Primeira Conferência sobre Humor ocorreu em Cardiff, Wales (País de Gales), em 1976, e contou principalmente com a presença de filósofos, sociólogos e profissionais do humor, como comediantes e humoristas, que buscaram refletir cientificamente a questão da comicidade (RASKIN, 1985, p. xiv).

trabalho se preocupa com as técnicas humorísticas vinculadas à linguagem. Tais técnicas (as que se relacionam à linguagem) originam-se de abordagens teóricas diferenciadas, como a Pragmática, a História, a Análise de Discurso e a Sociologia. O quadro abaixo expõe os principais domínios do conhecimento envolvidos na análise do humor e suas contribuições, conforme demonstra Travaglia (1990, p. 58-61), no artigo “Uma introdução ao estudo do humor pela Linguística”:

DOMÍNIO	CONTRIBUIÇÃO
História	Busca estudar “a história do humor e seus gêneros: surgimento, denominação, evolução etc; ou a história do próprio estudo do humor” (p. 58).
Antropologia	Visa analisar o humor como constituinte das relações humanas, “como um aspecto dos relacionamentos transacionais” (p. 58).
Comunicação	Objetiva mostrar o humor como um modo comunicacional não <i>bona-fidem</i> (confiável), “que se realiza fora dos canais normais da comunicação de cada dia, de fala utilitária” (p. 59).
Semiologia	“Trata das reversões nas estruturas do humor que estimulam certas formas linguísticas” (p. 59).
Sociologia	Focaliza o papel político e social do humor, por meio das funções que este desempenha (p.59).
Psicologia	Mostra o humor como liberador, na medida em que é responsável pelo descarregamento das tensões psíquicas (p. 59).
Linguística	Visa analisar os recursos linguísticos, que, situados dentro de um contexto específico, permitem a deflagração de efeito humorístico. Considerando-se que o humor é um fenômeno complexo, em sua análise pela Linguística é imprescindível o diálogo entre as diversas disciplinas que a compõem, como a Linguística Textual e a Análise de Discurso (esta enfoca, principalmente, os pré-conceitos sobre os quais o humor se firma, além dos lugares sociais ocupados pelos sujeitos); a Pragmática (analisa a construção do humor a partir da ruptura de estratégias de interação); a Sociolinguística (mostra as formas de humor baseadas em determinadas características da linguagem de um grupo); da Semântica (analisa a relação do humor com recursos como polissemia, homonímia etc.) e a Análise da Conversação (mostra o humor como resultante do desrespeito a regras conversacionais) (p. 60-64).

QUADRO 1 – DOMÍNIOS DO CONHECIMENTO ENVOLVIDOS NA ANÁLISE DO HUMOR

Tais abordagens agrupam-se em três grandes correntes de pensamento: as **teorias da superioridade**, as **teorias da catarse** e as **teorias da incongruência**. O primeiro grupo defende que o humor se assenta no sentimento de superioridade de um indivíduo sobre o outro, como é o caso da teoria bergsoniana, “que vê no cômico a forma como a sociedade castiga quem não tem flexibilidade de atitudes para adaptar-se a ela” (ROMÃO, 2008, p. 136).

O segundo grupo afirma que o humor objetiva aliviar a *psique* do ser humano das tensões provocadas pelas pressões do meio em que vive. É o caso da teoria freudiana, “em que o riso serve para descarregar energias acumuladas, que causam estresse ao indivíduo” (ROMÃO, 2008, p. 136).

O terceiro grupo vê o humor como o resultado de uma experiência cognitiva, em que há a desarticulação, por meio do confronto de uma ideia (ou fato) incongruente, de uma expectativa previamente estabelecida. Enquadram-se nessa perspectiva “a teoria da bissociação e todas aquelas que se assemelham a ela, defendendo o choque de dois planos cognitivos, no processo interpretativo” (ROMÃO, 2008, p. 136). Podem-se visualizar melhor as características desses três grandes grupos teóricos no quadro a seguir:

CORRENTE DE PENSAMENTO	CARACTERÍSTICA
Teorias da superioridade	O humor constrói-se a partir da superioridade de um indivíduo sobre o outro.
Teorias da catarse	O humor constitui-se como um instrumento de liberação das tensões psicológicas.
Teorias da incongruência	O humor surge a partir da desrotinização (quebra de expectativa) de uma vivência socialmente partilhada.

QUADRO 2 – TEORIAS DE ESTUDO DO HUMOR

Apesar do diálogo interdisciplinar na análise do sentido humorístico, que culmina em diferentes definições sobre o que é o humor, muitas abordagens concordam quanto à associação do humor ao riso, ao que é engraçado, sendo esta a perspectiva que assumimos neste trabalho.

Breemer e Roodenburg (2000, p. 13), sob uma abordagem histórico-cultural, definem humor “como qualquer mensagem – expressa por atos, palavras, escritos, imagens ou músicas – cuja intenção é a de provocar o riso ou um sorriso (...)”. Propp (1992, p. 33), por sua vez, afirma que o humor é a capacidade de percepção e de criação da comicidade, daquilo que faz rir, de modo que “a comicidade inerente à vida estimula infalivelmente uma reação de riso”. Mouta (2007, p. 78) afirma que “o riso está indiscutivelmente associado ao humor e a uma dinâmica de partilha que só se realiza no seio da relação dialógica que o locutor humorista mantém com o(s) seu(s) interlocutor(es)”. Travaglia (1990, p. 66) afirma que:

O humor está indissolavelmente ligado ao riso e é apenas o riso que diferencia o humor de outras formas de análise crítica do homem e da vida, de outras formas de rebelião contra o estabelecido, o controle social e o impedimento de prazeres e o conseqüente desequilíbrio e reestruturação do mundo sociocultural; de outras formas da verdade e da criatividade.

Dessa maneira, sob essa ótica, pode-se considerar como humorístico o texto que “visa ao ato perlocucionário do riso (este, quando associado ao ‘cômico’ ou ao ‘que é engraçado, que é risível’), entendendo-se aqui a perlocução como o efeito que o locutor provoca no interlocutor, através da sua fala” (ROMÃO, 2005, p. 288). Porém este riso não precisa necessariamente ser aberto, audível, mas pode ser velado, discreto, constituindo uma disposição do espírito (TRAVAGLIA, 1990). Cabe enfatizar, também, que o humor produzido não é gratuito, mas cumpre uma função específica, em uma determinada situação de interação, “permitindo inclusive criticar e dizer coisas que ditas fora do humor certamente gerariam problemas, conflitos, conseqüências desagradáveis para quem as dissesse” (TRAVAGLIA, 1990, p. 65), como se verá a seguir.

3.2 Os objetivos do humor

O humor, estando associado ao que é risível, ao que é engraçado, pode exercer diversas finalidades. França (2006, p. 135), ao discorrer sobre os objetivos ou as intenções do humor, afirma que “ao texto que se pretende humorístico subjaz (como a qualquer comunicação) uma intenção [...]”. Na verdade, “ao humor verbal intencional sempre subjaz a intenção de ridicularizar, debochar, ironizar, brincar [...]”. Sob a aparência do não-sério, o humor se presta a desvelar os comportamentos humanos e sociais em suas falhas e contradições. Sobre isso, Magalhães (2008, p. 7) diz que, no plano discursivo, o humor é estratégico, cuja função é “atingir o interlocutor, embora [...] não mire especificamente o indivíduo, ou a instituição, mas a própria condição humana”.

Daí, pode-se afirmar que o objetivo principal do humor é, nas palavras de Travaglia (1990, p. 55), “revelar e [...] flagrar outras possibilidades de visão do mundo e das realidades naturais ou culturais que nos cercam, e, assim, [...] desmontar falsos equilíbrios”. Ou seja, ao humor cabe desestruturar as experiências vivenciais que os

indivíduos julgam ser imutáveis, além de questionar a legitimidade das hierarquias estabelecidas na sociedade. Bergson (1987, p. 18) observa que “o riso ‘castiga os costumes’”, obrigando-nos “a cuidar imediatamente de parecer o que deveríamos ser, o que um dia acabaremos por ser verdadeiramente”. De acordo com Propp (1992, p. 46), “o riso é uma arma de destruição: ele destrói a falsa autoridade daqueles que são submetidos ao escárnio”.

Travaglia (1992), ao estabelecer categorias para o humor produzido na TV brasileira, elenca quatro objetivos do humor: o *riso pelo riso* (procura-se exclusivamente fazer rir, sem nenhuma outra intenção subjacente); a *liberação* (busca-se a ruptura de uma censura social, a desmitificação de um tabu, o rompimento de um preconceito); a *crítica social* (procura-se mostrar o ridículo de muitos comportamentos sociais – político, institucional, de costumes, visando à modificação da sociedade); e a *denúncia* (dirige-se aos comportamentos explícitos do homem, que, embora praticados, não são admitidos pelas normas vigentes).

Logo, pode-se afirmar que o humor não tem unicamente a função de divertir, de fazer rir, mas é intencional; consiste em um instrumento de desrotinização de vivências socialmente partilhadas, de contestação de valores. E as diversas finalidades atribuídas ao humor assentam-se na incongruência (ruptura do previsível, da determinação), a provocar a desarticulação de uma expectativa, a desconstrução de um modelo de mundo. Segundo Gil (1995, p. 111), “o humor se dá quando se quebram regras preestabelecidas, quando se transgridem as normas linguísticas e sociais”. A respeito disso, Romão (2001, p. 33) diz que:

A incongruência no cômico tem relação direta com a quebra das regras do código social de determinado povo; por esta razão, há piadas que só são compreensíveis para o povo que (re)conhece essas regras. [...] No texto cômico há um tipo de incongruência, que leva a alguma forma de ruptura do sentido do texto, o que se explica pelo fato de o sentido do texto fazer parte de regras que constituem o senso comum, próprio da comunidade linguística de que o locutor faz parte.

Sobre a incongruência, a autora (2008, p. 17) ainda afirma que:

O riso é provocado justamente pela ruptura do convencional, do previsível, ou, em outras palavras, pelo reconhecimento da quebra da regra (de

convívio social) que se associa à incongruência intencionalmente estruturada no texto pelo autor.

Isso ocorre porque o humor, enquanto veio discursivo, baseia-se em dois parâmetros principais, que estão interligados: o deslocamento e a contestação. Deslocamento é “uma estratégia constante no discurso do humor, sobretudo pelo seu potencial lúdico, de mudança de rota: o leitor espera algo e ocorre o inesperado” (FRANÇA, 2006, p. 90). Por contestação, entende-se como o “desvio em relação ao contexto social, mas pode representar um desvio dentro do próprio código linguístico” (FRANÇA, 2006, p. 122).

Portanto, para que haja a construção do sentido humorístico necessariamente tem que se instaurar a controvérsia, baseada na incongruência, a partir de temas sobre os quais há uma grande pleora de discursos, cada um enfocando o tema de um ângulo ou posição diferente (POSSENTI, 2010). Por isso é comum os textos humorísticos se basearem em estereótipos sociais (a figura do negro, da mulher, do judeu, do nordestino etc.) e em assuntos polêmicos (como o homossexualismo, a corrupção, o casamento etc.) – afinal, o humor assenta-se no conflito (POSSENTI, 1998). Como afirma Silva (2010, p. 137), “[...] o humor é dotado de ambivalência, multiplicidade e ambiguidade inerentes, o que o torna um desassossego na constituição das verdades, pois ele pode revelar ou não, mostrar ou apagar”.

Em suma, no discurso humorístico, por meio do deslocamento daquilo que é prévio, trivial, pode-se efetivar a contestação da censura, das normas sociais. Convém reiterar que aquilo que é desarticulado pelo humor constitui uma memória social, na medida em que englobam conhecimentos prévios sobre a realidade social e cultural imposta (valores, crenças, paradigmas). Logo, o humor não pode cumprir sua funcionalidade se o indivíduo não compartilhar dessa coletividade, que faz com certas perspectivas sejam tidas como “naturais”, “previsíveis”, e, conseqüentemente, suscetíveis de serem desarticuladas pelo humor.

A seguir, a partir da abordagem de diferentes estudiosos do humor, apresentam-se diversas técnicas humorísticas que possibilitam a mobilização dos sistemas de conhecimentos, na constituição do sentido humorístico.

3.3 Técnicas de produção do humor

Para que o humor se instaure, técnicas humorísticas (ou “mecanismos”, como preferem alguns autores) podem ser mobilizadas. Tais técnicas são os recursos – de ordem linguística ou não – que possibilitam a construção de sentido humorístico pelo acionamento de conhecimentos prévios, e, em muitos casos, pela contestação das normas preestabelecidas, sejam elas relacionadas ao contexto social ou à linguagem. Cabe enfatizar que, neste trabalho, são relevantes as técnicas relacionadas à linguagem.

Como um dos objetivos deste trabalho é apreender quais técnicas humorísticas estão na base da construção do humor das “frases engraçadas” que versam sobre bebida, foi feito um levantamento bibliográfico de modo a tomar conhecimento dos autores que, em seus estudos sobre o humor, focam tais recursos. Para isso, levam-se em consideração não somente as abordagens situadas no âmbito da Linguística, mas, também, as de outras áreas, como a Filosofia, a Psicologia e a Sociologia, pois tais perspectivas, de certa forma, tratam de recursos que, envolvidos na construção de sentido humorístico, mantêm relação com a linguagem. Afinal, como afirma Possenti (2010, p. 27) sobre os estudos do humor:

Muitos trabalhos têm sido apresentados e publicados, tendo sido realizados a partir de diferentes quadros teóricos. Talvez se possa dizer que certos ingredientes dos ‘textos’ humorísticos, pelas relações peculiares que mantêm com várias questões de ordem propriamente linguística, em primeiro lugar, mas, também pragmáticas, textuais, discursivas, cognitivas e históricas, têm chamado a atenção para os diversos gêneros do campo. Tem sido percebido que se trata de *corpus* privilegiado para uma espécie de ‘teste’ de diversas teorias ou de avaliação de práticas como a da leitura.

Para tornar clara a exposição dos dados, os pontos pertinentes da obra de cada autor são expostos em ordem cronológica, com base no ano de publicação da primeira versão do estudo⁵, a saber: Bergson (1987); Freud (1905); Propp (1992);

⁵ Por uma questão didática, dispomos os autores que estudam o humor de acordo com a publicação da primeira versão de seus respectivos trabalhos, o que não quer dizer a versão utilizada nesta pesquisa seja necessariamente a primeira versão. Bergson aparece em primeiro lugar na ordem cronológica, pois seu trabalho foi publicado inicialmente em 1900; porém, a versão utilizada é a de 1987, conforme disposto nas citações diretas. O mesmo ocorre com Propp – ele aparece em terceiro lugar, pois sua obra foi lançada no ano de 1976, mas a versão utilizada é a de 1992, ano que o livro foi publicado em língua portuguesa, no Brasil.

Raskin (1985); Travaglia (1992; 1995); Gil (1995); Possenti (1998; 2010); Lima (2003); Mouta (2007) e Arcine (2010). As técnicas humorísticas de maior complexidade serão demonstradas a partir de exemplos dados pelos próprios autores, quando estes trouxerem exemplificações (alguns estudiosos mencionam exemplos e outros não).

As considerações expostas a seguir são necessárias na medida em que, até o momento, não foi possível detectar trabalho científico que se dispusesse a elaborar um levantamento abrangente sobre as técnicas construtoras do humor. Logo, as informações podem contribuir com futuras pesquisas que se preocupam com a construção da comicidade.

3.3.1 Bergson (1987) e as categorias do cômico

Bergson (1987), na obra *O riso: ensaio sobre a significação do cômico*, busca determinar os procedimentos de elaboração da comicidade. Primeiramente, o filósofo enfatiza que o cômico é um fenômeno estritamente ligado ao homem, de modo que “não há cômico fora do que é propriamente humano” (p. 12). O riso derivado do cômico possui valor corretivo, uma vez que aquele que ri objetiva a castigar e a corrigir determinados “defeitos” comportamentais que fogem às regras da sociedade. Pode-se enfatizar que, sob essa perspectiva, o riso se contrapõe à emoção, de modo que um indivíduo só pode rir daquilo que está distanciado dos seus sentimentos (o riso é sempre o riso do “outro”), não podendo ocorrer o riso isolado. “Portanto, o cômico exige algo como certa anestesia momentânea do coração para produzir todo o seu efeito. Ele se destina à inteligência pura” (p. 13).

O cômico, segundo Bergson (1987), deriva de certa rigidez, de certa mecanicidade, que se opõe à elasticidade que a sociedade exige de seus componentes. Logo, o que há de risível “[...] é certa rigidez mecânica onde deveria haver maleabilidade atenta e a flexibilidade viva de uma pessoa” (p. 13). Em outras palavras, a rigidez se refere à inadaptação de um indivíduo às regras comportamentais que compõem o meio social em que se vive, que se manifestaria como um desvio, que deflagraria o cômico pela ruptura do que é previsível socialmente, do que é esperado. Logo, “essa

rigidez é o cômico, e a correção dela é o riso” (p. 19). Este, por sua vez, “é certo gesto social que ressalta e reprime certo desvio especial dos homens e dos acontecimentos” (p. 50).

O autor diferencia três categorias da comicidade: o *cômico das atitudes e dos movimentos*, o *cômico das ações e das situações* e o *cômico das palavras*. A primeira categoria resultaria, basicamente, da rigidez adquirida por uma fisionomia, tendo sua origem nas atitudes, gestos ou movimentos mecânicos, de caráter repetitivo. A segunda categoria resultaria da repetição insistente de um acontecimento ou da inversão dos papéis das personagens em uma determinada situação. Poderia, ainda, resultar de uma situação que pertencesse, simultaneamente, a duas séries de acontecimentos independentes, e que pudessem ser interpretadas em dois sentidos opostos. Quanto à terceira categoria, a comicidade da linguagem estaria estritamente relacionada ao cômico das ações e das instituições, sendo uma projeção destas no âmbito da palavra – tal projeção é demonstrada por meio das escolhas das palavras e da construção das frases.

Feita a distinção entre as três categorias, observa-se que os principais procedimentos que entram na elaboração da comicidade (tanto das ações e das situações quanto das palavras), segundo Bergson (1987, p. 51-68), são a *repetição*, a *inversão* e a *interferência de séries*.

Entende-se por **repetição** o procedimento que revela a mecanicidade da vida pela sucessão de um mesmo acontecimento, ideia ou gesto. Trata-se de “uma combinação de circunstâncias, que se repete exatamente em várias ocasiões, contrastando vivamente com o curso cambiante da vida” (p. 51). No âmbito da palavra, uma frase dita em certo contexto pode ser cômica se for repetida em outro contexto, assumindo um sentido diferente (transposição). Também, “obteremos uma expressão cômica ao inserir uma ideia absurda num modelo consagrado de frase” (p. 61).

Por sua vez, denomina-se **inversão** o processo caracterizado pela troca dos papéis que caracterizam as relações sociais – hierárquicas ou não. Configura-se, também, por “uma situação que se volta contra quem a criou” (p. 54). Logo, as normas são

quebradas de modo a provocar o riso. No âmbito da palavra, a inversão se manifesta quando a frase adquire novo sentido ao ser enunciada em ordem inversa. Desse modo, pode-se “obter sentido invertendo-a, por exemplo, ao colocar o sujeito no lugar do complemento, ou vice-e-versa” (p. 64).

Por **interferência de séries** compreende-se o processo cômico que ocorre quando uma situação pertence, ao mesmo tempo, a duas séries de acontecimentos absolutamente independentes, “e que possa ser interpretada simultaneamente em dois sentidos inteiramente diversos” (p. 54). No âmbito da palavra, há a interferência de séries quando uma frase apresenta duplicidade significativa, estando relacionada a dois sistemas independentes de ideias. Portanto, cabe “dar à mesma frase duas significações independentes e que se superpõem” (p. 65).

3.3.2 Freud (1905) e as técnicas do chiste

Freud (1905), na obra *O chiste e sua relação com o inconsciente*⁶, apresenta o chiste como a “habilidade de fundir, com surpreendente rapidez, várias idéias, de fato diversas umas das outras tanto em seu conteúdo interno, como no nexos com aquilo a que pertencem” (p. 8). A tentativa de encontrar similaridades entre dessemelhanças desencadearia o efeito risível, tendo o humor a capacidade de aliviar o homem das tensões psicológicas provocadas pelo meio em que vive.

O autor subdivide os chistes em duas categorias: os inocentes e os tendenciosos. Naquele caso, “o chiste é um fim em si mesmo, não servindo a um fim particular” (p. 59). Já neste caso, “o chiste serve a um fim” (p. 59), sendo proposital, dotado de uma intenção. Como expõe Jardon (1988 apud ROMÃO, 2008, p. 157), o locutor dos ditos tendenciosos procura, normalmente, de uma ou de outra forma, “chocar o auditório e atingi-lo, seja no seu pudor, seja nas suas crenças, seja em sua ideologia”.

⁶ Foi utilizada, neste trabalho, a versão *online* da obra, disponível em <http://www.4shared.com/document/bJy62fN/Freud - Obras Completas - Volu.html>. Acesso em 10/05/2011.

O chiste, de acordo com Freud (1905), não residiria no pensamento, mas consistiria em uma determinada técnica, e seu estudo deveria focar a “verbalização que o exprime” (p. 12). Logo, na análise do chiste, é necessário “estudar a peculiaridade de sua forma de expressão para captar o que se pode denominar técnica verbal ou expressiva desse chiste” (p. 12). Tanto o chiste inocente quanto o tendencioso se construiriam a partir dos mesmos mecanismos – ocorre que o segundo é premeditado e o primeiro não.

A primeira técnica de construção do chiste exposta por Freud (1905) é a **abreviação** (ou condensação), que consiste na técnica de fusão entre termos primitivos, de modo a criar um novo termo, um neologismo, “que reduzido à sua forma mais condensada, se exprime [...]” (p. 13). Dessa maneira, uma palavra composta pode ser significada se “compreendida em seu contexto e reconhecida como plena de sentido” (p. 14). Por exemplo, a junção entre os termos *familiãr* [familiarmente] e *millionãr* [milionariamente] origina o termo *familionãr* [familionariamente] (p. 13). Pode haver, também, uma condensação conceptual entre duas ideias distintas. No chiste “Bem... A vaidade é um dos seus quatro calcanhares de Aquiles” (p. 17-18), há dois pensamentos condensados, que são: primeiro, o indivíduo é vaidoso; segundo, o indivíduo é um animal.

A segunda técnica de construção do chiste é o **uso múltiplo do mesmo material** (ou duplo uso da palavra), e “consiste no fato de uma mesma palavra – o nome – aparecer usada de duas maneiras, uma vez como um todo, e outra vez segmentadas em sílabas separadas qual uma charada” (p. 21). Por exemplo, a expressão *Buona parte* pode ser utilizada para referir-se a *Bonaparte* (sobrenome de Napoleão) (p. 21). Pode ocorrer também, no plano sintático da frase, pela inversão (alteração na ordem das palavras), como no chiste “Ganhou muito dinheiro, deu pouco; deu pouco, ganhou muito dinheiro” (p. 22).

A terceira técnica de construção do chiste é o **duplo sentido** (ou jogo de palavras). Este recurso pode se estruturar de duas maneiras: “duplo sentido de um nome de uma coisa por ele denotada” ou “duplo sentido procedendo dos significados literal e metafórico de uma palavra” (p. 24). Nessa técnica, as palavras não são segmentadas, modificadas ou transferidas da esfera a que pertencem. “Exatamente

como figuram na sentença, é possível, graças a certas circunstâncias favoráveis, fazê-las expressar dois significados diferentes” (p. 24-25). Observe o chiste a seguir: “Um médico, afastando-se do leito de uma dama enferma, diz a seu marido: ‘Não gosto da aparência dela’. ‘Também não gosto e já há muito tempo’, apressou o marido em concordar” (p. 25). No caso, são as circunstâncias que estabelecem a duplicidade de sentido: o médico se referia ao estado de saúde da doente e o marido se referia ao fato dela ser desprovida de beleza.

A quarta técnica construtora de chiste exposta por Freud (1905) é o **trocadilho**⁷, que se difere do jogo de palavras pela maneira como se constrói. Enquanto no jogo de palavras os “dois significados devem encontrar expressão na mesma e idêntica palavra, dita usualmente uma só vez” (p. 30), na estruturação do trocadilho é preciso “que dois significados se evoquem um ao outro através de alguma vaga similaridade, seja uma similaridade estrutural geral, ou uma assonância rítmica, ou o compartilhamento de algumas letras iniciais” (p. 30).

A quinta técnica de construção do chiste é o **deslocamento**. Nesse caso há um desvio de pensamento, em que este é deslocado de um plano a outro plano (de um sentido a outro). Um exemplo mencionado pelo autor é: “Dois judeus se encontram nas vizinhanças de um balneário. ‘Você tomou um banho?’, pergunta um deles. ‘O quê?!’, retruca o outro, ‘há um faltando?’ ” (p. 32). No caso, a expressão “tomar banho” é deslocada de sua significação inicial (banhar-se) para uma segunda significação (sofrer um golpe, um calote; ficar no prejuízo).

A sexta técnica construtora do chiste é a **unificação**. Trata-se do estabelecimento de relação inesperada entre duas proposições. “Aqui se agenciam novas e inesperadas entidades, inter-relações de idéias, definições efetuadas mutuamente ou por referência a um terceiro elemento comum” (p. 44). No chiste “A vida humana divide-se em duas metades. Na primeira desejamos a vinda da segunda; na segunda, desejamos a volta da primeira” (p. 44), há uma correlação entre duas proposições que indicam as fases distintas da vida humana, feita por intermédio de uma

⁷ Não há exemplos para ilustrar este mecanismo, tendo em vista que Freud (1905) cita palavras em alemão, cujos trocadilhos somente são compreensíveis para quem domina o idioma.

interdependência (a primeira proposição faz menção à segunda; a segunda faz menção à primeira).

A sétima e última técnica exposta por Freud (1905) é a **contradição**. Chamada de “representação pelo oposto” (p. 46) possibilita a contradição entre elementos apresentados em uma sequência anterior e uma sequência posterior, na composição de um chiste. Exemplo: “Esta dama se assemelha em muitos aspectos à Vênus de Milo: ela é, também, extraordinariamente velha, não tem dentes e há manchas brancas na superfície amarelada de seu corpo” (p. 46). No exemplo, a descrição da dama não corresponde à comparação operada (a sua semelhança com Vênus de Milo, deusa de muita beleza, segundo a mitologia grega).

3.3.3 Propp (1992): a comicidade e os tipos de riso

Propp (1976), na obra *Comicidade e riso*, afirma que a comicidade está relacionada aos diversos aspectos da vida humana, sendo doutrinadora uma vez que desvela as falhas dos indivíduos, mostrando a contraposição existente entre a essência (o que a pessoa realmente é) e a aparência (o que a pessoa finge ser). Desse modo, “o riso é a punição que nos dá a natureza por um defeito qualquer oculto do homem, defeito que se nos revela repentinamente” (PROPP, 1992, p. 44). Além disso, o riso surgiria da transgressão às normas que são vigentes em um contexto social: “Nada de sublime pode ser ridículo, ridícula é a transgressão disso. O homem possui certos instintos do devido, do que ele considera norma” (p. 59).

Segundo o autor, o tipo principal de riso seria o de escárnio, o de deboche, que visa a desestruturar a legitimidade daquilo que é submetido ao desvelamento pelo cômico, “de tal modo a pôr a nu as qualidades da pessoa representada ou observada” (PROPP, 1992, p. 66). Logo, “encerra dentro de si, declarado ou velado, um matiz de zombaria, suscitado por alguns defeitos daquilo ou de quem se ri” (p. 151).

Além do riso de escárnio, há outros: o riso bom é o que “não provoca condenação, mas pode, ao contrário, reforçar um sentimento de afeto e simpatia” (p. 152); o riso

maldoso ou cínico caracteriza-se pela maledicência, de maneira que “os defeitos, às vezes mesmo só aparentes, imaginados ou inventados, são aumentados, inflados, alimentando assim os sentimentos maldosos, ruins” (p. 159); o riso alegre, que é aquele “sem nenhuma causa precisa e que pode originar-se dos pretextos mais insignificantes” (p. 162); o riso ritual, por sua vez, é o que está relacionado aos ritos religiosos, tendo “a capacidade de suscitar a vida, no sentido mais literal desta palavra, tanto no que se refere aos seres humanos quanto à natureza vegetal” (p. 164); e o riso imoderado, que “trata-se de um riso alto, saudável, pleno de satisfação. [...] Ele expressa a *alegria animal* de sua própria natureza fisiológica” (p. 167).

Quanto aos principais mecanismos (procedimentos) linguísticos e discursivos responsáveis pela deflagração do humor, Propp (1992, p. 84-125) cita:

a) Paródia: “consiste na imitação das características exteriores de um fenômeno qualquer da vida [...], de modo a ocultar ou negar o sentido interior daquilo que é submetido à parodização” (p. 84).

b) Exagero: este é cômico na medida em que desnuda um defeito. Pode ser encontrado em três formas principais: a caricatura, a hipérbole e o grotesco. A caricatura “está em tomar uma particularidade qualquer da pessoa e representá-la como única, ou seja, em exagerá-la” (p. 89). A hipérbole é uma variedade da caricatura, e “ressalta as características negativas e não positivas” (p. 90). No grotesco, “o exagero atinge tais dimensões que aquilo que é aumentado já se transforma em monstruoso. Ele extrapola completamente os limites da realidade e penetra no domínio do fantástico” (p. 91).

c) Trocadilho (calembur): decorrente da compreensão, pelo interlocutor, de uma “palavra em seu sentido mais amplo ou geral” (p. 121), e o outro “substitui esse significado por aquele mais restrito e literal; com isso, o trocadilho suscita o riso, na medida em que anula o argumento do locutor e mostra sua inconsistência” (p. 121).

d) Paradoxo: por meio dele, “conceitos que se excluem mutuamente são reunidos apesar de sua incompatibilidade” (p. 125).

e) Tirada: são os ditos chistosos, as pilhérias, em que “podem ser expressos [...] pensamentos sarcásticos e de escárnio” (p. 124). Utiliza-se de recursos como o trocadilho, o paradoxo e a ironia.

f) Ironia: palavras que expressam um conceito, mas subentende-se (sem expressá-lo por palavras) um outro, contrário. Em outras palavras, “diz-se algo positivo, pretendendo, ao contrário, expressar algo negativo, oposto ao que foi dito. A ironia revela assim alegoricamente os defeitos daquele (ou daquilo) de que se fala” (p. 125).

3.3.4 Raskin (1985) e a teoria semântica do humor

Raskin (1985), em sua obra *Semantic mechanisms of humor*, propõe uma abordagem semântica do sentido humorístico. Como bem expõe Magalhães (2008), o objetivo de Raskin é o estabelecimento de um modelo formal de competência humorística, de modo a apontar quais combinações cedem lugar a estruturas humorísticas e quais não cedem. Para o autor, a construção do humor levaria em consideração tanto os conhecimentos linguísticos quanto os conhecimentos extralinguísticos (dados contextuais), resultando-se da associação entre esses dois planos, como se vê a seguir:

Esta informação contextual linguística e extra-linguística é levada em conta quando a sentença é proferida e compreendida, e torna-se parte do significado pretendido. Mesmo quando o falante é exposto a uma única frase, sem qualquer contexto, por exemplo, em um experimento linguístico como o teste de gramaticalidade, ele imediatamente visualiza uma situação de que a sentença em questão pode ser parte e sua compreensão da frase depende fortemente deste contexto imaginário (RASKIN, 1985, p. 63 – tradução provisória)⁸.

Segundo a teoria raskiniana, a estruturação significativa parte da noção de *script*, conjunto de conhecimentos existentes na memória coletiva que, estando na base da formação do sentido, seriam evocados pelo léxico da língua. Assim:

⁸ This linguistic and extra-linguistic contextual information is taken into account when the sentence is uttered and comprehended and it becomes part of intended meaning. Even when the speaker is exposed to a single sentence without any context, e g, in a linguistic experiment such as the grammaticality test, he immediately visualizes a situation of which the sentence in question may be part and his comprehension of the sentence depends heavily on this imaginary context (RASKIN, 1985, p. 63).

O léxico da teoria semântica proposta é baseado na noção de **script**. O script é um grande pedaço de informação semântica em torno da palavra ou evocado por ela. O script é uma estrutura cognitiva internalizada pelo falante nativo e representa o seu conhecimento de uma pequena parte do mundo. Todo falante tem internalizado um grande repertório de scripts de "senso comum" que representam o seu conhecimento de determinadas rotinas, procedimentos padrão, situações básicas, etc, por exemplo, o conhecimento do que as pessoas fazem em determinadas situações, como elas fazem isso, em que ordem etc (RASKIN, 1985, p. 80-81 - tradução provisória)⁹.

Dessa maneira, o desafio do humor é a construção de um texto a partir da sobreposição de um *script* sobre outro, em uma relação de oposição, sendo o humor deflagrado por este jogo de significados, no campo semântico. Portanto, a construção humorística em um texto verbal obedeceria aos seguintes parâmetros:

- (i) Uma mudança do modo *bona-fide* de comunicação para o modo não *bona-fide* de contar piadas;
- (ii) O texto ser intencionalmente uma piada;
- (iii) Dois *scripts* (parcialmente) sobrepostos e compatíveis com o texto;
- (iv) Uma relação de oposição entre os dois *scripts*;
- (v) Um gatilho, óbvio ou implícito, realizando a relação de oposição (RASKIN, 1985, p 140 – tradução provisória).¹⁰

Desse modo, a sobreposição de um *script* sobre um outro *script*, possibilitada pela presença de um “gatilho” (implícito / explícito), permite ao texto uma segunda interpretação, causando o humor. O efeito humorístico, portanto, seria a percepção da incongruência entre dois conceitos, que se associam de modo inusitado. Os principais “gatilhos semânticos da mudança de *script*” (*trigger*) derivam-se de dois processos principais, que são a **ambiguidade** e a **contradição**. Nas palavras do autor:

⁹ The lexicon of the proposed semantic theory is based on the notion of **script**. The script is a large chunk of semantic information surrounding the word or evoked by it. The script is a cognitive structure internalized by the native speaker and it represents the native speaker's knowledge of a small part of world. Every speaker has internalized rather a large repertoire of scripts of “common sense” which represent his/her knowledge of certain routines, standard procedures, basic situations, etc, for instance, the knowledge of what people do in certain situations, how they do it, in what order etc (RASKIN, 1985, p. 80-81).

¹⁰ (i) A switch from the *bona-fide* mode of communication to the non-*bona-fide* mode of joke telling; / (ii) The text of an intended joke; / (iii) Two (partially) overlapping scripts compatible with the text; / (iv) An oppositeness relation between the two scripts; (v) a trigger, obvious or implied, realizing the oppositeness relation (RASKIN, 1985, p. 140).

Muitas piadas contêm um elemento que desvia o gatilho do *script* evocado pelo texto da piada para o *script* contrário, a mudança que produz a piada. Este elemento, chamado aqui de **gatilho de mudança de script semântico**, ou simplesmente **gatilho**, normalmente pertence, em piadas simples, a qualquer um dos dois tipos: **ambiguidade** ou **contradição** (RASKIN, 1985, p. 114 – tradução provisória).¹¹

A **ambiguidade** consiste na superposição de dois *scripts*, que culmina no estabelecimento de duplo sentido. Segundo o autor, ela pode ser lexical (por homonímia ou polissemia), sintática, situacional e mesmo fonética (p. 114-116). Já a **contradição** consiste na oposição de ideias (pela contraposição de *scripts*), que se contradizem entre si (p. 116).

3.3.5 Travaglia (1992) e os mecanismos produtores do humor

Travaglia (1992), em seu artigo “O que é engraçado? Categorias do risível e o humor brasileiro na televisão”, enfatiza que o humor é deflagrado a partir de elementos provocadores do riso, que se dividem em duas subcategorias – os *scripts* e os mecanismos. Esses elementos não são humorísticos em si, visto que seu uso não se restringe aos textos humorísticos. O que os torna capazes de provocar o riso “é a existência de uma situação enunciativa classificada como humorística conscientemente pelos interlocutores e que deflagra ‘algo’ que faz com que aquilo que é dito ou acontece seja risível” (p. 57). Portanto, este algo é a interação entre os interlocutores, que ativam, a partir da superfície linguística do texto, os “scripts” ou “frames” humorísticos, que são os “suportes convencionais do humor” (p. 57).

O primeiro script do humor é a **estupidez**, e diz respeito à falha na percepção quanto às regras de um lance interativo; baseia-se na superioridade intelectual de um elemento sobre os demais envolvidos na interação (contrapõe o “esperto” ao “bobalhão”). Relacionado ao primeiro, o segundo script do humor é a **esperteza**, a astúcia, referente à qualidade daquele que é intelectualmente superior, de modo a usar “sabiamente o conflito” (p. 58) ao seu favor, para se “dar bem” em uma

¹¹ Many jokes contain an element which triggers the switch from the one script evoked by the text of the joke to the opposed script, the switch which makes up the joke. This element, called here the **semantic script-switch trigger**, or simple the **trigger**, usually belongs, in simple jokes, to either of the two types: **ambiguity** or **contradiction** (RASKIN, 1895, p. 114).

situação. O terceiro script, por sua vez, é o **ridículo**, correspondente a “uma certa inadequação criada pelo exagero” (p. 58) àquilo que é normal em uma dada situação. O quarto script é o **absurdo**, associado ao que “contraria o senso comum, o conhecimento estabelecido, a razão, escapando a regras ou condições determinadas” (p. 58). Por último, tem-se a **mesquinhez**, que é “a qualidade de mesquinho, ou seja, dado a miudezas, sobretudo no que se refere a dar algo a alguém” (p. 58).

Quanto aos mecanismos¹² mobilizados na construção do sentido humorístico, Travaglia (1992, p. 59-66) considera um total de quinze mecanismos. São eles:

a) Cumplicidade: esta ocorre quando o leitor / ouvinte compactua com aquilo que é proposto na interação, de modo que “a audiência se torna cúmplice do personagem naquilo que ele diz ou faz porque todos sabem que as coisas são exatamente como apresentadas, embora ninguém ouse dizer” (p. 59).

b) Ironia: sugere o oposto ao que é apresentado, de maneira a representar uma “transposição do ideal (o que se deseja) para o real (o que realmente temos)” (p. 59).

c) Mistura de lugares sociais: consiste na ocupação, por um sujeito, de um lugar social que não é o seu, o que culmina em “uma mistura de posições de sujeito inconcebível dentro de determinada situação” (p. 90).

d) Ambiguidade: caracterizada pela instauração de duplo sentido na frase; a sua principal fonte “está nas formas linguísticas e pode ocorrer nos diversos níveis: lexical, morfológico e sintático” (p. 90).

e) Uso de estereótipo: estigmatização de elementos próprios de uma classe ou grupo social, por meio de caricaturas. “O estereótipo do humor é sempre usado com uma dimensão negativa, pois o riso advém da desvalorização social” (p. 61).

f) Contradição: diz respeito à oposição quanto a algo verossímil em um determinado contexto, “quando a ação, palavras ou atitudes contradizem algo estabelecido ou esperado de um grupo, instituição ou pessoa” (p. 62).

¹² Travaglia (1992) chama de “mecanismo” as diversas técnicas que são responsáveis pela deflagração do humor. Pode-se verificar que os mecanismos mencionados por ele não são de ordem estritamente linguística.

- g) Sugestão:** nesse caso, “o humor resulta em sugerir o que, pelas normas sociais, é indizível em certas situações ou para certas pessoas” (p. 62).
- h) Descontinuidade de tópico:** faz referência à quebra do determinismo “lógico” de um diálogo ou fluxo conversacional.
- i) Paródia:** diz respeito à releitura, com tendência à sátira, de dizeres de forte apelo social; desse modo, “alude ao original, ridicularizando-o” (p.63).
- j) Jogo de palavras:** consiste no trabalho com a semelhança fônica entre palavras de sentido diferente, lançando mão de recursos como a homonímia e a polissemia.
- k) Quebra-língua:** consiste em “uma sequência de palavras que cria dificuldades articulatórias para o falante” (p. 64).
- l) Exagero:** decorrente da ampliação demasiada de certa característica de algo ou indivíduo, a fim de fazer rir, “levando normalmente ao ridículo” (p. 64).
- m) Desrespeito às regras conversacionais:** baseia-se “na desconsideração de marcadores conversacionais, pares adjacentes, tomada de turno, dicas de correção e outros elementos da estrutura conversacional” (p. 64).
- n) Observações metalinguísticas:** são as observações sobre as próprias circunstâncias e elementos que envolvem o fazer humorístico (cenário, objetos, personagens etc).
- o) Violação de normas sociais:** decorre do objetivo básico do humor, que é a contestação, o rompimento da estrutura social vigente.

3.3.6 Gil (1995) e alguns mecanismos humorísticos

Gil (1995), no artigo “Humor: alguns mecanismos linguísticos”, ao estudar anedotas, busca “descobrir o conjunto de propriedades linguísticas que estão presentes em todos os textos percebidos como humorísticos e que tornam humorísticos todos os textos que as utilizam” (p. 111). A pergunta norteadora de seu trabalho é: “O que é, linguisticamente falando, que desencadeia o humor e deflagra o riso?” (p. 112). Mas a autora enfatiza que a significação dos textos humorísticos está para além das expressões linguísticas, sendo necessário “inserir-los no contexto mais amplo da enunciação, entendida como ato de produção do enunciado” (p. 111). Em outras palavras, deve-se levar em consideração, além dos arranjos da língua, os aspectos contextuais, de ordem extralinguística, que culminaram na produção textual.

No que tange aos mecanismos linguísticos, Gil (1995, p. 122-116) explana que estes podem operar nos níveis fonético-fonológico; morfossintático e semântico, e atuam como “gatilho” na deflagração do humor. Os mecanismos mencionados pela autora são:

a) Onomatopéia: “o nome de um referente é substituído pelo som que ele produz. Esse mecanismo é muito usado na linguagem infantil” (p. 112).

b) Rima: caracterizada pela “repetição de fonemas finais dos vocábulos” (p. 113);

c) Comparação, que consiste na “ligação entre dois termos objetos por traço sêmico comum” (p. 114) e “provoca o humor porque dá maior realismo ao fato e porque facilita ao receptor o entendimento daquilo que se quer definir” (p. 114).

d) Intensificação (ênfase): característica evocada pelo discurso, sendo enfatizada por meio de advérbios intensificadores (tão, mas tão gaga...), ou, então, reproduzida na organização sintática do texto (a reprodução da gagueira, por exemplo) (p. 114).

e) Especificação por repetição: sugere, pela frequência, a constância de determinada ideia, de modo a permitir “o aparecimento da gradação que, por sua vez, cria o ambiente necessário para que a anedota se concretize” (p. 115).

f) Inversão sintática: decorrente da troca de um termo da oração por outro, com o intuito de facilitar “a inversão de pensamento, causa direta de equívocos, os quais, por sua vez, motivam o riso” (p. 116).

g) Improriedade: relacionada à “significação imprópria de certas palavras, que, empregadas indevidamente, prestam-se a provocar a oposição e conseqüentemente o riso” (p.116).

3.3.7 Travaglia (1995) e o estudo da homonímia enquanto “gatilho” do humor

Travaglia (1995), no artigo “Homonímia, mundos textuais e humor”, destaca a homonímia como um importante mecanismo de construção do sentido humorístico, “enquanto recurso linguístico que pode criar ambigüidades, resultando no mecanismo básico da bissociação, funcionando como *gatilho* do humor” (p. 43). Desse modo, o funcionamento básico da homonímia em textos humorísticos “advém da possibilidade de ativação de mais de um mundo textual, e, portanto, de mais de uma leitura” (p. 47).

O autor afirma que “ocorre homonímia quando dois signos (palavras, expressões, frases etc) têm em seus significantes fonias idênticas (ou semelhantes, se preferirmos lembrar que duas fonias nunca são exatamente iguais)” (p. 43). Utilizando como *corpus* programas humorísticos e piadas publicadas em livros e periódicos, Travaglia (1998, p. 43-46) classifica diversos tipos de homonímias que podem entrar na estruturação do texto humorístico.

O primeiro tipo de homonímia citado pelo autor constitui-se a partir do uso de **palavras idênticas**. É o caso mais recorrente de homonímia, e constitui-se por “duas palavras homófonas e/ou homógrafas que através de uma só fonia podem ativar dois significados / sentidos diferentes” (p. 43). Veja-se a seguinte anedota: Uma velhinha senta em um banco de ônibus, e, ao seu lado, coloca uma sacola. Quando um rapaz se posiciona para sentar no local, estabelece-se o diálogo entre a senhora e o moço: “– Cuidado com os ovos! [...] – Mas isso são ovos?! [...] – Não! São pregos!” (p. 44). Nesse caso, a expressão “ovos” ativa dois sentidos diferentes: “produto galináceo” e “testículos”.

O segundo tipo de homonímia se dá através do uso de **palavra / sequência**. Ocorre quando “uma palavra é homônima de uma sequência, ou seja, a palavra é percebida pelo usuário como podendo ser recortada, equivalendo a uma série de palavras” (p. 44). Na anedota “Meu amigo, você está **amando**? [...] / Sim, estou **a mando** do Coronel Cerqueira” (p. 44), a palavra “amando” por semelhança fônica passa a corresponder à sequência “a mando”.

O terceiro tipo de homonímia estabelece-se por meio de **duas sequências homônimas**. Corresponde à “homonímia entre uma expressão idiomática e uma sequência que não é expressão idiomática” (p. 44). Por exemplo, na frase “– *E aí, Mané! **Que time é teu?***” (p. 44), a sequência “que time é teu” faz referência a outra sequência, “quem te meteu”, com explícita sugestão sexual.

O quarto tipo de homonímia define-se por intermédio dos **homônimos com mudança de classe**. É o caso em que duas palavras iguais passam a pertencer a duas classes diferentes, de acordo com a perspectiva do leitor. “Tem-se o que se chama de conversão morfológica. Se o usuário percebe a palavra como sendo de

uma classe, o texto terá sentido, se a percebe como outra o texto terá outro sentido” (p. 44). É o que ocorre na seguinte anedota: “Último bilhete deixado por um obstetra: **parto sem dor**” (p. 44). A palavra “parto” pode ser tomada como um substantivo (retirada de um bebê de um ventre materno) ou como um verbo (1ª pessoa do singular do presente do indicativo do verbo *partir*).

O quinto tipo de homonímia corresponde ao **uso de expressão idiomática x mesma sequência funcionando como expressão idiomática**. Nesse caso, “o que temos é a mesma sequência de termos sendo utilizada ou não como expressão idiomática” (p. 45). É o que ocorre na anedota a seguir: “No pantanal, enquanto tomam sol, um jacaré diz para o amigo: – Meu pai tá cheio de grana. – É mesmo? E o que ele faz? – Nada... Fizeram uma carteira com ele” (p. 45). No caso, a expressão “tá cheio de grana” pode ser tomada como uma expressão idiomática, equivalendo a “ter muito dinheiro”, ou como uma expressão literal, no sentido de “conter dinheiro dentro de si”.

O sexto tipo de homonímia é representado pelos **homônimos com diferenças sintáticas**, em que um termo “adquire sentidos diversos conforme o co-texto” (p. 45). Exemplo: “O humorista entrevista as pessoas na rua sobre suas vocações profissionais: - Você **dá** para artista?” (p. 45). Nessa piada, a regência preposicionada do verbo “dar” (dar alguma coisa a/para alguém) permite, de acordo com o co-texto no qual o texto se insere, a instauração de duas significações distintas para a expressão “dá para artista”: alguém ter vocação para ser artista ou alguém ser sexualmente disponível para um artista.

Por último, Travaglia (1995) cita a **falsa homonímia**. São casos em que não se têm homônimos verdadeiros, “mas os usuários da língua fazem com que o texto funcione como se houvesse um homônimo. Isso ocorre, normalmente, por ignorância ou por não ouvir bem” (p.46). O autor exemplifica a falsa homonímia com a seguinte piada: “Um ascensorista e uma bicha no elevador: – Desce? [...] – Dei sim! E dou quando eu quiser! Quê qui cê tem a ver com isso?!” (p. 46). Nesse texto, a expressão “desce”, por falta de conhecimentos linguísticos por parte do interlocutor, foi tomada como homônima da expressão “deste” (2ª pessoa do singular do pretérito perfeito do indicativo do verbo “dar”).

3.3.8 Possenti (1998) e os recursos linguísticos construtores do humor em piadas

Possenti (1998), na obra *Os humores da língua*, dispõe-se a analisar linguisticamente as piadas e afirma que a contribuição da Linguística para o estudo do humor está em “explicar o ‘como’ e não o ‘porquê’ do humor” (p. 17). Isso ocorre, segundo o autor, pois o humor “consiste fundamentalmente numa certa técnica, na forma, e não num conteúdo ou num sentido” (p. 17). Desse modo, reitera que não existe uma Linguística do Humor; na verdade, os recursos linguísticos utilizados para falar cotidianamente são os mesmos utilizados nos textos humorísticos.

O autor ainda enfatiza que o efeito humorístico não se restringe aos elementos linguísticos, “sendo a língua apenas [...] um meio entre outros para provocar esse efeito de sentido” (p. 23). Associados aos componentes da língua estão os conhecimentos prévios sobre o contexto, compartilhados entre os interlocutores; desse modo, pode-se não entender uma piada por falta de conhecimentos prévios (como os de ordem linguística, por exemplo) (p. 19).

Dadas essas considerações, Possenti (1998, p. 28-34) enumera os “recursos linguísticos construtores de piadas”, que são:

- a) Fonologia:** por meio de semelhança fônica, permite a leitura de uma sequência a partir de uma outra sequência (p. 28-29).
- b) Morfologia (léxico):** consiste na utilização de termos ambíguos, além de trocadilhos, de modo a permitir a instauração de um discurso implícito sob um discurso literal (p. 30-31).
- c) Dêixis:** implica o uso de termos dêiticos, como os pronomes pessoais, cuja presença ou ausência pode causar ruídos na comunicação (p. 31-32).
- d) Sintaxe:** o uso de construções sintáticas que estabeleçam duplo sentido na sentença (a ambiguidade) (p. 32).
- e) Pressuposição:** é a veiculação de conteúdo pressuposto a partir do uso, na superfície linguística, de um ou mais termos (p. 32-33).

f) Inferência: envolve suposições que podem ser deduzidas a partir de uma afirmação; ou seja, diz respeito à dedução de informações novas a partir de informações dadas (p. 33).

g) Conhecimento prévio: consiste no acionamento dos conhecimentos de mundo compartilhados pelos interlocutores (p. 33-34).

h) Variação linguística: envolve questões dialetais relativas ao falares de uma língua (p. 34).

3.3.9 Lima (2003) e as (re) categorizações metafóricas na construção do humor

Lima (2003), em sua dissertação de mestrado intitulada *(Re) Categorização metafórica e humor*, trabalhando a construção dos sentidos em piadas, busca mostrar, por meio de análise de anedotas, que as “(re) categorizações, a exemplo de outros fenômenos linguísticos, operam como desencadeadores da comicidade em textos humorísticos” (p. 118). Segundo a autora, um objeto de discurso, uma vez introduzido nos textos de humor, pode ser recategorizado pelo uso de metáforas, que, por associar domínios experienciais distintos, acaba por desencadear o riso pela incongruência, ou seja, pela quebra do que é previsível. “Ou seja, a incongruência, criada por essas recategorizações, é que, de fato, quebra as expectativas do leitor, provocando o riso” (p. 120). Desse modo:

Não se pode, na verdade, pensar a construção do efeito cômico, a partir da (re) categorização metafórica, sem se admitir a instabilidade das categorias, que, uma vez introduzidas como referentes no discurso, são passíveis de modificações ao sabor dos propósitos argumentativos de um enunciador (LIMA, 2003, p. 156).

As (re) categorizações metafóricas podem ser de dois tipos: as manifestadas lexicalmente e as não manifestadas lexicalmente. As do primeiro grupo caracterizam-se pela presença de um referente explícito na superfície do texto, que se configuraria na forma de um elemento lexical. Ou seja, consistem em uma “retomada total de um referente (anáfora direta correferencial), seguida de uma (re) categorização cognitiva, por metáfora, desse mesmo referente, a qual, por sua vez, aparece na superfície textual como um item lexical recategorizador explícito” (LIMA, 2003, p. 119). No segundo grupo se enquadram os casos de anáfora indireta, em

que uma expressão é (re) categorizada, metaforicamente, não aparecendo uma nova marca lexical para essa recategorização cognitiva. Em ambos os casos, a construção da comicidade a partir das recategorizações metafóricas:

[...] depende também, em termos de mecanismos cognitivos, da capacidade de o leitor/ouvinte ativar os *frames* de organização dos espaços mentais originados a partir dos domínios conceituais descritos, estratégia que fica na dependência do conhecimento enciclopédico do leitor/ouvinte e da recuperação das informações do co(n)texto (LIMA, 2003, p. 121).

Nos tópicos abaixo, podem ser observados os principais tipos de (re) categorização metafórica e os processos que envolvem sua construção:

a) Anáfora direta correferencial, recategorizadora por metáfora, com recategorização lexical explícita: as (re) categorizações metafóricas são correferenciais por anáfora direta quando ocorre, em cada caso, “uma recategorização lexical explícita das expressões retomadas” (LIMA, 2003, p. 120). Ou seja, quando um objeto de discurso é recategorizado por meio de um outro termo lexical. Exemplo: - Por que Deus fez primeiro o homem e depois a mulher? – Porque para se fazer uma obra-prima necessita-se sempre de um rascunho (p. 119). Nesse caso, as expressões lexicais “homem” e “mulher” são recategorizadas, de modo explícito, por duas outras expressões lexicais, “rascunho” e “obra-prima”, respectivamente.

b) Anáfora indireta recategorizadora por metáfora, com repetição explícita do item lexical: Ocorre quando um objeto de discurso é recategorizado, passando a ter uma significação diferente de seu uso inicial, “não aparecendo, porém, uma nova marca lexical para essa recategorização cognitiva, mas uma repetição do mesmo item lexical” (p. 122). Exemplo:

Conversam um alemão, um americano e um brasileiro sobre esportes olímpicos. Diz o alemão.
 - Com uma vara de três metros, eu pulo três metros e oitenta!
 O americano não quer ficar atrás:
 - Pois eu, com uma vara do mesmo tamanho, cubro três metros e noventa!
 O brasileiro não deixa por menos:
 - Pois fiquem sabendo que, com uma vara de dezoito centímetros, eu como uma morenona de um metro e oitenta! (p. 122).

Na piada, o termo “vara” primeiramente é referenciado como “instrumento olímpico”, e, em segundo lugar, como “órgão sexual masculino”.

c) Anáfora indireta recategorizadora por metáfora, com recategorização lexical implícita por repetição: Ocorre quando, primeiramente, há a introdução, no discurso, de dois objetos distintos, representados por termos lexicais diferentes. Em seguida, por semelhanças implícitas, um objeto passa a recategorizar o outro, por repetição de um dos itens lexicais. Tal processo se dá por meio de “metáforas de semelhança [...], fundadas num compartilhamento de traços perceptuais entre dois domínios conceituais” (p. 124). Exemplo:

Um antropólogo vai visitar uma aldeia no meio da floresta amazônica.
 - Como você chegou até aqui? – pergunta-lhe uma índia, curiosa.
 - Eu vim de helicóptero!
 - Helicóptero?! O que é isso?
 Ele tenta explicar de uma maneira bem simples:
 - É um negócio que levanta sozinho...
 Ah! Eu sei... Meu marido tem um helicóptero enorme! (p. 124)

Na anedota, a repetição do termo “helicóptero” (inicialmente a indicar meio de transporte) recategoriza “negócio” (que, por sua vez, é tomado como o órgão sexual masculino).

d) Anáfora indireta categorizadora, com recategorização lexical explícita por metonímia: Baseado na relação parte-todo, esse processo ocorre quando um objeto discursivo é recategorizado metonimicamente a partir de um outro objeto já categorizado por metáfora (p. 127). Exemplo:

Pai, eu nasci de um ovo?
 - Claro que não, Juquinha! Por quê?
 - É que quando eu subi no elevador um homem falou para o outro: “Esse aí é o filho daquela galinha do sexto andar” (p. 126).

No texto acima, tem-se o seguinte processo:

[...] há, inicialmente, a categorização do referente ovo. Por um processo metonímico, esse referente é lexicalmente categorizado como galinha (animal), numa relação associativa entre produto-produtor, categorização essa que se dá de forma explícita. Em seguida, realiza-se um segundo processo, com AI recategorizadora por metáfora, com repetição implícita do item lexical, uma vez que a recategorização ocorre entre galinha (animal) e

galinha (mulher). Ou seja, há uma (re)categorização metafórica de galinha como mulher, que desencadeia o efeito cômico do texto (p. 127).

e) Anáfora direta correferencial, recategorizadora por metáfora, com recategorização lexical implícita: Ocorre quando há “na mesma retomada de referentes, mais de um processo de recategorização” (p. 128). Exemplo:

Durante a noite, numa pousada, aparece uma galinha no quarto do viajante. Ele, puto da vida porque o bicho estava cacarejando no seu ouvido, pega o telefone e fala para a portaria:

- Alô! Tem uma galinha aqui no meu quarto!

- Não tem importância, senhor! Ela pode preencher a ficha amanhã! (p. 128)

Nesse caso, o referente “galinha”, cuja categorização inicial é feita no nível básico (animal), em seguida é recategorizado metaforicamente, pelo porteiro, como mulher. No entanto, “ocorre uma recategorização lexical implícita, que aparece pronominalizada na superfície textual [‘Ela pode preencher a ficha amanhã’]” (p. 128).

3.3.10 Mouta (2007) e os jogos de linguagem

Mouta (2007), no artigo intitulado “Os jogos de linguagem e a aquisição de uma ‘competência humorística’ em PLE¹³”, analisa uma série de textos verbais humorísticos, e, a partir deles, lista vários mecanismos linguísticos e discursivos responsáveis pela constituição do humor. A autora enfatiza a importância do estudo de textos humorísticos no aprendizado do Português como língua estrangeira, visto que o humor é resultado de um trabalho sobre os recursos de que faculta a língua. Assim, o humor se instauraria a partir dos jogos de linguagem, que “apresentam a dupla característica de se constituírem como forma subversiva de manipulação da linguagem e de produzirem o efeito surpresa conducente ao riso” (MOUTA, 2007, p. 79).

Segundo Mouta (2007), esses jogos de linguagem apresentariam uma dupla subversão. Primeiramente, há um deslocamento da relação sónica entre significante / significado, de modo a subverter as leis da linguagem, assim como ocorre na

¹³ Português como Língua Estrangeira.

linguagem poética. Ou seja, o humor se derivaria da instabilidade das regras que regem o sistema linguístico. Sobre isso, a autora afirma que:

[...] a língua, na sua materialidade, enquanto sistema instável, não fechado, permite convocar o jogo dentro das fronteiras impostas pelas suas próprias regras. Feita de convenções, a língua nunca abandona, por assim dizer, a natureza de que emerge: se, por um lado, o caráter convencional do signo linguístico é condição da sua comunicabilidade, por outro lado, essa convencionalidade alimenta-se constantemente de novos símbolos, o que permite que a língua se desdobre numa proliferação de sentidos e impeça o seu aprisionamento na linearidade das convenções (MOUTA, 2007, p. 81).

Em segundo lugar, essa ruptura operada no sistema linguístico teria como objetivo a subversão das normas sociais, das pressões impostas pela sociedade ao indivíduo. Desse modo, coloca-se como uma “abertura para além das fronteiras do instituído, garantindo a libertação dos comportamentos sociais (...) rigorosamente vigiados pelos códigos do senso comum vigente ou padronizado” (p. 77). Diante de tal processo responsável pelo humor, a autora fala da existência do *signo humorístico*¹⁴, que emerge do uso subversivo do material linguístico, a partir de um propósito discursivo.

Portanto, “o conteúdo conceitual é intencionalmente colado à substância sonora ou escrita, ou seja, o signo, no seu aspecto material, constitui um todo onde forma e substância se entrelaçam, convidando à descoberta de novas sugestões” (p. 81). Os mecanismos linguísticos são os responsáveis pela construção do signo humorístico, por meio da transgressão ao código da linguagem, que “permite convocar o jogo dentro das fronteiras impostas pelas suas próprias regras” (p. 81).

O primeiro mecanismo citado por Mouta (2007) é a **invenção verbal**, que se refere à criação de novos vocábulos (neologismo), geralmente por condensação do léxico. Fundamentam-se “no desfalque das formas usuais obedecendo às regras de formação morfológica da categoria a que pertencem” (p. 84).

¹⁴ Após retomar a noção de signo linguístico proposta por Saussure, composto pela relação entre significante (conceito) e significado (imagem acústica), Mouta (2007) afirma que o humor é deflagrado a partir da ruptura desta relação, em que o trabalho sobre o significante altera o significado, na composição de um novo signo pelo humor (o signo humorístico).

O segundo mecanismo é o **jogo de palavras**, que tem como base os elementos lexicais. Esse mecanismo trabalha a relação equívoca entre significante e significado, utilizando-se “das potencialidades que lhe são oferecidas por fenômenos como a homofonia, a homonímia ou a paronímia” (p. 85). Logo, “uma palavra ou parte da palavra suscita uma outra com a qual se assemelha acusticamente” (p. 87).

O terceiro mecanismo corresponde aos **aforismos e provérbios parodiados**, que consiste na “deformação de [...] frases célebres, slogans ou provérbios, levando ao aparecimento de enunciados que deles se aproximam foneticamente, mas que pelo seu conteúdo semântico inesperado produzem o efeito humorístico” (p. 88). Desse modo, uma vez que convocam “a partilha de saberes declarativos comuns, resultam em novos aforismos fundados na alusão” (p. 88). Tem-se, então, um simulacro do discurso do outro.

O quarto mecanismo engloba a **ambiguidade** e a **polissemia**. Relacionados um ao outro (somente pode haver ambiguidade se a construção for polissêmica), estão ligados a “uma aproximação intencional de dois domínios diferentes. O interlocutor ri da orientação interpretativa causada pela substituição numa dada sequência significativa, de um segundo sentido (S2) que se sobrepõe ao primeiro (S1)” (p. 90). Desse modo, “compete-lhe decodificar, no tecido do texto e na rede de conotações que o termo polissêmico envolve, a coexistência desses dois sentidos” (p. 90). Convém ressaltar que, em interação com o contexto e através de uma complexa série de inferências, “o interlocutor reconstrói os dois sentidos em conflito. Para que haja efeito cômico é preciso que a ambiguidade lexical se sobreponha ao papel desambiguizador desempenhado pelo contexto” (p. 91)

O quinto mecanismo diz respeito aos **implícitos** e à **inferência humorística**. Recorrente em “técnicas, como o eufemismo, a alusão, a metáfora ou a linguagem cifrada” (p. 93), implicam a utilização do “universo de conhecimento como elemento de sentido, que opera basicamente, por um lado, como fonte supletivadora de informações deixadas implícitas pelo locutor na produção do texto” (FONSECA, 1992 apud MOUTA, 2007, p. 93). Além disso, atuam “como baliza para a projeção de um determinado valor de comunicação (ou de significação) para as expressões atualizadas” (FONSECA, 1992 apud MOUTA, 2007, p. 93). Portanto, “o humor

articula-se com a noção de implícito, a ele recorrendo para contornar com astúcia a lei do silêncio que envolve certos objetos discursivos” (MOUTA, 2007, p. 93).

O sexto mecanismo corresponde aos **pressupostos** e **subentendidos**. A pressuposição seria o processo em que o locutor, certo de que o seu interlocutor dispõe de um conjunto de informações cotextuais e contextuais que lhe permitem apreender o conteúdo implícito, “limita a produção do seu enunciado a uma simples frase elíptica que, na sua economia, se revela como um verdadeiro achado de condensação lexical e semântica” (p. 95). Por sua vez, o subentendido derivaria do processamento de sentido pelo interlocutor, que, com base no conhecimento das conotações da língua, da situação de comunicação (contexto) e do cotexto, apreenderia o conteúdo implícito a partir das marcas linguísticas contidas no enunciado (p. 95).

O sétimo e último mecanismo citado pela autora diz respeito às **implicações convencionais**. Esse mecanismo baseia-se na transgressão de convenções de uso, de modo que “a inadequação pragmática (...) provém (...) da não aceitação da convencionalidade da relação entre a forma linguística e o valor semântico-pragmática do enunciado” (p. 98). Ou seja, trata-se de casos indiciadores de “inadequação pragmática que, desrespeitando a convencionalidade da relação entre a forma linguística do enunciado e a sua função discursiva, exploram habilmente a não observância dos valores contidos nos atos indiretos” (p. 98).

3.3.11 Arcine (2010) e o papel da memória na construção humorística

Arcine (2010), no artigo “O papel da memória na produção de um quadro humorístico”, por meio da análise de um quadro de humor exibido no dia 19 de outubro de 2008 pelo programa televisivo Pânico na TV (o qual mostra o confronto entre as polícias civil e militar no estado de São Paulo), destaca a importância fundamental da memória discursiva na construção humorística. A autora começa sua explanação enfatizando que é um traço constitutivo de todo texto ser um objeto heterogêneo, ou seja, “ter a presença de outros textos na constituição de seus sentidos e, com isso, a sua compreensão sempre depende do conhecimento de

outros textos existentes” (p. 1). No momento de produção e de significação textual, essa memória discursiva é retomada e deslocada a fim de apreender novos sentidos.

Arcine (2010, p. 6) compreende a memória como possibilidade do dizível, o saber que garante que nossas palavras tenham sentido:

[...] esse conceito é definido como saber discursivo, como matéria fundante da linguagem, isto é, não há discurso sem memória e essa memória é sempre retomada, deslocada e atualizada a cada dizer; dessa forma, estamos diante de uma superfície que reúne todos os sentidos que já circularam e já foram ditos e também aqueles esquecidos, apagados ou impossíveis de dizer, todos eles são condições do dizível e determinam os discursos.

No caso dos textos humorísticos, para que o riso se construa é preciso que o interlocutor reconheça o intertexto que constitui o trâmite discursivo, busque na memória as características da temática abordada e perceba as retomadas, deslocamentos e inversões propostos para a construção dos sentidos. Ou seja, deve-se supor que:

algo fala antes e já foi inscrito na história de algum modo, tornado possível a toda formação discursiva (FD) fazer circular formulações anteriores, já enunciadas, sob a forma de repetição [...] ou sob o modo de ruptura do diferente. Isto implica dizer que, embalado pela tensão do dizer, o sujeito ancora-se em redes de memória para enunciar, mas o faz sempre de modo particular podendo repetir parafrasticamente sentidos que já estão legitimados ou inscrevendo, nas brechas deles, o efeito de resistência (ARCINE, 2010, p. 6).

Nas paródias, por exemplo, é imprescindível reconhecer o discurso que, retomado e atualizado, serviu de base para o deslocamento significativo proporcionado pela subversão – responsável pelo efeito cômico. Portanto, na paródia, vemos o ambíguo, o duplo figurando na construção dos sentidos, por meio da memória.

3.3.12 Possenti (2010): outras técnicas do humor

Possenti (2010), na obra *Humor, língua e discurso*, dispõe-se a estudar o humor em um total de quinze ensaios, e explana diversas técnicas que permitem o estabelecimento do sentido humorístico.

A primeira técnica elencada por Possenti (2010) é o **acontecimento**, que designa uma situação, única, que permite a constituição de um enunciado. Nas palavras do estudioso, o acontecimento caracteriza-se por “relações determinadas entre linguagem e história, e que [...] explicam o surgimento, a circulação e a interpretação de textos” (p. 28). Essa situação significa na medida em que recorta, na memória, um conjunto de outras enunciações, que, por sua vez, está relacionado a outros acontecimentos. No caso do texto humorístico, este “funciona a partir da memória ou dos acontecimentos, tanto para sua produção quanto para sua significação” (p. 35). Observe-se a seguinte piada: “José (olhando para o berço): – Ele é forte e saudável. Pena que só vai viver 33 anos. Maria (suspirando): – Mas, para um palestino, até que não está mal” (p. 35). Essa anedota funciona a partir de dois acontecimentos: o nascimento de Cristo há cerca de 2000 anos atrás e a morte precoce de jovens palestinos na atualidade. O humor surge uma vez que ambos os acontecimentos são misturados, e “toma-se o nascimento de Cristo como pretexto para falar da expectativa de vida dos jovens palestinos de hoje” (p. 35).

A segunda técnica citada pelo autor é o **estereótipo**, que está ligada à identidade cultural, à representação que se tem acerca de algum indivíduo, situação ou grupo de pessoas. Cabe ressaltar “que o fato de que a identidade é uma representação imaginária não significa que não tenha amparo no real. Significa apenas que não é seu espelho, sua cópia” (p. 40). Ou seja, as identidades firmam-se no real, embora não correspondam a ele em sua totalidade, sendo, na verdade, um simulacro “que um grupo em princípio não assume”, mas que lhe é atribuída “de um outro lugar, eventualmente pelo Outro” (p. 40). Muitas vezes, as piadas e anedotas partem de estereótipos que envolvem identidades sociais profundamente arraigadas na sociedade, como, por exemplo, “a inglesa é fria”, “o baiano é preguiçoso”, “a loira é burra”, “o gaúcho é veado”, “o argentino é arrogante” (p. 40-41), entre outros. Observa-se, então, que uso de estereótipos deflagra o humor na medida em que se baseia em discursos cristalizados.

A terceira técnica explanada por Possenti (2010) é o **imaginário sobre línguas**, que diz respeito a “certos estereótipos [...] construídos em relação às línguas. [...] Ora, sabe-se que todo mundo tem opinião sobre ela, sobre como deveriam ser, sobre os desempenhos dos falantes etc” (p. 52). Os textos humorísticos que exploram esse

mecanismo trabalham, geralmente, os aspectos estruturais do idioma (muitas consoantes juntas, palavras muito longas, dificuldades de elocução, por exemplo), e, também, uma suposta uniformidade do significante, em que uma sequência de sons teria sempre o mesmo sentido (p. 52). É o que ocorre em “dicionários” humorísticos, em que há a exploração de aspectos fônicos para a criação de léxicos inusitados que remetem a uma determinada língua, o que culmina na constituição do humor. Veja-se: **dicionário português-alemão** (“abrir a porta: *destranken* [destrancar é uma das formas de abrir]”) (p. 55); **dicionário português-russo** (“sogra: *storva* [pessoa que atrapalha, incomoda, estorva]”) (p. 56).

A quarta técnica disposta pelo estudioso é o uso de **idiomatismos**. Estes “são expressões formadas segundo as regras da sintaxe da língua, mas que são interpretadas como se fossem uma palavra (tomar banho = banhar-se; rodar a baiana = irritar-se; dar com os burros n’água = fracassar) (p. 62). Embora sintaticamente constituam oração ou sintagma, funcionam, do ponto de vista semântico, como uma palavra. São construções polissêmicas, cujo sentido pode variar de acordo com o contexto de ocorrência, “exceto o que seria seu sentido literal” (p. 62). Os textos humorísticos que fazem uso de expressões idiomáticas são engraçados uma vez que “impõem – melhor, fazem de conta que impõem – uma leitura literal e composicional dos idiomatismos” (p. 63). É o que ocorre na anedota a seguir: “ – O que é afta? – Afta, afta, afta... puxa, está na ponta da língua” (p. 67). Nesse caso, “estar na ponta da língua” significa que o falante está prestes a lembrar-se de algo; porém, na piada, a expressão indicaria o local da irrupção da afta.

A quinta técnica relatada por Possenti (2010) é a **eufemização**, efeito de discurso provocado pela substituição de um termo por outros de significação mais branda – que o autor chama de “substitutos ‘limpos’” (p. 71) – por questões epistemológicas ou éticas. Como exemplo, em vez de *negro*, usa-se o termo *afro-descendente*; em vez de *prostituta*, *prestadora de serviços sexuais*; *velhos* não são mais velhos, mas pertencem à *terceira idade*; não há mais *impotência*, mas *disfunção erétil* (p. 71). Em textos humorísticos, como verifica o estudioso, o eufemismo caracteriza-se principalmente pelo exagero no uso de termos brandos para expressões comuns, o que desencadeia o riso pelo inusitado. É o que ocorre quando se usa “Distribuidor de Produtos Alternativos de Alta Rotatividade” para referir-se ao camelo;

“Distribuidor de Recursos Humanos” no lugar de motorista; “Auxiliar de Serviços de Engenharia Civil” ao invés de peão de obra; “Técnico em Redistribuição de Renda” para fazer menção ao ladrão (p. 75).

A sexta técnica exposta na obra em questão é a **repetição de tópicos** (*topoi*). Segundo o autor, muitos textos humorísticos “não se caracterizam por veicular discursos novos, mas por explorar de forma específica discursos correntes – no caso alguns estereótipos e fantasias” (POSSENTI, 2010, p. 82). Em outras palavras, o surgimento, a circulação e a sobrevivência de várias anedotas “se explicam por retomarem os lugares mais do que comuns [...]” (p. 83). É o que ocorre com piadas cujos temas dizem respeito a etnias e populações com identidade bastante estereotipada, além de traços característicos que são associados a um grupo de pessoas (como é o caso da associação da masculinidade ao tamanho do órgão sexual masculino) (p. 83). Desse modo, por meio dos textos humorísticos é possível a explicitação e reconhecimento de traços culturais e ideológicos que permeiam uma sociedade.

A sétima técnica explicitada por Possenti (2010) é o **duplo sentido**, ou seja, a ambiguidade instaurada a partir do equívoco a que os humoristas destinam a língua, “pois manipulam palavras ou construções populares correntes” (p. 92). O autor, para explicar esse mecanismo, utiliza-se principalmente de canções populares nordestinas, cujo traço principal é “serem ambíguos, e de uma ambiguidade bem característica: o sentido ‘segundo’ é sempre relativo a sexo. Mais claramente, quase sempre diz respeito à cópula, enfatizando a masculinidade [...]” (p. 91). A ambiguidade nesses textos aparece sob a forma de construtos (formulações que apresentam duplo sentido totalmente claro), que aparecem repetidos em circunstâncias similares. Entre os vários exemplos citados, cite-se um trecho da música *Chique-chique*, de Genival Lacerda, cujo refrão é “Ele está de olho é na *butique* dela”, cuja palavra-chave “*butique*” pode sugerir “*bunda*”.

Após a resenha das obras que expõem diferentes técnicas que atuam na deflagração de sentido humorístico, convém mencionar também os trabalhos de estudiosos que, baseando-se em diferentes teorias, preocupam-se em explicar / estudar a construção do humor, como é o caso de: Barbuio (2010); Carmelino

(2009a; 2009b; 2009c; 2011a; 2011b); Carmelino e Trentin (2010); Delpoio (2008); Folkis (2004); Gatti (2007); Lins (2002; 2003; 2008; 2009); Magalhães (2008); Nélo e Silveira (2009; 2010); Ramos (2007); Shirayama (2006) e Silva (2009)¹⁵.

3.4 Balanço das técnicas humorísticas

A partir do conteúdo exposto anteriormente, para tornar mais clara a explanação, apresenta-se um quadro que sintetiza as técnicas elencadas por cada um dos autores citados no levantamento bibliográfico. Os dados estão dispostos na mesma ordem em que aparecem no texto.

AUTOR	OBRA	MECANISMOS
Bergson (1987)	<i>O riso: ensaio sobre a significação do cômico (1900)</i>	- repetição - inversão - interferência de séries
Freud (1905)	<i>O chiste e sua relação com o inconsciente</i>	- condensação - emprego do mesmo material - duplo sentido (ou jogo de palavras) - trocadilho - deslocamento - unificação - contradição
Propp (1992)	<i>Comicidade e riso</i>	- paródia - exagero - trocadilho [calembur] - paradoxo - tirada - ironia
Raskin (1985)	<i>Semantic mechanisms of humor</i>	- ambiguidade - contradição
Travaglia (1992)	“O que é engraçado? Categoria do risível e do humor na televisão”	- cumplicidade - ironia - mistura de lugares sociais - ambiguidade - uso de estereótipo - contradição - sugestão - descontinuidade de tópico - paródia - jogo de palavras - quebra- língua - exagero - desrespeito a regras conversacionais - observações metalinguísticas - violação das normas sociais

¹⁵ Os dados completos encontram-se no item referências, ao final deste trabalho.

Gil (1995)	<i>Humor: alguns mecanismos linguísticos</i>	<ul style="list-style-type: none"> - onomatopéia - rima - comparação - intensificação [ênfase] - especificação por repetição - inversão sintática - impropriedade
Travaglia (1995)	“Homonímia, mundos textuais e humor”	<p>(Tipos de homonímia)</p> <ul style="list-style-type: none"> - palavras idênticas - palavra / sequência - duas sequências homônimas - homônimos com mudança de classe - expressão idiomática x mesma sequência funcionando como expressão idiomática - homônimos com diferenças sintáticas - falsa homonímia.
Possenti (1998)	<i>Os humores da língua</i>	<ul style="list-style-type: none"> - fonologia - morfologia (léxico) - dêixis - sintaxe - pressuposição - inferência - conhecimento prévio - variação linguística
Lima (2003)	<i>(Re) Categorização metafórica e humor: trabalhando com a construção de sentido em piadas</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Anáfora direta correferencial, recategorizadora por metáfora, com recategorização lexical explícita - Anáfora indireta recategorizadora por metáfora, com repetição explícita do item lexical - Anáfora indireta recategorizadora por metáfora, com recategorização lexical implícita por repetição - Anáfora indireta recategorizadora, com recategorização lexical explícita por metonímia - Anáfora direta correferencial, recategorizadora por metáfora, com recategorização lexical implícita.
Mouta (2007)	<i>Os jogos de linguagem e a aquisição de uma ‘competência humorística’ em PLE</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Invenção verbal - jogo de palavras - Aforismo e provérbios parodiados - Ambiguidade e polissemia - Implícitos e inferência humorística - Pressupostos e subentendidos - Implicações convencionais
Arcine (2010)	<i>O papel da memória na produção de um quadro humorístico</i>	<ul style="list-style-type: none"> - memória

Possenti (2010)	<i>Humor, língua e discurso</i>	<ul style="list-style-type: none"> - acontecimento - estereótipo - imaginário sobre línguas - idiomatismo - eufemização - repetição (<i>topoi</i>) - duplo sentido
------------------------	---------------------------------	---

QUADRO 3 – RESUMO DAS TÉCNICAS HUMORÍSTICAS

Visto que um dos objetivos deste trabalho é identificar as técnicas humorísticas que estão na base da construção do humor nas “frases engraçadas” que versam sobre bebida, é importante realizar um balanço entre as abordagens apresentadas a fim de detectar as possíveis convergências e/ou divergências entre as classificações das técnicas.

Inicialmente, pode-se enfatizar que diversas técnicas são citadas por mais de um autor. O **duplo sentido** (ambiguidade) é exposto por Freud (1905), Raskin (1985), Travaglia (1992), Mouta (2007), Possenti (2010) e Bergson (1987) – este o nomeia de “interferência de séries”. O **jogo de palavras**, enquanto trabalho sobre o léxico da língua, é expresso por Travaglia (1992) e Mouta (2007). O **trocadilho** é mencionado por Freud (1905) e Propp (1992). A **paródia** é citada por Propp (1992), Travaglia (1992) e Mouta (2007), a qual a chama de “aforismos e provérbios parodiados”. O **exagero** (hipérbole) é enfatizado por Propp (1992), Travaglia (1992) e Gil (1995), a qual o denomina de “intensificação”. A **ironia** aparece nas colocações de Propp (1992) e de Travaglia (1992). A **contradição**, por sua vez, é elencada por Freud (1905), Raskin (1985) e Travaglia (1992). O **estereótipo** é focado por Travaglia (1992) e Possenti (2010). A **pressuposição** e **inferência** são expostas por Possenti (1998) e Mouta (2007). A **repetição** é citada por Bergson (1987), Gil (1995), Possenti (2010) e Freud (1905), o qual a denomina de “emprego do mesmo material”. A **inversão** é enfatizada por Bergson (1987) e Gil (1995).

Há técnicas que apresentam nomenclaturas diferentes, mas podem ser consideradas como equivalentes, pertencendo ao mesmo grupo. O **desrespeito às regras conversacionais** e a **violação das normas sociais**, referidos por Travaglia (1992), equivalem ao que Mouta (2007) chama de **implicações convencionais**. Além disso, o **trocadilho**, enquanto trabalho sobre a semelhança fônica das palavras, pode ser caracterizado como um **jogo de palavras**.

Considerando o texto de Lima (2003) sobre os tipos de **recategorização metafórica** e o de Travaglia (1995) sobre os tipos de **homonímia**, verifica-se que todas as subcategorias, devido à relação parte-todo, podem ser expressas apenas pela designação referente à categoria geral (“recategorização metafórica” e “homonímia”, respectivamente). Entende-se que isso pode evitar a redundância no levantamento das técnicas.

A partir do balanço acima, após a desconsideração das repetições e do agrupamento das técnicas humorísticas que pertencem a uma mesma categoria, chega-se a um total de quarenta e três (43) recursos, a saber: *acontecimento*; *comparação*; *condensação*; *contradição*; *conhecimento prévio*; *cumplicidade*; *dêixis*; *descontinuidade tópica*; *deslocamento*; *duplo sentido* (ambiguidade); *estereótipo*; *eufemização*; *exagero* (hipérbole); *especificação por repetição*; *emprego do mesmo material* (repetição); *fonologia*; *homonímia*; *implicação convencional*; *impropriedade*; *invenção verbal* (neologismo); *inferência*; *idiomatismo*; *inversão*; *ironia*; *imaginário sobre línguas*; *jogo de palavras* (trocadilho); *mistura de lugares sociais*; *morfologia*; *memória discursiva*; *onomatopeia*; *observação metalinguística*; *paródia*; *paradoxo*; *pressuposição*; *quebra-línguas*; *recategorização metafórica* (metáfora); *rima*; *sintaxe*; *subentendido*; *sugestão*; *tirada*; *unificação e variação linguística*.

As diversas técnicas apresentadas vinculam-se a abordagens / teorias diferentes, podendo ser de ordem histórica (o acontecimento), social (a mistura de lugares sociais), discursiva (o estereótipo, o imaginário sobre línguas, a memória discursiva e a unificação), pragmática (a cumplicidade, a dêixis, a descontinuidade de tópico, a impropriedade e as implicações convencionais), entre outras. Entretanto, todos os mecanismos expostos mantêm, de certa forma, relação com a linguagem. Dessa forma, todas as técnicas humorísticas levantadas serão consideradas na análise das frases.

Convém salientar que este trabalho fundamenta-se nos pressupostos teóricos da Linguística Textual de base sociocognitivista e sociointeracionista, para a qual o texto é uma atividade significativa. Nesta perspectiva, na construção de sentido são mobilizados, por meio da inferência, diversos conhecimentos alocados na memória dos interlocutores, a partir dos elementos constituintes da superfície textual. Na

análise, pode-se constatar, conforme demonstraremos, que o conhecimento prévio e a inferência estão na base da construção de sentido de todas as “frases engraçadas” selecionadas, possibilitando a atuação / compreensão das técnicas humorísticas.

As técnicas humorísticas somente permitem a construção do humor na medida em que são mobilizados, por meio da inferência, dados armazenados nos modelos cognitivos do leitor. Ou seja, os modelos mentais atuam na significação humorística, estando na base da construção de sentido, uma vez que as lacunas presentes no texto de humor são preenchidas a partir das informações que compõem os modelos cognitivos.

Pode-se inferir o que não está na superfície textual apenas por meio dos sistemas de conhecimento, que, mobilizados pelos mecanismos linguísticos ou extralinguísticos, possibilitam o estabelecimento da coerência no texto. Este se torna humorístico à medida que é tomado dentro de uma situação enunciativa tida como engraçada. Como afirma França (2006, p. 121), “no contrato humorístico, o riso só é deflagrado se as inúmeras pistas deixadas pelo autor/locutor forem preenchidas adequadamente pelo interlocutor”. E esse processo de preenchimento exige o acionamento dos dados contidos nos modelos mentais. A respeito do efeito de sentido em textos humorísticos, Travaglia (1998, p. 42-43) afirma que:

[...] no estabelecimento do efeito de sentido que um texto é capaz de produzir entre interlocutores em uma situação de interação comunicativa, é de grande importância a ativação do conhecimento de mundo realizada pelos interlocutores a partir do material linguístico que constitui este mesmo texto. Usando este conhecimento de mundo os interlocutores criam um mundo textual que é fundamental para o estabelecimento do efeito de sentido que ocorre e, portanto, para o estabelecimento da coerência desse texto, de uma unidade / continuidade de sentido.

Para que haja a construção do sentido humorístico, as expectativas do leitor/ouvinte (aquilo que ele tem como norma, suas crenças, seu conhecimento de mundo) são desestabilizadas, o que deflagra “seu efeito de humor, causado justamente pela ruptura em relação ao esperado, aos modelos socialmente construídos” (KOCH, 2010, p. 69). Ou seja, o que é posto em foco pelo humor são os modelos de mundo,

que são contraditos para que o efeito de sentido se estabeleça. Como afirma França (2006, p. 119):

Na verdade, a transgressão é inédita, porque foge do padrão, do esperado. Assim, a questão da produtividade se coloca claramente: quem transgride conhece a norma, que é pressuposta. Ou seja, o humor desvela a transgressão, que só é transgressão mediante a inferência do código, da norma. Como um adendo, o texto cômico cria a expectativa da norma, para depois refutá-la.

Em suma, os modelos mentais atuam, na construção do sentido humorístico, de duas maneiras: tanto na apreensão do conteúdo implícito no texto, por meio de processos inferenciais (ou seja, as lacunas significativas são preenchidas com informações dos sistemas de conhecimento), quanto no estabelecimento de um parâmetro de previsibilidade, a partir das experiências socialmente partilhadas que se encontram alocadas na memória, o que permite a percepção da incongruência. Neste caso, o reconhecimento da incongruência exige primeiramente a percepção de segundo *frame* coerente – *frame* de origem, de modo “que só é possível compreender alguma diferença, se houver um conhecimento prévio de contextos coerentes que possam servir de referência” (ROMÃO, 2001, p. 53). Desse modo, pode-se afirmar que a inferência, ao possibilitar a apreensão de conteúdo implícito a partir de informações dos modelos mentais, está na base da construção do humor. Logo, as demais técnicas humorísticas, como a paródia, a inversão e a contradição, dependem dos processos inferenciais para sua compreensão.

4 CONSTRUÇÃO DO *ETHOS*

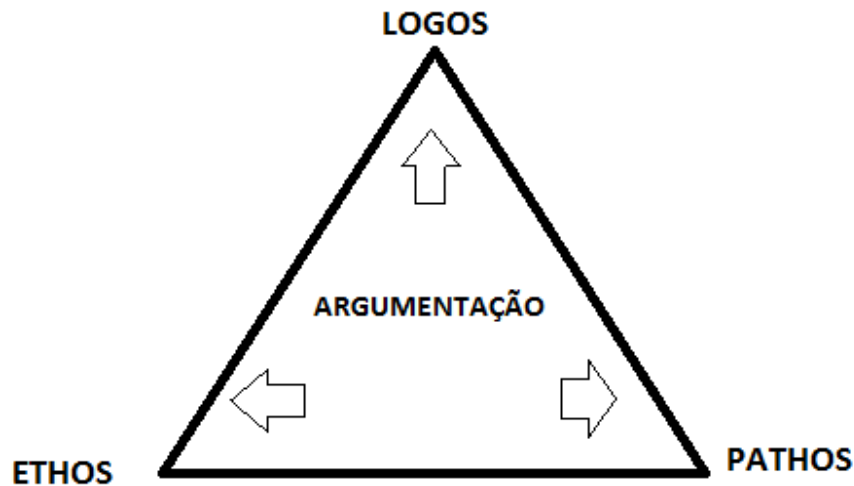
Neste capítulo, desenvolve-se uma sucinta abordagem do conceito de *ethos* e sua relação com a finalidade discursiva dos textos. No tópico 3.1, faz-se um breve percurso da noção de *ethos*, de Aristóteles às ciências da linguagem contemporâneas, focando-o enquanto elemento construtor do discurso. No tópico 3.2, situa-se o *ethos* no contexto das abordagens retóricas atuais, de base aristotélica, perspectiva adotada na análise das frases engraçadas para compreender como se constrói a imagem do bêbado.

4.1 *Ethos*: breve percurso

O conceito de *ethos* advém da Retórica, mais precisamente da *Arte Retórica* de Aristóteles, que o compreendia como “a construção de uma imagem de si destinada a garantir o sucesso do empreendimento oratório” (AMOSSY, 2008, p. 10). Em outras palavras, o *ethos* estaria relacionado às virtudes do orador, capaz de conferir legitimidade ao seu discurso, e, conseqüentemente, possibilitar a adesão do público, e se manifestaria através das seguintes características: *areté* (virtude), *phronésis* (sabedoria) e *eunóia* (benevolência). Convém destacar que tais qualidades morais não correspondem, necessariamente, aos hábitos reais do orador, mas, sim, aos costumes apreendidos no discurso (FERREIRA, 2010).

De acordo com a retórica aristotélica, o *ethos*, juntamente com o *pathos* e o *logos*, constituiria a tríade discursiva por meio da qual o orador visa a convencer / persuadir o auditório. Enquanto o *ethos* se assentaria no caráter do orador, o *pathos* estaria centrado nas paixões e nas crenças que suscitam a emotividade do auditório, ao qual o orador apela no momento da elaboração discursiva; logo, “é o conjunto de valores implícitos das respostas fora de questão, que alimentam as indagações que um indivíduo considera como pertinentes” (MEYER, 2007, p. 39). Por último, temos o *logos* (palavra, razão), que “é tudo aquilo que está em questão” (MEYER, 2007, p. 45), as proposições, os argumentos sobre os quais o discurso se constrói. Pode-se

ressaltar que “o logos convence *em si e por si mesmo*, independentemente da situação concreta, enquanto o *ethos* e o *pathos* estão sempre ligados à problemática específica de uma situação” (EGGS, 2008, p. 41). Adam (2008) representa a tríade no seguinte esquema:



Esquema 1 – Esquematização discursiva
Fonte: (ADAM, 2008, p. 94)

Porém, com o tempo, o conceito de *ethos* se ampliou, passando a significar “a imagem que o orador constrói *de si e dos outros* no interior do discurso” (FERREIRA, 2010, p. 90), apresentando-se como “aquele ou aquela com quem o auditório se identifica, o que tem como resultado conseguir com que suas respostas sobre a questão sejam aceitas” (MEYER, 2007, p. 35). A questão da construção da imagem no discurso deixou de ser do domínio exclusivo da Retórica, sendo integrado às atuais ciências da linguagem, desde a Linguística da Enunciação à Análise de Discurso (AMOSSY, 2008).

A Linguística da Enunciação, ao colocar em foco a constituição do enunciado, principalmente a partir dos estudos de Benveniste (1974), passa a considerar o locutor “que mobiliza a língua, que a faz funcionar ao utilizá-la” (AMOSSY, 2008, p. 11). Paralelamente, delinea-se a noção de “quadro figurativo” (interdependência dos parceiros na interlocução), que põe o locutor (A) e o locutário (B) em relação de mutualidade, em que ambos constroem uma imagem um do outro, na cadeia de comunicação.

Por sua vez, a Pragmática opera a passagem da interlocução à interação; os participantes da comunicação são denominados de “interactantes”. Sob esse viés, “dizer que os participantes interagem é supor que a imagem construída no e pelo discurso participa da influência que um exerce sobre o outro” (AMOSSY, 2008, p. 12). Goffman (1974) insere o conceito de *representação*, em que a troca verbal é submetida a um regulamento social, e “a apresentação de si é tributária dos papéis sociais e dos dados situacionais” (AMOSSY, 2008, p. 13).

Ducrot (1984), sob perspectiva semântico-pragmática, é o primeiro a utilizar o termo *ethos* no âmbito da Linguística. Em sua teoria polifônica da enunciação, o autor diferencia “as instâncias internas do discurso, que são ficções discursivas, [do] ser empírico que se situa fora da linguagem” (AMOSSY, 2008, p. 14). Ou seja, o Locutor (L) diverge do Enunciador (E), do qual se origina as posições expressas pelo discurso. Portanto, “analisar o locutor L no discurso consiste não em ver o que ele diz de si mesmo, mas em conhecer as modalidades de sua fala” (AMOSSY, 2008, p. 15). É nesse momento que Ducrot recorre à noção de *ethos* para “designar a imagem do locutor como ser do discurso”, cuja fala representa uma “ação que visa a influenciar o parceiro” (AMOSSY, 2008, p. 15).

Mainueneau (2001), teórico da Análise de Discurso francesa, retoma as noções de “quadro figurativo” (proposta por Benveniste) e de *ethos* (cunhada por Ducrot) e as relaciona à constituição da cena enunciativa. Desse modo, “se cada tipo de discurso comporta uma distribuição preestabelecida de papéis, o locutor pode escolher mais ou menos livremente sua cenografia” (AMOSSY, 2008, p. 16). O *ethos* apoiaria-se, portanto, “num conjunto difuso de representações sociais avaliadas positiva ou negativamente, em estereótipos que a enunciação contribui para confrontar ou transformar (...)”, sendo “fundamentalmente um processo interativo de influência sobre o outro” (MAINGUENEAU, 2008, p. 17-18). Portanto, o dizer permite a constituição de uma imagem de si, que é apreendida pelo locutário por intermédio do discurso. Ou seja, há a construção, no discurso, de imagens representativas dos elementos envolvidos na interação; conseqüentemente atribuem-se juízos de valor a respeito dos interactantes.

4.2 A concepção de *ethos* na Nova Retórica

A Retórica, na atualidade, busca “compreender e explicar como o discurso se torna eficaz” (AMOSSY, 2008, p. 10). Sob tal perspectiva, a própria tomada de palavra é tida como um ato retórico, na medida em que, enquanto construtores sociais, os indivíduos utilizam-se da linguagem, em um contexto de interação, como um instrumento de influência, de orientação, de estabelecimento de acordos entre os participantes (FERREIRA, 2010, p. 13). Pode-se afirmar, então, que “[...] Todo discurso é [...] uma construção retórica, uma vez que procura conduzir o auditório numa direção determinada e projetar um ponto de vista, em busca de adesão” (FERREIRA, 2010, p. 49).

O discurso, enquanto atividade retórica, estrutura-se dentro de uma situação interativa a envolver tanto aquele que desenvolve (locutor) quanto o que recebe (interlocutor) a produção de linguagem, possibilitando sua produção e significação – é o *contexto retórico*. Este é constituído pelo conhecimento partilhado entre os participantes e pelas contingências sociais, históricas, culturais e psicológicas que circundam a elaboração discursiva. Portanto, “para desvendar os sentidos de um texto, recomenda-se interrogar o texto exaustivamente, a fim de encontrar os lugares da interpretação” (FERREIRA, 2010, p. 52). A respeito disso, Meyer (2007, p. 43) afirma que:

O locutor supõe o que o outro sabe e cada um sabe que ele o sabe, um saber que deve ser mútuo, se o interlocutor, por sua vez, tomar a palavra. Esse é o mundo comum, mas indeterminado no detalhe, que está na base da transação linguística. Esse saber partilhado, que permite a troca, chama-se contexto: o contexto é o conjunto de respostas supostas que o orador e o auditório devem compartilhar, a título de conhecimento.

Se o contexto retórico é imprescindível na produção discursiva, visto que se assenta no conhecimento prévio entre os envolvidos na interação, a regular a elaboração / recepção dos textos, é somente a partir do agenciamento entre os interactantes que o *ethos* se constrói e pode ser identificado. Logo, o *ethos* é uma construção do discurso condicionada aos interesses mútuos dos integrantes da atividade discursiva, de modo que “o orador adapta sua apresentação de si aos esquemas coletivos que ele crê interiorizados e valorizados por seu público-alvo” (AMOSSY, 2008, p. 126). Para que a imagem do orador se construa no discurso não é

necessário que aquele explique, de modo direto, suas características. A maneira como ele elabora o seu discurso (seu estilo, as temáticas que aborda) e as imagens que ele constrói dos outros elementos envolvidos na interação delinea, por si só, uma imagem de si.

Segundo a tradição retórica, a legitimidade do discurso e a sua capacidade de influenciar o público-alvo estão ligadas à autoridade do orador. Este, por sua vez, constrói-se discursivamente levando em consideração as representações partilhadas pelo seu público-alvo. Ou seja, “o orador constrói sua própria imagem em função da imagem que ele faz de seu auditório, isto é, das representações do orador confiável e competente que ele crê ser as do público” (AMOSSY, 2008, p. 124). É baseado nessa projeção que o locutor seleciona o seu léxico, faz seus recortes temáticos visando à adesão do interlocutor à sua proposta; desse modo, “o lugar que engendra o *ethos* é, portanto, o discurso, o *logos* do orador, e esse lugar se mostra apenas mediante as escolhas feitas por ele” (EGGS, 2008, p. 31). Sob essa perspectiva, Amossy (2008, p. 9) afirma que:

Todo ato de tomar a palavra implica a construção de uma imagem de si. Para tanto, não é necessário que o locutor faça seu auto-retrato, detalhe suas qualidades nem mesmo que fale explicitamente de si. Seu estilo, suas competências linguísticas e enciclopédicas, suas crenças implícitas são suficientes para construir uma representação de sua pessoa. [...] A apresentação de si não se limita a uma técnica apreendida, a um artifício: ela se efetua, frequentemente, à revelia dos parceiros, nas trocas verbais mais corriqueiras e pessoais.

Ao proceder a um reconhecimento prévio de seu interlocutor, o orador engaja no processo de **estereotipagem**, “operação que consiste em pensar o real por meio de uma representação cultural preexistente, um esquema coletivo cristalizado” (AMOSSY, 2008, p. 126). Ou seja, a construção do *ethos* do orador parte da inserção do seu público-alvo em uma categoria (social, étnica, política etc), procedimento definidor de sua elaboração discursiva (o discurso do orador elabora-se em consonância com o interlocutor deseja ouvir / ler).

5 METODOLOGIA

Neste capítulo, discorre-se sobre os procedimentos metodológicos utilizados na análise das “frases engraçadas”. No primeiro tópico, são expostas informações sobre o *site* Os Vigaristas, além de dados sobre a disposição, classificação e seleção das frases que serão analisadas. No segundo tópico são apresentados os critérios de análise do *corpus*, como a perspectiva teórica, os aspectos da pesquisa e os passos de análise.

5.1 *Corpus* de análise

5.1.1 *Site* Os Vigaristas

O *site* Os Vigaristas (www.osvigaristas.com.br) é um espaço virtual, uma página na *Internet* aberta ao público em geral, que armazena e socializa textos, frases, imagens e vídeos que contenham conteúdo humorístico. Tem como finalidade imediata o divertimento daqueles que o acessam. O material veiculado em Os Vigaristas não é produzido por um único indivíduo; antes, são os próprios leitores que enviam suas produções, as quais são lançadas na rede por um moderador. Desse modo, o *site* mostra-se como um espaço coletivo, de socialização de conhecimentos e de práticas sociais.

Em cada item enviado deve constar o nome (ou apelido) de quem o produziu, sendo obrigatória a identificação do emissor. Antes de ser postado, esse material é revisto pelos moderadores a fim de verificar se é apropriado ou não para circulação na rede mundial de computadores, de modo a impedir a circulação de conteúdos ilegais, como pedofilia, por exemplo. Trata-se da proposta ética do *site* – divertir sem denegrir, sempre mantendo a qualidade do que é publicado¹⁶.

¹⁶ Para mais informações, clique no *link* “Quem somos”, em Os Vigaristas. Ver: <http://www.osvigaristas.com.br/quem-somos/>

Quanto ao seu surgimento, Os Vigaristas foi criado nas férias de julho de 2004, quando um grupo de amigos procurava um modo de se comunicar pela *Internet* de uma forma mais conjunta, pois, até aquele momento, o Orkut era apenas um projeto novo que poucas pessoas conheciam. No dia 17 de outubro de 2004 foi lançado, então, um fórum para divulgar notícias curiosas. Seguiu-se esse modelo até que o grupo começou a juntar material de conteúdo cômico que recebia, o que culminou na elaboração do *site*, cuja logomarca (mascote) é um macaquinho amarelo (ilustração 1). Atualmente, a página recebe a visita diária de internautas interessados em postar textos e imagens que possuam conteúdo humorístico, a propiciar a divulgação de parte do que é produzido no Brasil, e fora do país, em termos de humor¹⁷.



Ilustração 1 - Mascote do *site* Os Vigaristas
Fonte: *Site* Os Vigaristas

5.1.2 “Frases engraçadas”: disposição, classificação e seleção

Os internautas que postam materiais de caráter humorístico em Os Vigaristas chamam de “frases engraçadas” aquelas frases que tem a capacidade de produzir o riso no leitor por meio da abordagem de temas controversos e de tabus sociais, como sexo, homossexualidade, malandragem, entre outros. Para postar as frases, os leitores, ao acessarem a página, preenchem um formulário *online* encontrado no

¹⁷ As informações sobre o *site*, inclusive a logomarca, foram obtidas por contato, via *email*, com o grupo responsável pela manutenção da página. O endereço *online* é contato@osvigaristas.com.br.

link “Envie uma frase”, situado no topo das páginas de frase; não é necessário nenhum tipo de cadastro pessoal, a não ser um nome para identificação. Postadas as frases, essas são exibidas no *site* de modo organizado, uma após a outra, seguidas pela classificação dada às produções pelos visitantes (péssimo, ruim, regular, bom, muito bom, excelente), marcada por meio de cinco estrelinhas, o nome de quem postou (ou o apelido) e a data de emissão.

Os VIGARISTAS
Os Vigaristas » Frases » Engraçadas

Buscar...

Frasas Engraçadas [Envie uma frase](#)

Siga @Os_Vigaristas pelo Twitter e fique sabendo de todas as novas frases.

[Inicial](#)
[Animações](#)
[Charadas](#)
[Frasas](#)
[Imagens](#)
[Jogos](#)
[Piadas](#)
[Testes](#)
[Textos](#)

[Siga no Twitter](#)

quando será seu casamento?
Você é mulher ou homem?

Aquele negócio que você estava agitando, pelo visto melou né?
★★★★☆ Por Emerson Moraes – 17/06/2010
31 votos

O japonês que tiver o pinto cortado pela esposa, pode recorrer ao tribunal de pequenas causas.
★★★★☆ 17/06/2010
27 votos

Só estou esperando uma posição sua, pois o negócio continua de pé.
★★★★☆ 17/06/2010
31 votos

www.ultramob.com.br/casamento [Anúncios Google](#)

Família é tudo o que tenho. Se eles não gastassem cada centavo que ganho, teria outras coisas. (Ricardo Barbosa)

Ilustração 2 - Disposição das “frases engraçadas” no *site* Os Vigaristas
Fonte: *Site* Os Vigaristas

Devido à diversidade de temas abordados nas ditas “frases engraçadas”, assim como a criatividade no âmbito estilístico e composicional, estas foram tomadas como o *corpus* de análise desta pesquisa. Mas, *a priori*, houve a necessidade de uma seleção, a fim de estabelecer um recorte, uma vez que o material é muito amplo, sendo difícil a sistematização analítica, se considerada a totalidade de frases postadas no *site*. Primeiramente, foi feito um recorte temporal: visto que,

diariamente, são lançadas novas frases na rede mundial de computadores por meio de Os Vigaristas, foram consideradas as “frases engraçadas” postadas até o dia 06/06/2010 (seis de junho de dois mil e dez). Após a contagem, obteve-se um total de 1273 (mil duzentos e setenta e três) frases.

Logo após a contagem, fez-se a categorização temática das frases, ou seja, buscou-se verificar os temas de maior ocorrência, a partir da separação, por grupo, das frases que tratavam de um mesmo assunto. Tal medida, em última instância, pode indicar os principais objetos-alvo do riso na sociedade atual (a que o humor está associado). O resultado dessa seleção está exposto no quadro abaixo, por ordem de valores (da maior ocorrência a menor ocorrência). Foram levadas em consideração, no momento da exposição no quadro, por questões de objetividade, somente as categorias temáticas maiores, que continham acima de dez frases.

TEMA	OCORRÊNCIA DE FRASES
1º <i>Contravalores</i> (oposição a ditos e ensinamentos populares)	86
2º <i>Mulher</i>	75
3º <i>Bebida</i>	60
4º <i>Casamento</i>	50
5º <i>Sexo</i>	46
6º <i>Riqueza ou Pobreza</i>	40
7º <i>Órgãos sexuais</i>	37
8º <i>Trabalho</i>	36
9º <i>Beleza ou Feiúra</i>	32
10º <i>Defeitos humanos</i> (chatice, estupidez etc).	29
11º <i>Dinheiro</i>	28
12º <i>Política</i>	26
13º <i>Universo Automobilístico</i>	24
14º <i>Morte</i>	22
15º <i>Necessidades Fisiológicas</i>	21
16º <i>Vida</i>	18
17º <i>Egocentrismo</i>	15
18º <i>Indecisão / Corno / Forma Física / Universo Religioso</i>	13 (em cada categoria)
19º <i>Amizade</i>	12 frases

QUADRO 4 – CATEGORIZAÇÃO TEMÁTICA DAS “FRASES ENGRAÇADAS”

Essas categorias selecionadas, que apresentam maior número de frases (há diversas outras categorias menores que, devido ao reduzido número de ocorrências,

não entraram na classificação acima), se vistas sob uma perspectiva percentual, são devidamente representadas no gráfico abaixo:

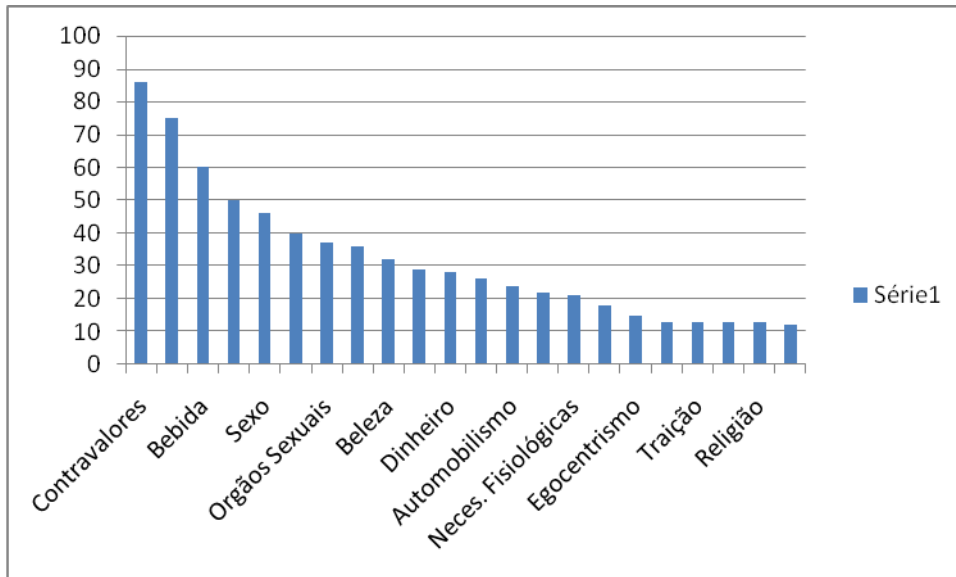


GRÁFICO 1 – TEMÁTICAS DE MAIOR OCORRÊNCIA NAS “FRASES ENGRAÇADAS”

Dentre as categorias temáticas apreendidas, optamos por analisar as frases que versam sobre bebida, por dois motivos, a saber: 1) o tema é muito recorrente na sociedade atual; logo, sua abordagem mostra-se relevante para a compreensão de como os interactantes veem a questão do álcool e constroem discursos sobre ele; 2) as frases que versam sobre o tema apresentam grande diversidade de técnicas humorísticas em sua elaboração, o que permite uma melhor análise acerca dos processos de construção de sentido humorístico nas “frases engraçadas”, além da apreensão do *ethos* relacionado ao bêbado.

5.2 Critérios de análise

5.2.1 Perspectiva teórica

O foco analítico desta pesquisa situa-se no âmbito sociocognitivo-interacionista dos estudos da linguagem. Sob este viés, a língua, como interação, “não é forma nem função, e, sim, atividade significativa e constitutiva” (MARCUSCHI, 2005, p. 35), cuja

construção de sentido requer a mobilização de sistemas de conhecimento alocados na memória dos interlocutores, por meio de processos de ordem cognitiva.

Para a realização da análise das “frases engraçadas” que versam sobre bebida, no que tange à construção de sentido humorístico e à constituição do *ethos*, apropriamo-nos das seguintes concepções: a de texto enquanto unidade de sentido, constructo interacional, a cumprir um propósito específico nas relações de comunicação, principalmente a partir de Van Dijk (2001; 2002), Koch (2003; 2006; 2008; 2010) e de Marcuschi (2008); a de humor como efeito de sentido deflagrado a partir de técnicas humorísticas (BERGSON, 1987; FREUD, 1905; PROPP, 1992; RASKIN, 1985; TRAVAGLIA, 1990, 1992, 1998, entre outros); e a de *ethos* enquanto representação de si mesmo e do outro no discurso (REBOUL, 2004; PERELMAN E OLBRECHTS-TYTECA, 2005; MEYER, 2007; AMOSSY, 2008; FERREIRA, 2010).

Logo, as “frases engraçadas” que tem como tema a bebida são analisadas a partir da concepção do texto como atividade significativa, construída na interação, na realização de um propósito, de um objetivo, a envolver a construção do *ethos* (imagens) na interlocução (no caso, o da bebida e o do bêbado).

5.2.2 Aspectos da pesquisa

Quanto à sua natureza, a pesquisa é teórico-analítica, uma vez que visa analisar a construção de sentido nas “frases engraçadas” a partir de teorias de base sociocognitiva e interacionista. Do ponto de vista da abordagem do problema, esta pesquisa é qualitativa, uma vez que busca analisar, de modo descritivo, as técnicas que subjazem à formação do sentido humorístico; e, também, quantitativa, visto que busca levantar quais são as técnicas de maior ocorrência que possibilitam a construção do humor, nas frases.

No que se refere aos seus objetivos, a pesquisa é exploratória, tendo em vista que procura – a partir de levantamento bibliográfico, de análise de exemplos – construir hipóteses sobre como o humor se constrói nas 'frases engraçadas' veiculadas em Os Vigaristas. Do ponto de vista dos procedimentos técnicos, a pesquisa é

bibliográfica. Logo, baseia-se em “material já publicado, constituído principalmente de livros, artigos de periódicos e atualmente com material disponibilizado na Internet” (SILVA, 2001, p. 20).

Em se tratando do método de investigação utilizado na construção da pesquisa, este é o dedutivo. “O raciocínio dedutivo tem o objetivo de explicar o conteúdo das premissas. Por intermédio de uma cadeia de raciocínio de ordem descendente, de análise geral para o particular, chega-se a uma conclusão” (SILVA, 2001, p. 25).

5.2.3 Passos da análise

Para a realização da pesquisa, primeiramente são investigadas as técnicas presentes na constituição das “frases engraçadas”, de modo a elaborar um quadro percentual com a ocorrência de cada técnica. Tal medida permite a descoberta dos mecanismos de maior ocorrência na formulação das frases. Em seguida, a fim de entender como o humor é construído nas “frases engraçadas”, a partir da mobilização de conhecimentos prévios operada por diferentes técnicas humorísticas, para cada técnica apresentada no quadro percentual é analisada uma frase que a apresenta. Logo após, aborda-se a finalidade do humor presente nas “frases engraçadas” que versam sobre bebida, a partir do modo como os internautas discorrem sobre o assunto, nas frases. Por último, é analisado o *ethos* do bêbado construído no discurso humorístico das frases e sua relação com a finalidade do humor nas frases.

6 “FRASES ENGRAÇADAS”: CONSTRUÇÃO DO HUMOR E CONSTITUIÇÃO DO *ETHOS* DO BÊBADO

Neste capítulo, busca-se analisar as “frases engraçadas” que versam sobre bebida considerando os seguintes aspectos: a configuração da “frase engraçada” como gênero textual (tópico 6.1); as técnicas humorísticas que lhes são recorrentes (tópico 6.2); a atuação dessas mesmas técnicas na construção do humor (tópico 6.3); a(s) finalidade(s) do humor nas “frases engraçadas” (tópico 6.4); a imagem (*ethos*) do bêbado constituída no discurso humorístico e sua relação com a finalidade discursiva (tópico 6.5).

Para a análise da construção do sentido humorístico, utilizam-se os princípios teóricos da Linguística Textual de base sociocognitivista e sociointeracionista, que compreende a linguagem como processo significativo (MARCUSCHI, 2005, p. 35). Para esta perspectiva, a significação requer a mobilização de sistemas de conhecimento alocados na memória dos interlocutores, por meio de estratégias cognitivas.

O texto é considerado uma atividade significativa realizada a partir dos elementos linguísticos presentes na superfície textual e do modo como estes se organizam, mas que depende da mobilização de um vasto conjunto de saberes no interior do evento comunicativo (KOCH, p. 2006). Além disso, o texto, por princípio de economia, não traz, de modo explícito, todas as informações necessárias para a significação; grande parte dos dados é apreendida pelo leitor no momento da leitura (MACHADO, 2005, p. 1).

No que diz respeito às técnicas humorísticas, parte-se do pressuposto de que estas acionam informações contidas nos modelos de mundo dos leitores / ouvintes, por intermédio da inferência, de modo a preencher as implicitudes do texto. Por sua vez, o sentido construído é inusitado, foge àquilo que é esperado pelo leitor, o que faz com que o texto seja engraçado. Desse modo, o riso pode ser provocado pela

ruptura do convencional, do previsível, por meio da incongruência propositalmente instaurada pelo produtor do texto (ROMÃO, 2008, p. 17).

Quanto ao *ethos*, utilizam-se os pressupostos teóricos da Nova Retórica, para a qual a eficácia do discurso assenta-se na autoridade do orador. Este, ao tomar a palavra, constrói discursivamente uma apresentação de si e do outro no discurso, em um contexto retórico. O locutor, no momento da elaboração discursiva, faz uma projeção de seu público-alvo, adequando-se ao que o auditório deseja ler / ouvir.

6.1 “Frases engraçadas” como gênero textual

As “frases engraçadas” analisadas são veiculadas em um contexto interativo específico – o *site* Os Vigaristas –, e têm uma função comunicativa, que é provocar o riso do leitor pela abordagem de temas controversos e pelo trabalho com as técnicas humorísticas. Dessa maneira, pode-se considerar que constituem um gênero textual. Embora não seja o foco desta pesquisa o estudo do gênero “frase engraçada”, convém comentar as suas principais características, a fim de proporcionar um maior conhecimento do *corpus* selecionado.

Inicialmente, cabe-nos definir o que é um **gênero textual**. Bakhtin (1997, p. 262), utilizando a terminologia “gênero de discurso”, o define como “tipos relativamente estáveis de enunciados”, construídos nos diferentes campos da atividade humana. Marcuschi (2003, p. 19), a partir da perspectiva bakhtiniana, afirma que “os gêneros textuais são fenômenos históricos, profundamente vinculados à vida cultural e social. [...] São entidades sócio-discursivas incontornáveis em qualquer situação comunicativa”. Enquanto práticas discursivas, são “os textos materializados em situações comunicativas recorrentes” (MARCUSCHI, 2008, p. 155).

Os gêneros textuais são definidos de acordo com “seu conteúdo (temático) e pelo estilo da linguagem, ou seja, pela seleção dos recursos lexicais, fraseológicos e gramaticais da língua, mas, acima de tudo, por sua construção composicional” (BAKHTIN, 1997, p. 261). O **conteúdo temático** refere-se “ao objeto do discurso, à finalidade discursiva [orientação de sentido para o próprio discurso e os participantes

da interação]” (CARMELINO, 2006, p. 13). O **estilo** está vinculado às escolhas linguísticas operadas pelo autor na elaboração do gênero. Já a **composição** (ou estrutura composicional) diz respeito “ao tipo de estruturação e de conclusão de um todo”, sendo “responsável pelo acabamento da unidade de comunicação verbal, possibilitando ao interlocutor inferir a totalidade da estrutura do gênero” (CARMELINO, 2006, p. 14).

No que se refere ao **conteúdo temático**, à finalidade discursiva, as “frases engraçadas” visam à deflagração do riso pela abordagem de temas controversos. Dentre os conteúdos polêmicos a partir dos quais as frases se constroem, as cinco maiores ocorrências depreendidas após o levantamento do *corpus* são: contravalores (oposição aos ditos e ensinamentos populares), mulher, bebida, casamento e sexo. Para esta pesquisa, selecionou-se a temática “bebida”, uma vez que o consumo abusivo do álcool é considerado questão de saúde pública, no Brasil. Nas frases que abordam o assunto, vê-se a desarticulação da concepção da bebida enquanto “droga lícita”.

No que diz respeito ao **estilo**, verifica-se que a construção das “frases engraçadas” lembra a dos ditos populares: é comum a presença de tempos verbais no presente do indicativo / imperativo (“*Se a bebida atrapalha seu trabalho, pare de trabalhar...*”) e de sentenças afirmativas (“*Realidade é apenas uma ilusão que ocorre devido à falta de álcool*”), o que confere aos enunciados certa autoridade. A sequência tipológica predominante nas “frases engraçadas” é a **injuntiva**, visto que constituem enunciados incitadores de ação, por ordenança ou por afirmação.

Percebe-se, também, o uso da voz ativa, na constituição de um sujeito (eu) que se direciona ao interlocutor ou que fala de si mesmo (“*Se você se lembra de quantas bebeu ontem, então não bebeu o bastante!*”; “*Eu bebo pra ficar ruim; se fosse pra ficar bom eu tomava remédio*”). Além disso, é comum o processo de parodização, em que, partindo-se de uma construção linguística célebre [captação], subverte-se o conteúdo mantendo a estrutura [subversão]. Na frase “*A menor distância entre dois bares é uma ladeira*”, tem-se uma paródia de um dos princípios da teoria matemática de Arquimedes (“*A menor distância entre dois pontos é uma reta*”).

É importante ressaltar, ainda com relação ao estilo, que os produtores das “frases engraçadas” utilizam-se de termos coloquiais, como expressões idiomáticas e palavras de baixo calão (“*Eu bebo pouco, mas o pouco que eu bebo me transforma em outra pessoa, e essa pessoa, sim, bebe pra caralho*”), além de construções próximas à oralidade, principalmente quanto à regência dos verbos (“*Prefiro ser um bêbado conhecido do que um alcoólatra anônimo*”). Essa característica estilística aproxima os interactantes, à maneira de um diálogo informal, o que facilita a construção de sentido pelo leitor.

Quanto à **estrutura composicional**, em geral as “frases engraçadas” apresentam curta extensão, sendo formadas por: 1) um período constituído por duas ou mais orações ordenadas em sequência, separadas entre si por vírgula (“*O alambique é meu pastor, pinga não me faltará*”) ou por ponto-e-vírgula (“*O álcool não é a resposta; ele apenas faz você esquecer a pergunta*”); 2) um período constituído por duas ou mais orações articuladas por conjunção (“*Dizem que sou bêbado, mas nego até o último gole!*”); e 3) dois ou mais períodos postos lado a lado, pelo uso de ponto final (“*24 horas em um dia. 24 cervejas em uma caixa. Coincidência?!*”).

6.2 Técnicas humorísticas nas “frases engraçadas” que versam sobre bebida

As técnicas humorísticas consistem em mecanismos a partir dos quais o humor se constrói. Essas técnicas vinculam-se a diferentes áreas do conhecimento – pragmática, discursiva, cognitiva etc. – e mantêm relação com a linguagem. Desse modo, para entender como se dá a construção da comicidade nas “frases engraçadas” é importante a verificação das diferentes técnicas responsáveis por deflagrar o humor. A partir do levantamento das técnicas, podem-se identificar as que apresentam maior ocorrência, que é um dos objetivos deste trabalho.

É comum, nos textos humorísticos, a presença de mais de um mecanismo atuando simultaneamente na construção do humor (POSSENTI, 1998). No caso das “frases engraçadas” que têm como temática a bebida, pode-se constatar a atuação do conhecimento prévio e da inferência em todos os casos – estes se encontram na base da construção de sentido humorístico, na medida em que permitem a

apreensão das informações implícitas e a compreensão da subversão operada pelo “gatilho” (*trigger*) do humor. Porém há casos em que o conhecimento prévio deixa de ser um mecanismo secundário e passa a ser o próprio gatilho do humor.

Para análise, foram consideradas as sessenta (60) “frases engraçadas” sobre o tema “bebida” encontradas no *site* Os Vigaristas durante o período de coleta dos dados, conforme explicado na metodologia. Analisado o *corpus*, pode-se notar a presença de quinze técnicas diferentes. Estas foram dispostas no quadro abaixo em ordem decrescente (a de maior ocorrência para a de menor ocorrência), junto com o percentual em relação ao total de frase. Para cada técnica apresenta-se um exemplo¹⁸:

Técnica humorística	Quantidade	Percentual	Exemplo
<i>Inversão</i>	9	15%	<i>“De hoje para trás eu parei de beber”</i>
<i>Conhecimento prévio</i>	8	13,3%	<i>“Quando Galileu afirmou que o mundo girava, afirmou o que nós, bêbados, já sabíamos”</i>
<i>Idiomatismo</i>	7	11,7%	<i>“Fui tomar juízo, mas só encontrei vodka”</i>
<i>Paródia</i>	7	11,7%	<i>“Cerveja: ajudando os feios desde 4000 a.c”</i>
<i>Hipérbole</i>	5	8,3%	<i>“Bêbado que se preza passa álcool em gel no pão”</i>
<i>Contradição</i>	4	6,7%	<i>“O álcool é o pior inimigo do homem. Mas a Bíblia diz que devemos amar nossos inimigos”</i>
<i>Jogo de palavras</i>	4	6,7%	<i>“CERVEJA como são as coisas: você não me CONHAQUE, não sabe onde eu VINHO, então não me compare com qualquer RUM”</i>
<i>Ambiguidade</i>	3	5%	<i>“Larguei a bebida, só não sei onde”</i>
<i>Impropriedade</i>	3	5%	<i>“Pensei em parar de beber, mas sou brasileiro e não desisto nunca”</i>
<i>Unificação</i>	3	5%	<i>“Na matemática da vida, cinquenta e um dividido por dois é igual a meio litro para cada um”</i>
<i>Descontinuidade</i>	2	3,3%	

¹⁸ A categorização de todas as “frases engraçadas” conforme a técnica humorística que apresentam encontra-se nos anexos.

tópica			<i>“Comecei a beber por causa de uma mulher... e nem tive tempo de agradecê-la”</i>
Recategorização metafórica	2	3,3%	<i>“O uísque é o melhor amigo do homem. É o cachorro engarrafado”</i>
Comparação	1	1,7%	<i>“Cerveja sem álcool é igual a travesti: a aparência é igual, mas o conteúdo é bem diferente”</i>
Paradoxo	1	1,7%	<i>“Um brinde à cerveja: a solução e a causa de todos os nossos problemas”</i>
Subentendido	1	1,7%	<i>“Se pinga fosse fortificante, brasileiro seria gigante”</i>

QUADRO 5 – TÉCNICAS HUMORÍSTICAS ENCONTRADAS NAS “FRASES ENGRAÇADAS” QUE VERSAM SOBRE BEBIDA

As técnicas humorísticas detectadas podem ser melhor visualizadas no gráfico abaixo:

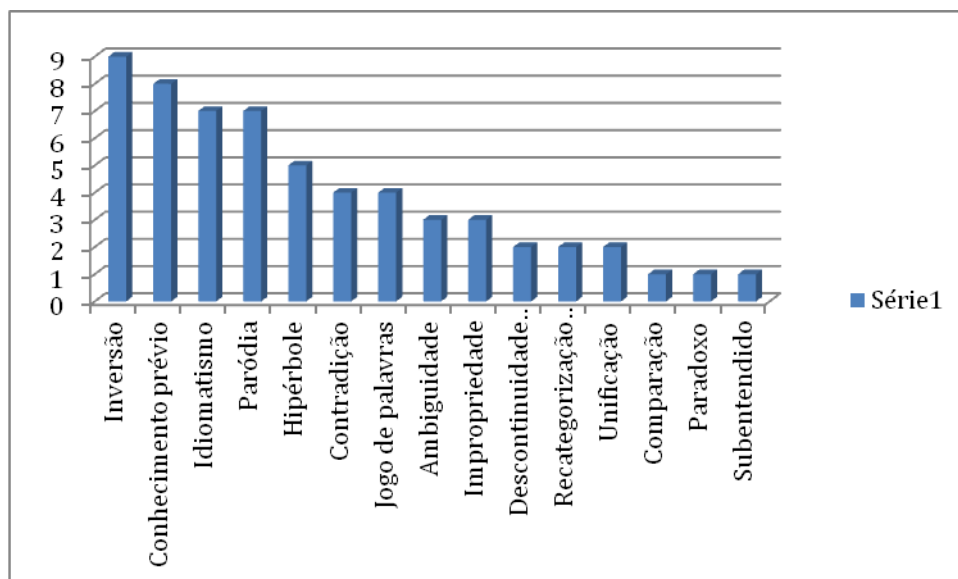


GRÁFICO 2 – PERCENTUAL DE OCORRÊNCIA DAS TÉCNICAS HUMORÍSTICAS NAS “FRASES ENGRAÇADAS”

Pode-se verificar, então, que as técnicas humorísticas de maior ocorrência nas “frases engraçadas” são: 1ª) **inversão**, com nove ocorrências; 2ª) **conhecimento prévio**, com oito ocorrências; 3ª) **idiomatismo e paródia**, com sete ocorrências; 4ª) **hipérbole**, com cinco ocorrências; 5ª) **contradição e jogo de palavras**, com quatro ocorrências. Esses mecanismos podem ser visualizados, também, sob a forma de gráfico de proporção (pizza), como se vê a seguir:

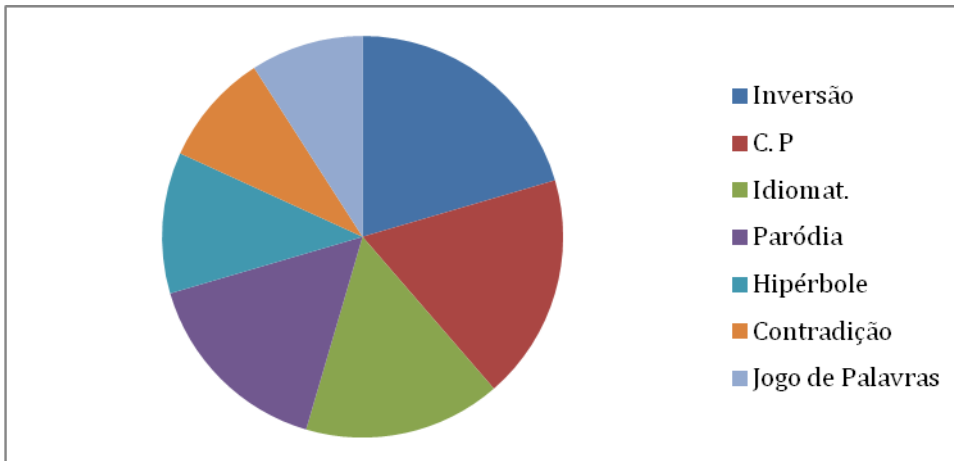


GRÁFICO 3 – TÉCNICAS HUMORÍSTICAS DE MAIOR OCORRÊNCIA

6.3 Atuação das técnicas humorísticas na construção do humor

Identificadas as técnicas de maior ocorrência nas “frases engraçadas” (inversão, conhecimento prévio, idiomatismo, paródia, hipérbole, contradição e jogo de palavras), apresenta-se, a seguir, a atuação de cada uma delas na construção do humor, a partir da análise de duas frases que a exemplificam.

Na análise, parte-se do pressuposto de que o efeito de sentido humorístico constrói-se pela evocação de conhecimentos prévios armazenados na memória dos interlocutores, por intermédio de processos cognitivos, mais precisamente a inferência, que diz respeito à apreensão de conteúdo semântico implícito a partir do que está exposto na superfície textual.

- **INVERSÃO**

Denomina-se **inversão** a técnica na qual são invertidos os papéis ou valores estabelecidos pela sociedade; dessa forma, o riso instaura-se pela ruptura do padrão vigente (TRAVAGLIA, 1992). O mecanismo em questão também diz respeito à troca de componentes sintáticos de uma frase, no sentido de operar, com isso, uma mudança na significação textual que vise à deflagração do humor pela desarticulação do que é esperado pelo leitor (BERGSON, 1987). Para que o efeito de sentido se efetive nas frases, e se possa perceber a inversão, o interlocutor

precisa mobilizar principalmente conhecimentos de ordem enciclopédica, por intermédio de processos inferenciais, como se vê nas frases a seguir:

(1) *“De hoje para trás parei de beber.”*

(2) *“Se eu parar de beber, vou passar mal... Vai aumentar a taxa de sangue no meu álcool.”*

Na frase (1), a inversão se processa a partir da expressão “de hoje para trás”, que sugere um recorte cronológico delimitador do ato de beber, indicando uma temporalidade no esquema “de x para y”. Porém, tal temporalidade vai do presente ao passado, sendo, portanto, uma ruptura da noção ocidental de tempo. O interactante só é capaz de perceber o conteúdo semântico que é invertido na proposição na medida em que aciona o conhecimento partilhado, de cunho enciclopédico, de que o tempo é linear, e move-se sempre para frente, do presente para o futuro, sem possibilidade de retorno ao passado.

Portanto, acionado esse saber socialmente aceito, a inversão operada a partir da noção de tempo vigente em nossa sociedade (o foco recai sobre uma memória, que parte do presente e reporta a um passado) sugere, por intermédio da inferência, o não abandono do vício de ingerir bebidas alcoólicas. Em outras palavras, a inversão deixa em evidência alguém que, na verdade, não parou de beber. Logo, pode-se afirmar, que, na frase, o riso é instaurado pela quebra do que é previsto, pela desarticulação da noção de tempo no Ocidente.

Na frase (2), tem-se, inicialmente, uma declaração, “Se eu parar de beber, vou passar mal...”, indicativa de alguém que atribui malefícios não à ingestão de álcool, mas, sim, à falta deste. Se o trecho for visto sob esta perspectiva, pode-se perceber uma primeira inversão: há uma contraposição aos estudos médicos que comprovam o efeito tóxico do álcool no organismo. Pode-se pensar, também, que a declaração diz respeito aos sintomas causados pela desintoxicação do organismo de um alcoólatra, quando este se propõe a deixar o vício, como a febre, a irritação extrema, a palpitação, os suores etc.

A seguir, encontra-se a afirmativa “vai aumentar a taxa de sangue no meu álcool”. Nesse enunciado, fica clara a inversão, reforçada pela troca, na ordem sintática, entre os termos “sangue” e “álcool”. Para que se compreenda qual é o conteúdo invertido (“*prep* de + *subst* álcool” por “*prep* de + *subst* sangue”), o leitor precisa trazer à memória importantes conhecimentos enciclopédicos, por meio da inferência, entre os quais convém destacar: o fato de uma pessoa entrar em estado de embriaguez quando extrapola na dose de bebida, devido ao aumento da taxa de álcool no sangue; a funcionalidade do exame de sangue, que procura detectar alterações nas taxas de componentes sanguíneos. Portanto, na “frase engraçada” analisada, tem-se a inversão do parecer médico: o álcool como causador de malefícios. Ao contrário, a frase mostra um indivíduo que passa mal não por causa do excesso de bebida, mas, sim, devido à abstinência desta, ficando o álcool em relevância. A subversão é reforçada, por sua vez, pela troca na disposição dos elementos sintáticos.

- **CONHECIMENTO PRÉVIO**

Os **conhecimentos prévios** são os diferentes saberes que os indivíduos têm armazenados na memória, e que são acionados no momento da interpretação do texto, por processos cognitivos, como a inferência. Tais conhecimentos prévios não são organizados aleatoriamente, mas em forma de modelos cognitivos (*frame*, *script*, *cenário* etc.), e dividem-se em linguístico (conhecimento sobre a disposição dos elementos da língua), enciclopédico (conhecimento sobre o mundo) e interacional (sobre o que é aceito ou não é determinada circunstância de interação) (KOCH, 2008).

O conhecimento prévio é essencial para a construção de sentido em qualquer texto. Nos textos humorísticos, ele atua, juntamente com a inferência, como suporte na compreensão da subversão operada pela técnica humorística principal. Em outros casos, porém, o conhecimento prévio é o próprio “gatilho” do humor, sendo a técnica humorística principal (e não a secundária), como se observa nas frases abaixo:

(3) *“Quando Galileu afirmou que o mundo girava, afirmou o que nós, bêbados, já sabíamos”.*

(4) *“Troque seu coração por um fígado. Assim você se apaixonou menos e bebe mais”*

A frase (3) começa fazendo menção a Galileu, no trecho “Quando Galileu afirmou que o mundo girava”. Para compreender o enunciado, o leitor tem que acionar seus conhecimentos prévios sobre quem ele é: nascido no século XVI, na Itália, é considerado o “pai da ciência moderna”, por suas importantes contribuições, entre as quais se destaca a Teoria do Heliocentrismo (a Terra e os planetas giram em torno do Sol)¹⁹. Na primeira parte da frase faz-se referência justamente aos seus postulados teóricos, com o termo “mundo” sendo utilizado para referir-se à Terra.

Na segunda parte (“afirmou o que nós, bêbados, já sabíamos”), tem-se a afirmação de que os bêbados já conheciam os postulados de Galileu (os de que a Terra gira). No caso, o termo “giro”, que é retomado implicitamente por meio de referência, passa a ter outra significação: a de confusão mental. Nesse trecho, o leitor, por meio de inferência, deve acionar o conhecimento enciclopédico de que, quando uma pessoa exagera na ingestão de bebida, uma parte do cérebro responsável pelo equilíbrio e pela lucidez – o hipotálamo – fica comprometida; portanto, as pessoas veem as imagens distorcidas, como se estivessem rodando, o que provoca o desequilíbrio. O conhecimento prévio sobre a figura de Galileu e sua importância para o cenário científico possibilita a subversão do conceito de “giro”, sendo responsável pelo efeito de humor devido ao inusitado.

A frase (4) inicia-se com uma ordem, evidenciada pela conjugação do verbo “trocar” no imperativo, em que os objetos envolvidos na troca são o “coração” e o “fígado” (“Troque seu coração por um fígado”). Nesse momento, para que se compreenda o que está expresso, é preciso que o leitor acione dois conhecimentos prévios principais: o coração é um órgão vital para a sobrevivência humana, pois é responsável por bombear o sangue para todos os órgãos do corpo; o fígado é o órgão responsável pela quebra da glicose, componente principal do álcool (e das

¹⁹ Informações disponíveis em: <http://www.suapesquisa.com/biografias/galileu/>. Acesso em 16/01/2012.

bebidas alcoólicas). Considerados esses dados, é perceptível a troca do que é vital pelo que é não vital, o que torna a frase engraçada, pelo inusitado. Ou seja, é o conhecimento prévio da importância do coração que torna cômica a troca proposta.

Na segunda parte, a oração iniciada pelo conectivo “assim”, que expressa uma ideia explicativa, visa a dar uma satisfação sobre os motivos da troca: a preferência por ter dois fígados se explicaria pela “vantagem” de se poder beber mais e se apaixonar menos. Nesse momento, o leitor deve acionar um terceiro conhecimento prévio, de caráter enciclopédico: o de que as paixões mal resolvidas são os principais motivos que levam as pessoas a beberem. Não é à toa a profusão de músicas, denominadas “bregas”, que destacam o tema. Quem nunca ouviu Reginaldo Rossi cantando: “Garçom, aqui nesta mesa de bar, você já cansou de escutar centenas de casos de amor”? Desse modo, a troca do coração pelo fígado seria um motivo a menos para o sofrimento. Porém, ninguém vive sem o coração; esse saber permite a instauração da comicidade.

- **IDIOMATISMO**

O **idiomatismo** designa uma construção linguística polissêmica, cujo sentido varia de acordo com o contexto de ocorrência, “exceto o que seria seu sentido literal” (POSSENTI, 2010, p. 62). Silva (2008, p.16) define este recurso como “construção ou expressão própria a uma língua que não possui correspondente sintático em uma língua de estrutura análoga, tampouco produz um significado a partir da soma dos seus elementos constitutivos”. A autora afirma, ainda, que a “significação cristalizada da expressão, assim como seu aspecto gramatical (forma), torna inviáveis as alterações na ordem ou forma de seus elementos [...] ou substituição de algum(s) de seus elementos constitutivos” (p. 25).

Os textos humorísticos que fazem uso de expressões idiomáticas são engraçados uma vez que “impõem – melhor, fazem de conta que impõem – uma leitura literal e composicional dos idiomatismos” (POSSENTI, 2010, p. 63). Em outras palavras, os textos humorísticos desmembram os componentes de uma expressão e passam a considerá-las separadamente. Nas frases abaixo, fica evidente a atuação do idiomatismo na deflagração do humor:

(5) *“Fui tomar juízo, mas só encontrei vodka”.*

(6) *“Se você não achar a metade da sua laranja, fique com metade do limão, misture com cachaça e seja feliz”*

Na frase (5), o humor se instaura a partir da expressão “tomar juízo”, que engloba duas interpretações distintas: a primeira relaciona-se ao sentido idiomático da expressão “tomar juízo”, equivalente a “conscientizar-se, tornar à razão a respeito de algo”; a segunda se relaciona à significação literal do verbo “tomar” (este entendido no sentido de “ingerir algo”). Nesse caso, o leitor pode inferir que “juízo” seja algo líquido que pode ser ingerido. As duas significações podem ser apreendidas se o leitor acionar seus conhecimentos linguísticos a respeito das possibilidades significativas do termo em questão: uma idiomática e outra literal.

O humor instaura-se, portanto, a partir da quebra de expectativa devido ao desmembramento dos componentes da expressão “tomar juízo”. Mobilizando seus conhecimentos de ordem linguística, o leitor sabe que o termo, em seu uso corrente, tem uma carga semântica relacionada à disciplina, à ordem. Tal expectativa é rompida, em seguida, pela expressão “mas só encontrei vodka”, que desloca a expressão para outro eixo interacional – o costume de os indivíduos ingerirem bebidas alcoólicas (na fala popular, é comum se dizer “vou tomar umas...”), o que culmina na desrotinização de uma experiência partilhada.

Na frase (6), a base processual do humor é o idiomatismo “metade da sua laranja”. Esta expressão é tomada, em um primeiro momento, a partir de seu uso corrente, que faz referência à pessoa certa para um relacionamento amoroso, para, em seguida, ser concebido em sua significação literal (metade da fruta “laranja”). Com isso, há a quebra da previsibilidade do leitor, que esperava algum tipo de conselho sobre como se dar bem no amor, a partir da expressão “Se você não achar a metade da sua laranja”, cuja estrutura lembra os ditos de manual de auto-ajuda.

O desvio operado pela tomada literal da expressão “metade da sua laranja”, em que cada termo é considerado separadamente, é sustentado na menção à fruta “limão” e à maneira de se fazer uma caipirinha (“... fique com metade do limão, misture cachaça e seja feliz”). Logo, para que o interlocutor construa o humor a partir do

idiomatismo “metade da laranja”, ele deve acionar seus conhecimentos de ordem linguística (sobre os sentidos que o termo pode comportar – “pessoa certa” / “fruta que é partida ao meio), enciclopédica (o que é laranja, limão, caipirinha etc) e interacional (o que se espera que seja dito / entendido dentro uma determinada situação interativa, no caso, quanto ao rumo de um texto que se inicia à maneira de um aconselhamento). Portanto, é a quebra de expectativa (incongruência) do leitor, que, na frase em questão, deflagra o humor.

- **PARÓDIA**

Denomina-se **paródia** a técnica humorística na qual dizeres de forte apelo popular, como é o caso de slogans, provérbios e frases célebres, são modificadas com o intuito de satirizar, ironizar, debochar (TRAVAGLIA, 1992). A paródia, portanto, processa a retomada de textos socialmente, para, em seguida, deformá-los. Isso faz com que tais textos, deslocados de seus contextos de produção, percam a legitimidade (MOUTA, 2007). A paródia pode ocorrer no âmbito estrutural (quando um texto remete a outro texto por sua estrutura, pelo modo como se organizam os elementos constituintes) e no âmbito discursivo (quando um texto remete a outro texto pela retomada de ideias).

Por ser uma sátira de outros textos, pode-se afirmar que o processo que está na base da paródia é a intertextualidade. A intertextualidade “diz respeito aos fatores que tornam a utilização de um texto dependente de um ou mais textos previamente existentes” (KOCH; TRAVAGLIA, 2007, p. 88). Desse modo, todo texto é constituído por “outros textos que lhe dão origem, que o predeterminam, com os quais dialoga, que ele retoma, a que alude ou aos quais se opõe” (KOCH; BENTES; CAVALCANTE, 2008, p. 9).

Nas “frases engraçadas”, é comum a presença da paródia como técnica humorística principal, em que se verifica o processo de intertextualidade:

(7) “*Cerveja: ajudando os feios desde 4000 a.c*”.

(8) “*A beleza está nos olhos de quem bebe*”.

Na frase (7), há a ocorrência de paródia estrutural, em que é retomada a estrutura de *slogans* construídos no esquema “Empresa x ajuda indivíduo y [desde z]”, cujo objetivo é dar ênfase à empresa apresentada enquanto auxiliadora. Como exemplo, tem-se as seguintes propagandas: “Acrilplast display: desde 1994 ajudando você a vender mais”²⁰ e “Brasil Renda: Ajudando você a realizar seus sonhos!”²¹. Logo, para a compreensão da frase, o leitor deve acionar, via inferência, a estrutura que serve de base para a realização da paródia, que é a propagandística.

Por sua vez, o que está posto em ênfase é a cerveja, por especificação [uso de dois pontos] – ela aparece como auxiliadora dos feios (“Cerveja: ajudando os feios...”). Nesse instante, o leitor deve acionar o conhecimento enciclopédico de que a pessoa que bebe muito perde a razão. Com base nisso, pode-se inferir que a cerveja tem a capacidade de fazer os desprovidos de beleza parecerem bonitos, aos olhos de quem ingere bebida. Em seguida, realiza-se um recorte temporal dessa suposta ajuda: “4000 a.c.”. Para se compreender essa colocação, deve-se acionar o conhecimento histórico de que a cerveja começou a ser fabricada na Antiguidade, ao que tudo indica na Mesopotâmia, pelos sumérios, sendo, em seguida, fabricada pelos egípcios, que a incluíram na sua dieta diária²². Na frase, o dado histórico confirma o potencial da cerveja. Logo, a frase é engraçada, uma vez que distorce uma construção publicitária recorrente, na desrotinização de uma expectativa preestabelecida.

Na frase (8) tem-se uma ocorrência explícita de *détournement*. Este processo de intertextualidade consiste na captação de um dito proverbial (texto-fonte) e na subversão (alteração) deste por meio de substituições, transposições, acréscimos ou supressões. O texto alterado, por sua vez, mantém as características estruturais do provérbio (KOCH; BENTES; CAVALCANTE, 2008). No caso, o enunciado que, por captação, serve de base para a paródia, e que precisa ser retomado pelo leitor no momento da leitura, é o dito proverbial “A beleza está nos olhos de quem vê”. O provérbio possui caráter moralizador, na medida em que sugere ao interlocutor a inexistência de um parâmetro fixo para a definição do “bonito” ou do “feio”, sendo

²⁰ Disponível em: www.acrilplast.com.br/display.html. Acesso em 06/11/2011.

²¹ Disponível em: www.brasilrenda.com.br/site.php?idp=45. Acesso em 06/11/2011.

²² Disponível em: <http://www.brejas.com.br/historia-cerveja.shtml>. Acesso em 06/11/2011.

ambos os conceitos uma questão de perspectiva. O humor, então, constrói-se a partir da subversão desse ditado, principalmente por meio da substituição: a beleza é associada à bebida, e o termo “olhos de quem vê” passa a corresponder a “olhos de quem bebe”. Nesse instante, o leitor é levado a realizar outra inferência: a de que a bebida faz com que os feios sejam vistos como bonitos, por quem bebe, depois da ingestão de várias doses.

Percebe-se, logo, que na “frase engraçada” em questão o leitor mobiliza diversos sistemas de conhecimento, via inferenciação, na tentativa de elaborar o sentido, dentre os quais se podem citar: o enciclopédico (conhecimento relativo ao histórico dos ditos populares, sua importância social; conhecimento a respeito dos efeitos que causam a ingestão de álcool, entre outros) e o linguístico (o conhecimento relativo à sintaxe da língua, que permite, ao leitor, compreender a troca do sintagma preposicional de + [quem vê] por de + [quem bebe]).

- **HIPÉRBOLE**

Denomina-se **hipérbole** a técnica humorística decorrente da ampliação demasiada de certa característica de algo, de alguém ou de alguma situação, a fim de fazer rir, “levando normalmente ao ridículo” (TRAVAGLIA, 1992, p. 64). A hipóbole é cômica na medida em que desnuda um defeito, e consiste “em tomar uma particularidade qualquer da pessoa e representá-la como única, ou seja, em exagerá-la” (PROPP, 1992, p. 89). A seguir, analisam-se duas frases que apresentam a hipóbole como técnica principal de deflagração do humor:

(9) “*Bêbado que se preza passa álcool em gel no pão*”.

(10) “*Eu bebo tanto que, no meu último exame, encontraram uma azeitona com um palito no potinho*”.

A frase (9) começa com uma especificação à figura do bêbado – não é qualquer bêbado, mas é aquele “que se preza”. Tendo em vista que o significado do verbo “prezar” é “ter em grande consideração e respeito, gostar de, amar” (FERREIRA, 2005), a expressão “bêbado que se preza” passa a indicar “alguém que estima a si próprio [reflexiva ‘se’] por ser bêbado”, ou, aprofundando o nível de interpretação, de

acordo com o uso recorrente do termo “que se preza”, indica “alguém que é um bêbado de verdade”.

Em seguida, é atribuída ao “bêbado de verdade” uma ação que lhe deve ser característica: o ato de passar álcool em gel no pão. Nesse trecho, o leitor aciona o conhecimento enciclopédico de que, no pão, geralmente se passa manteiga, patê etc. Ao trocar esses elementos por “álcool em gel”, tem-se o exagero da principal característica de um bêbado: a ingestão de grande quantidade de bebida alcoólica. A hipérbole, por sua vez, provoca o riso pela ruptura de uma expectativa, de uma experiência cotidiana.

Na frase (10), o exagero é demarcado, primeiramente, pelo uso da expressão “tanto”, que possui valor semântico de ênfase, no caso, do ato de beber. Em seguida, há a construção de um cenário – a de um exame de urina – em que, no recipiente de coleta, é encontrada “uma azeitona com um palito”. Por meio da inferência, o leitor aciona os conhecimentos (de ordem enciclopédica, apreendidos na vivência) de que diversas bebidas, como o *Dry Martine*, são servidas com frutos da oliveira, e que, na urina, são expelidos os componentes fisiológicos que estão em excesso no organismo, após a filtração dos rins.

A partir dessas informações, a hipérbole constrói-se pela inserção inusitada de elementos pertencentes ao universo da bebida (“azeitona” / “palito”) ao universo laboratorial (um exame de urina), cuja intenção é sugerir a ingestão demasiada de bebida por um indivíduo. Ou seja, o fato de alguém chegar a expelir, na urina, complementos sólidos que acompanham a bebida (o que é impossível) indica que a pessoa exagera na dose de álcool. Logo, na frase o humor se constrói na medida em que o exagero desarticula os contornos que definem determinada experiência vivida pelo leitor, o que, pela incongruência, leva à instauração da comicidade.

- **CONTRADIÇÃO**

A **contradição** diz respeito à oposição quanto a algo verossímil em um determinado contexto, “quando a ação, palavras ou atitudes contradizem algo estabelecido ou esperado de um grupo, instituição ou pessoa” (TRAVAGLIA, 1992, p. 62). Esse

processo também pode ser constituído pela “representação pelo oposto” (FREUD, 1905, p. 46), na oposição entre elementos apresentados em uma sequência anterior e uma sequência posterior, na composição de um chiste. As frases abaixo demonstram como a contradição atua na deflagração do humor:

(11) *“O álcool é o pior inimigo do homem. Mas a Bíblia diz que devemos amar nossos inimigos.”*

(12) *“A bebida mata lentamente... E daí? Eu não estou com pressa!”*

Na frase (11), tem-se, inicialmente, uma declaração de cunho moralizador (que vai de encontro ao consumo da bebida); esta é estruturada a partir da recategorização metafórica do termo “álcool”, em que este passa a ser concebido como “o pior inimigo do homem”. Para compreensão da metáfora, o interlocutor deve retomar, por inferência, o conhecimento enciclopédico sobre os malefícios do álcool no organismo humano, e, também, sobre o que é um inimigo e como este pode prejudicar a vida de uma pessoa. A recategorização metafórica serve de base para a contradição operada na segunda parte da frase analisada.

No trecho “Mas a Bíblia diz que devemos amar nossos inimigos”, a contradição é indicada pela conjunção adversativa “mas”, que indica oposição a uma ideia anteriormente expressa. Em seguida, tem-se a inserção do argumento bíblico do amor ao inimigo. Neste momento, devem ser mobilizados alguns conhecimentos: o de que a Bíblia é o livro dos cristãos, e que a base do Cristianismo é o amor. Por inferência, chega-se à seguinte informação implícita: se a bebida é inimiga, e se eu devo amar o inimigo, então eu devo amar a bebida. A contradição “não pode / pode” é engraçada, pois relaciona, em um mesmo nível, elementos de *frames* distintos (“bebida”, “guerra” e “religião”), o que leva à incongruência pela desrotinização de uma experiência socialmente partilhada.

Na frase (12), a contradição se estabelece entre as duas proposições que a constituem: “A bebida mata lentamente” e “E daí? Eu não estou com pressa!”. A primeira proposição tem valor semântico informativo, pois enfatiza os malefícios causados pelo consumo de álcool, que pode levar, aos poucos, à morte de quem o consome. O leitor, ao acionar seus conhecimentos prévios acerca dos parâmetros

conversacionais, espera que a proposição subsequente siga a mesma perspectiva da proposição anterior, trazendo, quem sabe, um conselho à ingestão consciente de bebida alcoólica. Porém, tal expectativa é rompida, na constituição de um sujeito (eu) que demonstra desinteresse em relação ao que é exposto na primeira sequência, e que, em, tom sarcástico, afirma não ter pressa em morrer, se a bebida mata lentamente.

Por intermédio da incongruência estabelecida no texto, que põe em oposição duas ideias relacionadas, o sentido humorístico se estabelece através da quebra da previsibilidade. Porém, a contradição só pode ser percebida se o leitor acionar as informações sobre o que pode ou não ser dito em uma situação interativa (conhecimento interacional) e sobre as relações semânticas estabelecidas entre enunciados (conhecimento linguístico).

- **JOGO DE PALAVRAS**

O **jogo de palavras** se refere ao trabalho sobre a relação equívoca entre significante e significado, utilizando-se “das potencialidades que lhe são oferecidas por fenômenos como a homofonia, a homonímia ou a paronímia” (MOUTA, 2007, p. 85), entre outros. Logo, “uma palavra ou parte da palavra suscita uma outra com a qual se assemelha acusticamente” (p. 87). Entre os tipos de jogos de palavras, encontra-se o trocadilho.

No trocadilho, é necessário que “dois significados se evoquem um ao outro através de alguma vaga similaridade, seja uma similaridade estrutural geral, ou uma assonância rítmica, ou o compartilhamento de algumas letras iniciais” (FREUD, 1905, p. 30). Propp (1992), por sua vez, diz que este recurso ocorre quando o interlocutor toma em sentido restrito e literal um termo de significação ampla, de modo a anular o argumento do locutor. Pode-se perceber o jogo de palavras nestas frases:

(13) “*CERVEJA como são as coisas: você não me CONHAQUE, não sabe de onde VINHO, então não me CAMPARI com qualquer RUM!*”

(14) “*Prefiro ser um bêbado conhecido do que um alcoólatra anônimo.*”

Na frase (13) o jogo de palavras (neste caso, é um trocadilho) se dá pela similaridade fônica entre termos, em que o significado de uma palavra é evocado por outra palavra (especificamente por nome de bebida alcoólica), cuja estrutura sonora lhe faz remissão. Inicialmente, o termo “cerveja” (“CERVEJA como são as coisas...”) remete ao sintagma verbal “você veja” (cê veja); em seguida, as palavras “conhaque”, “vinho”, “campari” e “rum” (“... você não me CONHAQUE, não sabe de onde VINHO, então não me CAMPARI com qualquer RUM”) fazem referência aos termos “conhece”, “venho”, “compare” e “um”, respectivamente (“... você não me conhece, não sabe de onde venho, então não me compare com qualquer um”). O trocadilho somente será compreensível se o leitor acionar seus conhecimentos de ordem linguística sobre a sequência fonêmica dos vocábulos em língua portuguesa, a fim de compreender a similaridade de sons. O mecanismo em questão possibilita a construção do humor na medida em que põe em consonância elementos pertencentes a *frames* distintos, o que instaura a incongruência no texto, pela quebra da expectativa do leitor.

Na frase (14), o jogo de palavras se estabelece a partir da relação equívoca entre significante e significado. A base processual é a expressão “alcoólico anônimo”, que faz referência ao ALANON (Alcoólicos Anônimos), grupo de apoio aos dependentes do álcool que desejam largar o vício. Há o esvaziamento significativo do termo “alcoólico anônimo”, em que cada palavra é tomada separadamente (“alcoólico” e “anônimo”). Em seguida, o termo “anônimo” é contraposto ao seu antônimo (“famoso”). Daí, percebe-se a brincadeira entre “bêbado conhecido” e “alcoólico anônimo”. O jogo de palavras só é perceptível se o autor retomar, por meio da inferência, diferentes conhecimentos prévios, como: enciclopédico (o que é o ALANON) e linguístico (significação do termo “alcoólico anônimo” e de cada palavra que a constitui, separadamente).

Feitas as análises, pode-se verificar, nas “frases engraçadas”, que o sentido não se estabelece *a priori* no texto. A significação é construída interativamente, por meio da mobilização de conhecimentos prévios alocados na memória dos interlocutores, a partir das técnicas humorísticas constituintes do texto (estes atuam como “gatilho” [*trigger*]). Os saberes mobilizados podem ser de ordem enciclopédica, linguística e interacional.

Tais informações são acionadas mediante processos de ordem cognitiva, dentre os quais se destaca a inferência. Esta estratégia consiste na apreensão de conteúdo semântico novo a partir de informação dada na superfície textual. O processo inferencial atua diretamente na construção do humor, na medida em que permite ao leitor depreender conteúdos implícitos no texto a partir daquilo que está explícito. Pode-se afirmar que a inferência e o conhecimento prévio estão na base da construção do humor nas “frases engraçadas”, estando presentes em todos os exemplos selecionados para análise nesse trabalho.

6.4 A finalidade do humor nas “frases engraçadas” selecionadas

A finalidade primeira do sentido humorístico, independentemente de suas especificidades, é a liberação, “uma vez que através do humor se rompe a proibição e a censura social imposta ao indivíduo ou a grupos” (TRAVAGLIA, 1992, p. 50). As análises demonstram que, nas “frases engraçadas” que versam sobre bebida, essa liberação se dá principalmente por meio da subversão ao discurso do Ministério da Saúde (MS) acerca do álcool. Para ilustrar como se dá esse processo, primeiramente mostraremos a perspectiva do MS acerca da bebida, para, em seguida, expor, por meio de exemplos, como se dá a desconstrução de tal discurso.

De acordo com a Organização Mundial de Saúde, cujas premissas são aplicadas em território brasileiro mediante a atuação do MS, o álcool é considerado uma droga lícita, devido aos malefícios provocados por sua ingestão em grandes quantidades, como a dependência física e psíquica. Logo, a “vilania” da bebida se manifesta principalmente nas doenças provocadas pelo seu consumo desenfreado, como também nos acidentes automobilísticos e na violência doméstica (MINTO; CORRADI-WEBSTER; GORAYEB; LAPREGA; FURTADO, 2007). Desse modo:

O conceito de uso problemático de álcool não se aplica apenas ao dependente ou ao paciente que chega ao serviço de saúde com hálito alcoólico, intoxicado ou em síndrome de abstinência. Existem outros padrões de uso de álcool que causam riscos substanciais ou nocivos para o indivíduo. Entre eles, a situação de beber excessivamente todos os dias ou repetidos episódios de intoxicação pelo álcool. O consumo de álcool que causa prejuízos físicos, mentais ou sociais pode se estender em um

processo contínuo, desde um padrão de beber excessivo até a dependência à bebida (p. 208).

Em grande parte das “frases engraçadas”, esse discurso é transgredido, e a bebida é mostrada como a “melhor amiga do homem”; trata-se da “poção mágica” que transforma feios em belos, tristes em alegres; e assim por diante. Ocorre, nas frases, a associação do consumo do álcool ao que é benéfico, ao contrário do que apregoa o MS. Tal processo pode ser constatado nas frases a seguir:

- (1) *“Cerveja: ajudando os feios desde 4000 a.c”*
- (2) *“Se apenas limpando as mãos com álcool se elimina o risco do vírus da gripe, tomando cachaça então... Ele nem chega perto!”*
- (3) *“Se beber fosse pecado, Jesus teria transformado água em Fanta Uva!”*

No exemplo (1), a bebida (no caso, a cerveja), é especificada como auxiliadora daqueles que são desprovidos de beleza, como meio de aliviar suas frustrações, se levado em consideração o contexto contemporâneo que preza a estética corporal. Utilizando como recurso de legitimidade discursiva os dados históricos concernentes à origem da cerveja, o discurso humorístico, na frase, vai de encontro ao discurso médico, que mostra o álcool como causador de dependência física e psicológica.

Já no exemplo (2), a bebida (dessa vez, a cachaça) é apresentada como um remédio que atua no combate a doenças infecciosas, como a gripe, ao contrário do que apregoa o MS, que concebe o álcool como prejudicial ao bem estar físico do homem. Há, nesse caso, a utilização do próprio discurso das organizações ligadas à saúde (a necessidade de desinfetar as mãos com álcool a fim de evitar a proliferação de doenças causadas por seres microbióticos, como fungos, vírus e bactérias), para, através da subversão, justificar a ingestão de álcool.

No exemplo (3), há a desconstrução do discurso apregoadado por várias instituições religiosas cristãs, que proíbem a ingestão de álcool (o que se confirma na referência à figura de Jesus, e ao relato bíblico ilustrado nos Evangelhos, segundo o qual Cristo teria transformado água em vinho em um casamento ocorrido na cidade de Caná da Galiléia). Sabendo-se que o caráter pecaminoso atribuído ao ato de ingerir bebida alcoólica por alguns grupos cristãos deve-se ao fato do álcool estar

relacionado à destruição do corpo, “morada espiritual” dada por Deus aos homens, pode-se afirmar que tal discurso dialoga com o do MS, que enfatiza os malefícios do álcool para o corpo humano. Logo, nessa frase, pode-se constatar que há a subversão aos valores religiosos, e, em última instância, ao discurso do MS.

Tendo em vista que o sentido é construído na interação, a partir do acionamento de conhecimentos prévios alocados na memória dos interlocutores, pode-se afirmar que, nas “frases engraçadas” analisadas, o humor é instaurado principalmente a partir da incongruência, ou seja, da quebra do determinismo relativo ao discurso do MS, que é socialmente disseminado. Em outras palavras, o discurso das frases vai de encontro ao saber social acerca dos danos à saúde provocados pelo consumo exagerado de álcool, o que leva à incongruência, e, conseqüentemente, ao riso. Como afirma Fourastié (apud ROMÃO, 2005, p. 290):

O homem ri cada vez que ele ultrapassa uma ruptura, um incidente, uma interrogação em um processo determinado previsto, antes da ruptura, como sem problema, normal e benéfico (...). O riso nasce de uma ruptura de determinismo. Espera-se uma coisa e acontece outra. (...) Assim, o ‘objeto risível’, a coisa ou a narrativa da qual se ri, apresenta uma ‘ruptura de determinismo’, uma dualidade, um conflito, um contraste de lógicas, da qual precisamente a tomada de consciência pelo candidato ao riso, depois a repetição, a persistência ou a solução convidam ao riso.

Portanto, é na surpresa, na estranheza que se assenta o riso nas frases, devido à desrotinização de padrões socialmente estabelecidos, tidos como corretos, aceitáveis.

6.5 O *ethos* do bêbado e sua relação com a finalidade do humor nas “frases engraçadas”

6.5.1 A constituição do *ethos* do bêbado: um processo retórico

Os estudos da Nova Retórica visam compreender a maneira como o discurso se torna eficaz. Por discurso, entende-se “toda produção verbal, escrita ou oral, constituída por uma frase ou por uma sequência de frases, que tenha começo e fim e apresente uma unidade de sentido” (REBOUL, 2004, XIV). Nessa perspectiva,

todo discurso pode ser considerado um ato retórico, na medida em que os indivíduos, enquanto construtores sociais, fazem uso da linguagem, em uma situação interativa, denominada de “contexto retórico”, a fim de influenciar, de estabelecer acordos entre os interactantes (FERREIRA, 2010).

Para a eficácia do discurso, faz-se necessária a constituição do *ethos*, que designa a imagem de si e dos outros construída pelo orador, em sua formulação discursiva (FERREIRA, 2010). O orador busca a identificação com o auditório, de modo a conseguir que suas premissas sejam aceitas por este (MEYER, 2007). Segundo a tradição retórica, a eficácia discursiva apóia-se na autoridade do orador (ou locutor), que, em seu discurso, delinea uma apresentação de si e do outro a fim de proporcionar a adesão do público-alvo ao seu discurso. Cabe reiterar que o *ethos* não corresponde necessariamente aos reais atributos do locutor; na verdade, é uma construção linguística, e deve ser apreendido no discurso. Desse modo, “o lugar que engendra o *ethos* é, portanto, o discurso, o *logos* do orador, e esse lugar se mostra apenas mediante as escolhas feitas por ele” (EGGS, 2008, p. 31).

Conforme expõe Amossy (2008), o próprio ato de tomar a palavra é suficiente para a constituição de uma imagem de si, mesmo que o locutor não fale abertamente a respeito de suas qualidades. Enquanto construção discursiva, o *ethos* do orador pode ser apreendido a partir das modalizações de sua fala, a partir das imagens que elabora do outro, em seu discurso (FERREIRA, 2010).

No momento em que elabora seu discurso, o orador baseia-se na projeção que faz do seu auditório, daquilo que imagina que o seu público deseja ouvir (AMOSSY, 2008). Ao colocar-se, no contexto retórico, em um mesmo nível que o seu interlocutor, de modo a interagir com ele, o orador legitima seu discurso uma vez que vai ao encontro do que o seu leitor/ouvinte espera ler/ouvir, conferindo-lhe autoridade (FERREIRA, 2010).

Nas “frases engraçadas” analisadas, é comum o locutor apresentar-se, em seu discurso, como o “bêbado”, atribuindo a si características positivas (este não é o prejudicado pelo consumo exagerado de bebida alcoólica, mas é o persistente, o corajoso). É importante enfatizar que o *ethos* do orador, no contexto retórico de

circulação das frases (o site Os Vigaristas, que busca a deflagração do riso pela abordagem, em textos humorísticos, de temáticas controversas), não corresponde à situação empírica de seus produtores, mas é uma construção discursiva, visando à efetivação do propósito comunicativo, que é a subversão do discurso do Ministério da Saúde (não se deve achar que os internautas são realmente bêbados).

Embora as “frases engraçadas” sejam elaboradas por indivíduos diferentes, percebe-se uma uniformidade quanto ao desenvolvimento da temática “bebida”, o que sugere a projeção, pelo(s) enunciador(es) das frases, das expectativas do público-alvo (no caso, os internautas) quanto à organização dos elementos envolvidos na elaboração discursiva.

A inserção do locutor no discurso geralmente é marcada por um pronome pessoal do caso reto, na 1ª pessoa do singular (eu) ou do plural (nós= eu + tu). Por exemplo, é o que ocorre nas frases “Se eu parar de beber, vou passar mal... vai aumentar a taxa de sangue no meu álcool” e “Eu sei que o mundo dá voltas, mas quando a gente bebe parece que essas voltas são mais rápidas”. No primeiro caso, o orador inscreve-se discursivamente pelo pronome pessoal do caso reto “eu”; no segundo caso, além de utilizar o pronome “eu”, o orador insere-se no discurso por meio da expressão informal “a gente”, que designa “nós” (eu + você).

Quanto ao *status* de “bêbado”, o orador apresenta-se de modo direto, pelo uso do termo “bêbado” (“*Prefiro ser um bêbado conhecido do que um alcoólatra anônimo*”; “*Não estou em condições de dirigir... Espere! Eu não deveria ouvir a mim mesmo, estou bêbado!*”), ou indiretamente, por meio de suas escolhas linguísticas (“*Bebidas, tô fora... Saí para comprar mais!*”; “*Você vê as pingas que eu tomo, mas não vê os tombos que eu levo*”). No primeiro caso, a expressão “saí para comprar mais” remete a um sujeito que bebe com frequência, cuja intenção é adquirir mais bebida. No segundo caso, a associação entre as expressões “pinga que eu tomo” e “tombos que eu levo” sugere a ingestão demasiada de álcool, que leva o indivíduo ao desequilíbrio, e, conseqüentemente, à queda.

Uma vez apresentado como “bêbado”, o orador configura seu *ethos* por uma série de imagens, em grande parte positivas, depreendidas a partir de sua seleção

linguística. Essas imagens contribuem para a desarticulação do discurso apregoadado pela Organização Mundial de Saúde (representada no Brasil pelo MS), visto que delineiam uma apresentação satisfatória, afastada da ideia de “coitado”, daquele que faz uso excessivo do álcool. Por sua vez, a apresentação do bêbado é sustentada pelas imagens positivas relacionadas à bebida (estas constituem argumentos para sua afirmação). Buscando uma maior clareza na visualização dos dados, as imagens relacionadas ao “bêbado” estão expostas no quadro a seguir, em ordem decrescente (a de maior ocorrência para a de menor ocorrência), juntamente com o percentual de ocorrência (serão consideradas 16 frases, do total de 60, que apresentam as imagens)²³.

IMAGEM	PERCENTUAL	EXEMPLO
Exagerado	11,7% (7 frases)	<i>Eu bebo tanto que se eu parar de beber o PIB do Brasil cai mais de 5%</i>
Persistente	5% (3 frases)	<i>Pensei em parar de beber, mas sou brasileiro e não desisto nunca</i>
Agradecido	1,7% (1 frase)	<i>Comecei a beber por causa de uma mulher... e nem tive tempo de agradecê-la</i>
Amoroso	1,7% (1 frase)	<i>O álcool é o pior amigo do homem. Mas na Bíblia diz que devemos amar nossos inimigos</i>
Corajoso	1,7% (1 frase)	<i>A cerveja e a cachaça são os piores inimigos do homem. Mas o homem que foge dos seus inimigos é um covarde</i>
Esclarecido	1,7% (1 frase)	<i>Galileu, quando afirmou que o mundo girava, afirmou o que nós, bêbados, já sabíamos</i>

QUADRO 6 – IMAGENS RELACIONADAS AO BÊBADO

Tais dados podem ser visualizados, a seguir, por meio de gráfico numérico:

²³ A categorização das 16 “frases engraçadas” que apresentam as imagens constituintes do *ethos* do bêbado encontra-se nos anexos.

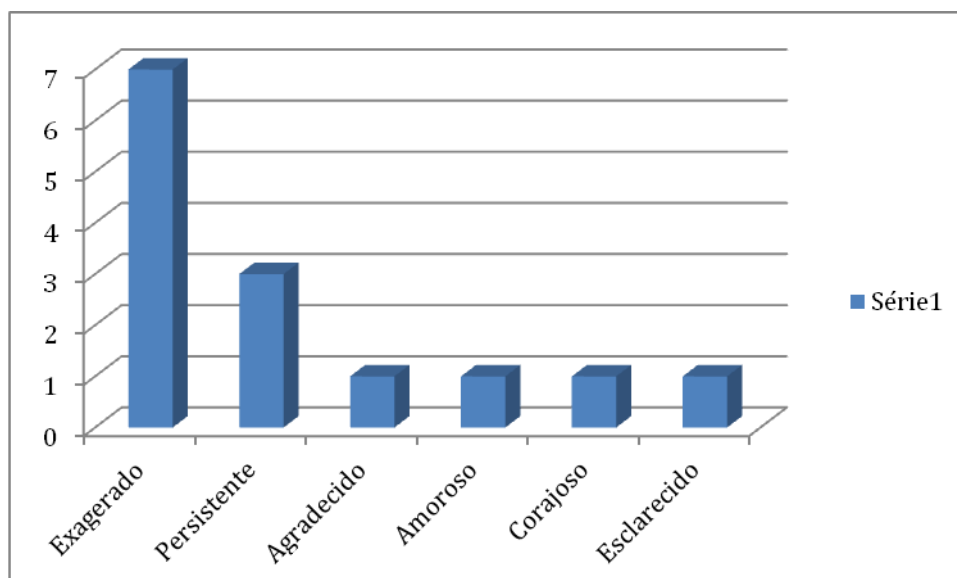


GRÁFICO 4 – PERCENTUAL DE OCORRÊNCIA DAS IMAGENS RELATIVAS AO BÊBADO

A primeira imagem que diz respeito ao bêbado é a de **exagerado**, no que tange ao consumo do álcool. Nas frases, é comum a presença do intensificador “tanto”, que, associado a uma situação hiperbólica (não condizente com a realidade empiricamente atestada), sugere a ingestão demasiada de bebida alcoólica. Tal processo ocorre nos casos “*Eu bebo tanto que se eu parar de beber o PIB do Brasil cai 5%*”; “*Eu bebo tanto que, quando eu morrer, a cremação durará uma semana*” e “*Eu bebo tanto que, no meu último exame de urina, encontraram uma azeitona com um palito no potinho*”. Na primeira frase, o consumo exacerbado de álcool relaciona-se à manutenção do produto interno bruto do país; na segunda frase, o prolongamento do ato de cremação é indicativo da alta ingestão de álcool; na última frase, o exagero constrói-se pela referência à presença de resíduos sólidos (no caso, a azeitona e o palito) na urina.

Nas frases “*Bêbado que se preza passa álcool em gel no pão*” e “*90% do meu dinheiro eu gasto com bebida. Os outros 10% são do garçom*”, o exagero não é demarcado por um termo específico, mas é depreendido na situação expressa na frase. No primeiro exemplo, a base para o exagero é a expressão “passar álcool em gel no pão”, que amplia a ingestão de álcool às diversas situações do cotidiano, como a alimentação (no caso, o álcool substituiria substâncias como geléia, manteiga, requeijão, cujo consumo está associado às massas, como pães e biscoitos). Na segunda frase, a hipérbole é demarcada principalmente por meio de

porcentagem: a distribuição do salário de um indivíduo relaciona-se, em sua totalidade, ao consumo de bebida.

O exagero também pode ser construído por meio de recursos como a inversão e a comparação, como ocorre nas frases “*Se eu parar de beber vou passar mal... vai aumentar a taxa de sangue no meu álcool*” e “*Estou igual a cobra de laboratório: só no álcool*”. Na primeira frase, a troca na ordem sintática dos termos “sangue” e “álcool” visa a colocar o álcool em evidência, e, conseqüentemente, sugerir que a taxa de álcool no organismo é maior que a de sangue, sendo indicativa de alta ingestão de bebida alcoólica. Na segunda frase, a comparação de um indivíduo a uma cobra de laboratório serve de base para a ambigüidade do termo “só no álcool”, que indica estado de embriaguez, devido à alta taxa de álcool no organismo.

A segunda imagem associada ao bêbado é a de **persistente**, construída principalmente pelo uso da expressão popular “sou brasileiro e não desisto nunca”, que faz referência ao perfil “sobrevivente” do indivíduo nascido no Brasil, que persiste na caminhada, apesar das dificuldades sócio-econômicas. A persistência é destacada nas frases “*Pensei em parar de beber, mas sou brasileiro e não desisto nunca*” e “*Bebo até cair... depois continuo bebendo deitado, porque afinal eu sou brasileiro e não desisto nunca*”. O uso da expressão, nestes casos, evidencia a perseverança do sujeito construído no discurso, no que diz respeito a não parar de beber.

A terceira imagem que constitui o *ethos* do bêbado é a de **agradecido**. Na frase “*Comecei a beber por causa de uma mulher... e nem tive tempo de agradecê-la*”, tal característica evidencia-se pelo uso do verbo “agradecer” constituinte da expressão “nem tive tempo de agradecê-la”. Segundo o dicionário *Aurélio* (2005) este verbo significa “mostrar-se grato por; demonstrar gratidão”. Pode-se deduzir, a partir da colocação, um sujeito que é agradecido a uma pessoa (uma mulher) por começar a beber (“Comecei a beber por causa de uma mulher...”), embora não tenha feito o agradecimento pessoalmente. Nesse caso, a bebida não seria prejudicial, mas, sim, benéfica ao ponto de alguém sentir-se satisfeito em consumi-la, e considerá-la um agrado recebido; e o bêbado seria um agradecido pelo benefício de ser iniciado na ingestão de álcool.

A quarta imagem relacionada ao bêbado é a de **amoroso**. Na frase “*O álcool é o pior inimigo do homem. Mas na Bíblia diz que devemos amar nossos inimigos*”, essa qualidade é evidenciada pelo uso do verbo “amar”, na expressão “devemos amar nossos inimigos”. Primeiramente, o álcool é metaforizado como o pior inimigo do homem. Em seguida, mencionando a Bíblia como argumento de autoridade, o orador enfatiza a importância de amar os inimigos. Por relação de ideias, chega-se à conclusão de que: 1) a bebida é amada (se a bebida é inimiga, e é preciso amar o inimigo, então, deve-se amá-la); 2) o orador ama a bebida / beber (o verbo “devemos”, conjugado na 1ª pessoa do plural do presente do indicativo – “nós” –, inscreve o locutor em sua própria fala, fazendo-o participante da sua afirmação).

A quinta imagem constituinte do *ethos* do bêbado é a de **corajoso**. Na frase “*A cerveja e a cachaça são os piores inimigos do homem. Mas o homem que foge dos seus inimigos é um covarde*”, tem-se, primeiramente, a recategorização dos termos “cerveja” e “cachaça” – estes são considerados, por meio de metáfora, como “inimigos do homem”. Tal recurso atribui às bebidas valor negativo. Na segunda parte da frase, incentiva-se a não fugir dos inimigos (no caso, a bebida); a fuga seria um ato de covardia. Portanto, por relação lógica, chega-se à seguinte conclusão: se a bebida é inimiga e não se deve fugir do inimigo, então não se deve fugir da bebida. Se o bêbado não se esquivava de beber, então isso seria uma “demonstração de coragem”.

A sexta imagem ligada à apresentação do bêbado é a de **esclarecido**. Na frase “*Quando Galileu disse o planeta girava, afirmou o que nós, bêbados, já sabíamos*”, o uso do termo “já” anteposto ao verbo “saber” (conjugado na primeira pessoa do plural do pretérito imperfeito do indicativo – *sabíamos*), associado à descoberta de Galileu de que o planeta Terra gira em torno do sol, induz à preexistência de um saber adquirido pelo consumo da bebida. Ou seja, Galileu, ao elaborar a teoria do Heliocentrismo, teria afirmado um fato que já era de conhecimento dos bêbados, uma vez que estes, quando bebem grande quantidade de álcool, veem o ambiente “girar”, em decorrência da falta de equilíbrio.

As seis imagens anteriormente analisadas (exagerado, persistente, agradecido, amoroso, corajoso e esclarecido) mostram o bêbado não como o “doente”, mas, sim,

como o **beneficiado** pelo uso da bebida. Isso é comprovado pelas imagens positivas referentes às bebidas alcoólicas – estas não seriam “vilãs da saúde”, mas, sim, substâncias benéficas a quem as consome. Portanto, tais imagens constituem argumentos para sustentação do *ethos* do bêbado: se a bebida é benéfica, então o bêbado é o beneficiado pelo seu uso. Em outras palavras, o modo como o bêbado relaciona-se com a bebida serve como “pista” para revelar o seu próprio *ethos*. Esse processo é analisado detalhadamente no subtópico a seguir.

6.5.2 As imagens da bebida enquanto argumentos de sustentação do *ethos* positivo do bêbado

Para que o discurso do orador seja convincente, é necessário que este se utilize de argumentos contundentes, que sejam aceitos pelo auditório. Segundo Reboul (2004, p. 92), considera-se argumento “uma proposição destinada a levar à admissão de outra”. De acordo com Perelman e Olbrechts-Tyteca (2005, p. 4), os argumentos são “técnicas discursivas que permitem provocar ou aumentar a adesão dos espíritos às teses que se lhes apresentam ao assentimento”. Tais argumentos são responsáveis pela credibilidade do discurso, garantindo a efetivação do propósito para o qual foi elaborado. Portanto, o orador, “para valer-se competentemente dos artifícios persuasivos do discurso, encontrará provas que, por serem bem articuladas e plausíveis, levam o auditório a acreditar que foi tomada a melhor decisão [...]” (FERREIRA, 2010, p. 30).

Nas “frases engraçadas” analisadas, podem ser depreendidas diversas imagens positivas relacionadas à bebida, que são argumentos de sustentação do *ethos* do bêbado. Tais imagens constituem “provas” das quais o orador se utiliza para transformar aquilo que é socialmente negativo (o bêbado como “viciado”) em algo positivo (o bêbado como “beneficiado”). No quadro a seguir estão dispostos, em ordem decrescente (maior ocorrência para menor ocorrência), as diversas imagens da bebida presentes nas frases e o percentual de ocorrência (são consideradas, do total de 60, 13 frases que apresentam as imagens detectadas)²⁴:

²⁴ A categorização das 13 “frases engraçadas” que apresentam as imagens sustentadoras do *ethos* do bêbado encontra-se nos anexos.

IMAGEM	PERCENTUAL	EXEMPLO
Esclarecedora	6,7% (4 frases)	<i>“A beleza está nos olhos de quem bebe”</i>
Animadora	3,3% (2 frases)	<i>Se você não achar a metade da sua laranja, fique com metade do limão, misture com cachaça e seja feliz</i>
Prioritária	3,3% (2 frases)	<i>Troque seu coração por um fígado. Assim você se apaixona menos e bebe mais!</i>
Transformadora	3,3% (2 frases)	<i>Poção mágica é o álcool: depois de algumas doses qualquer bruxa se transforma em princesa</i>
Amiga	1,7% (1 frase)	<i>O uísque é o melhor amigo do homem. É o cachorro engarrafado</i>
Auxiliadora	1,7% (1 frase)	<i>Cerveja: ajudando os feios desde 4000 a.c</i>
Benéfica	1,7% (1 frase)	<i>Se apenas limpando as mãos com álcool se elimina o risco do vírus da gripe, tomando cachaça então... Ele nem chega perto!</i>

QUADRO 7 – IMAGENS RELACIONADAS À BEBIDA

Se dispostas na forma gráfica, as imagens relativas à bebida podem ser visualizadas da seguinte maneira:

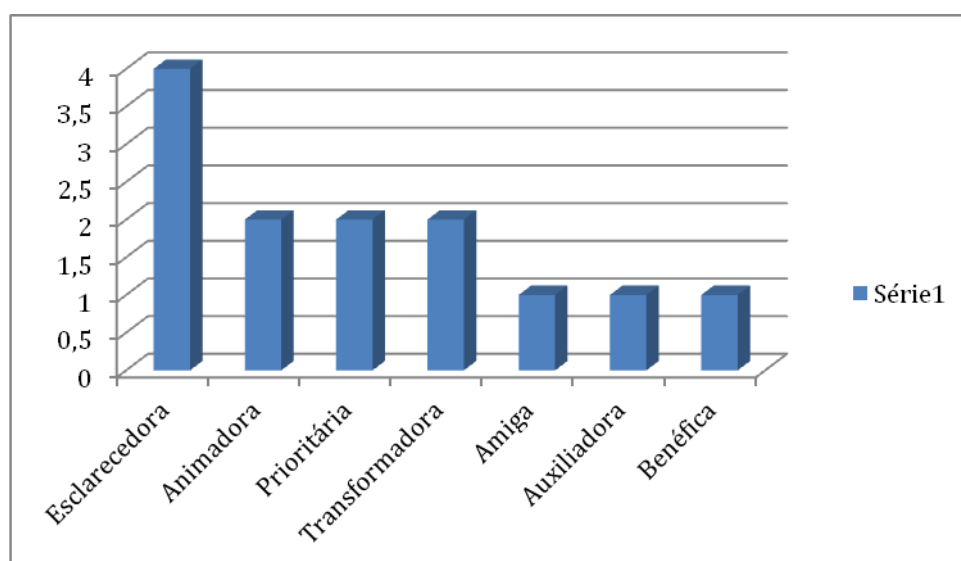


GRÁFICO 5 – PERCENTUAL DE OCORRÊNCIA DAS IMAGENS RELATIVAS À BEBIDA

A primeira imagem da bebida depreendida nas frases analisadas, a partir das marcas linguísticas, é a de **esclarecedora**: o álcool teria a capacidade de mostrar ao indivíduo aquilo que ele não é capaz de perceber em seu estado sóbrio (a beleza do outro, por exemplo). Na frase *“Realidade é apenas uma ilusão que ocorre devido à falta de álcool”*, o termo “apenas” acentua o caráter ilusório da realidade, enquanto

resultado da abstinência do álcool; subentende-se que o consumo de álcool permite ao indivíduo perceber a não-ilusão, a ter uma verdadeira percepção do real. Essa concepção vai ao encontro de uma fala atribuída a Jacques Bossuet, que diz: “O vinho tem o poder de encher a alma de toda a verdade, de todo o saber e filosofia”²⁵. Por sua vez, as frases “*A beleza está nos olhos de quem bebe*”, “*A feiúra está nos olhos de quem não bebe!*” e “*Aquela mulher não era feia; você é que bebeu pouco*” sugerem que a bebida leva os indivíduos a verem a verdadeira beleza das pessoas. Tal processo pode ser apreendido a partir das associações “beleza / olhos de quem bebe; feiúra / olhos de quem não bebe”, e, também, da negação da feiúra (“*Aquela mulher não era feia*”) em razão da falta de bebida (“*você é que bebeu pouco*”).

A imagem da bebida enquanto “esclarecedora” atua como argumento na sustentação do *ethos* positivo do bêbado, visto que contraria a concepção do álcool como causador de confusão mental: se a bebida tem a capacidade de trazer esclarecimentos a alguém, este seria o bêbado, seu principal consumidor. O argumento do álcool como esclarecedor constrói-se por definição, pois “impõe determinado sentido, em detrimento de outros” (REBOUL, 2004, p. 173). Isso fica claro, nas frases, principalmente pelo uso do constante dos verbos “ser” e “estar”, conjugados em 1ª pessoa do singular do presente do indicativo (“é” / “está”): “realidade é isto...”; “a beleza está nisto”. No caso, os conceitos de “realidade” e “beleza” são definidos em função do consumo de álcool.

A segunda imagem associada à bebida é a de **animadora**. Na frase “*Se você não achar a metade da sua laranja, fique com metade do limão, acrescente cachaça e seja feliz*”, essa qualidade é evidenciada na expressão “acrescente cachaça e seja feliz”. Embora o foco da brincadeira seja o jogo envolvendo o idiomatismo “metade da sua laranja” (referente à pessoa certa para um relacionamento amoroso), em contraponto com “metade do limão”, é clara a associação da cachaça à felicidade, em que a ingestão da bebida tornaria o indivíduo feliz, “levantaria os ânimos” do consumidor. Já na frase “*Se sua vida for azeda, acrescente gelo e cachaça e aproveite uma boa caipirinha*”, a base da construção de sentido é o termo “azedo”, que remete ao azedume do limão, e, também, às circunstâncias contrárias da vida.

²⁵ Disponível em: <http://www.rivalcir.com.br/frases/vinho.html>. Acesso em 09/07/2010.

Portanto, a sugestão de se aproveitar uma boa caipirinha demonstra a associação da bebida àquilo que pode deixar o indivíduo satisfeito, mesmo em meio às adversidades.

A concepção da bebida alcoólica como “animadora” possibilita a sustentação do *ethos* positivo do bêbado, uma vez que ao álcool são atribuídos valores estimados e procurados pela humanidade, como a felicidade e a satisfação. Se a bebida tem a capacidade de trazer ânimo (alegria) a alguém, o bêbado, que a consome em grandes quantidades, é o animado (alegre). Pode-se afirmar que esse argumento é de finalidade, visto que se fundamenta “na ideia de que o valor de uma coisa depende do fim cujo meio é ela” (REBOUL, 2004, p. 174). Desse modo, o valor da bebida se mostraria na sua capacidade de trazer ânimo ao indivíduo que a consome.

A terceira imagem referente à bebida é a de **prioritária**. Na frase “Se a bebida atrapalha seu trabalho, pare de trabalhar”, a prioridade do álcool é evidenciada pela expressão “pare de trabalhar”; em uma situação de escolha entre a bebida e o trabalho, opta-se pela primeira opção, o que deduz a importância maior da bebida. Já na frase “Troque seu coração por um fígado. Assim você se apaixona menos e bebe mais”, o caráter prioritário da bebida sustenta-se na sugestão de troca entre o coração (órgão vital à vida humana, que bombeia o sangue para as demais partes do corpo) por um fígado (órgão responsável pelo metabolismo do álcool), apenas para poder ingerir uma maior quantidade de bebida alcoólica.

A quarta imagem que diz respeito à bebida é a de **transformadora**. No caso, o álcool deixa de ser considerado uma “droga lícita”, e seu efeito mortificador sobre os reflexos humanos permitiria que os feios fossem vistos como bonitos por quem bebe. Na frase “*Poção mágica é o álcool: depois de algumas doses qualquer bruxa se transforma em princesa*”, o “poder transformador” do álcool é denotado pelo verbo “transformar”, conjugado em primeira pessoa do singular do presente do indicativo, que significa “dar nova forma, feição ou caráter a; mudar, modificar, transfigurar” (FERREIRA, 2005, p. 786). No caso, o termo “bruxa” é uma metáfora para designar as mulheres desprovidas de beleza, que, após a ingestão de álcool (“algumas doses”) passariam a ser “princesas”, expressão que, em nossa sociedade, refere-se às belas. Por sua vez, na frase “*O amor não torna as pessoas mais*

bonitas. O nome disso é álcool”, a bebida (representada metonimicamente pelo termo ‘álcool’) é tomada como a responsável por evidenciar a beleza das pessoas, em detrimento do amor. A frase vai de encontro ao dito popular “Quem ama o feio, bonito lhe parece”, que mostra o amor como o meio de percepção da verdadeira beleza.

A qualificação “transformadora” conferida à bebida serve como argumento de sustentação do *ethos* positivo do bêbado principalmente pelo fato de atribuir ao álcool os benefícios do amor: beber significaria ter a capacidade de perceber a beleza interior das pessoas. Se o bêbado bebe com frequência, então ele teria a capacidade de ver o outro para além da aparência, dos atributos físicos. Tendo em vista esses dados, pode-se afirmar que a imagem de transformador atribuída ao álcool é um argumento de causalidade, uma vez que a argumentação se dá por uma “sucessão constante nos fatos, e deles inferindo um nexos causal” (REBOUL, 2004, p. 173). Em outras palavras, “permite apreciar um ato ou um acontecimento consoante suas consequências favoráveis ou desfavoráveis” (PERELMAN; OLBRECHTS-TYTECA, 2005, p. 303). Portanto, a ingestão de bebida seria a causa da transformação da feiúra em beleza, em uma relação “antes” (feio) e “depois” (bonito).

A quinta imagem relacionada à bebida é a de **amiga**. Na frase “*O uísque é o melhor amigo do homem; é o cachorro engarrafado*”, o uísque é metaforizado por duas expressões que indicam vínculo estreito de amizade: “melhor amigo” e “cachorro engarrafado”. Na primeira expressão, o adjetivo “melhor” opera uma maximização do caráter amigável da bebida, a indicar proximidade máxima entre o ser humano e o álcool. Tal perspectiva é afirmada pela expressão “cachorro engarrafado”, tendo em vista que o cão é considerado o “melhor amigo do homem” (a bebida seria tão companheira quanto o cão). A visão do álcool enquanto “amigo” vai ao encontro do costume que muitos indivíduos possuem, de beber para esquecer os problemas.

A sexta imagem associada à bebida é a de **auxiliadora**. Na frase “*Cerveja: ajudando os feios desde 4.000 a.c*”, o verbo “ajudar”, conjugado no gerúndio, que, por especificação, relaciona-se à cerveja, sugere uma ação em andamento – a

colaboração da bebida para com os feios –, de modo a fazê-los parecer mais bonitos. Portanto, caberia à bebida o auxílio aos que são desprovidos de beleza.

A última imagem referente à bebida é a de **benéfica**. Na frase “*Se apenas limpando as mãos com álcool se elimina o vírus da gripe, tomando cachaça então... Ele nem chega perto!*”, primeiramente tem-se a afirmação de que o álcool elimina o vírus da gripe, em contato com a superfície das mãos. Em seguida, os três pontos (...) colocados após o trecho “tomando cachaça então...” sugere a continuação dessa ideia, só que atribuída ao ato de beber. Inference-se, então, que a ingestão de bebida alcoólica beneficia aquele que a consome, na eliminação de microrganismos que prejudicam a saúde.

A caracterização da bebida como “benéfica” auxilia na constituição do *ethos* positivo do bêbado, na medida em que atribui ao consumo de álcool diversos benefícios à saúde. Se a bebida traz benefícios, então o bêbado é o beneficiado por sua ingestão, e não o viciado e doente. A argumentação constrói-se por comparação, “por permitir justificar um dos termos a partir do outro ou dos outros” (REBOUL, 2004, 183). Ou seja, a capacidade benéfica da ingestão do álcool se estabelece a partir da menção aos benefícios de seu uso externo, para fins de esterilização.

Feitas as análises, constata-se que as diversas imagens da bebida presentes nas “frases engraçadas” (animadora, prioritária, transformadora, amiga, auxiliadora e benéfica), são, na verdade, argumentos de sustentação do próprio *ethos* do bêbado, o qual se mostra como o beneficiado pela ingestão de álcool. Se o álcool é concebido como algo que traz benefícios, a própria concepção daquele que consome bebidas de modo exacerbado é deslocada do parâmetro a ele atribuído pelos órgãos de saúde – o de um dependente que precisa de cuidados médicos e tratamentos para se livrar do vício – passando a ocupar um lugar de “indivíduo que se beneficia do uso da bebida”.

Em outras palavras, as imagens da bebida confirmam o *ethos* do bêbado, contribuindo para sedimentar seu valor positivo: o bêbado é persistente no consumo da bebida porque esta lhe dá ânimo (animadora); o bêbado está agradecido à bebida porque ela lhe proporciona conforto (amiga) e auxílio (auxiliadora); o bêbado

é esclarecido porque o consumo da bebida lhe traz esclarecimento (esclarecedora); o bêbado mostra-se corajoso na hora de ingerir bebida, uma vez que faz desta sua prioridade (prioritária); não haveria problema no fato de o bêbado ser exagerado no consumo da bebida porque esta lhe traz benefícios (benéfica) etc.

A construção positiva do *ethos* do bêbado contraria o saber social acerca dos malefícios causados pelo consumo exagerado do álcool (como a dependência física e psíquica). É justamente a partir do conflito de discursos – um institucional e outro transgressor – que se constrói o humor nas “frases engraçadas”, como se verá com maior propriedade no subtópico a seguir.

6.5.3 A tensividade retórica nas “frases engraçadas”

Na constituição do seu discurso, o orador vale-se de outros discursos prévios, que coexistem simultaneamente em sua elaboração discursiva. Conforme afirma Ferreira (2010, p. 22), “o discurso [...] nunca é um acontecimento isolado: nasce de outros discursos e aponta para outros que o precedem e cria uma referência para surgimento daqueles que virão depois”. Sobre a tensividade retórica, Reboul (2004, XIV) afirma ainda que “o orador – aquele que fala ou escreve para convencer – nunca está sozinho; exprime-se sempre em concordância com outros oradores ou em oposição a eles, sempre em função de outros discursos”.

Tais discursos, no universo da *doxa*, complementam-se ou confrontam-se. A esse movimento dinâmico que ocorre em toda comunicação social denomina-se *tensividade retórica*. Desse modo, entram em foco “discordâncias relativas a conflitos de conceitos, choques semânticos, diferentes visões de mundo, diferenças ideológicas, crenças antagônicas” (FERREIRA, 2010, p. 23). O orador competente utiliza esse movimento interdiscursivo para efetização do propósito comunicativo para o qual seu discurso foi elaborado.

No caso das “frases engraçadas” analisadas, é notável o conflito entre dois discursos que lhes são constituintes: o *discurso dominante* (institucional), representado pelo MS, que vê o bêbado como doente e o álcool como droga lícita; e

o *discurso transgressor*, construído a partir da subversão dos valores do discurso dominante (o bêbado é o beneficiado e o álcool é substância benéfica). Essa tensividade é primordial para a construção do humor nas frases, uma vez que põe, em um mesmo nível, em diálogo, concepções distintas a respeito do bêbado e da bebida, o que culmina na desrotinação de padrões socialmente valorizados. E a liberação dos conceitos impostos é a principal finalidade do humor, independente de suas especificidades. Desse modo, “Rimos quando alguma coisa dá ao contrário do que deveria dar. O riso vê o mundo pelo avesso” (MARQUESANI, 2003)²⁶.

Ao colocar o bêbado na condição de “beneficiado”, o orador vai de encontro aos saberes apregoados pelos órgãos de saúde, que atribuem valores negativos àquele que consome bebidas alcoólicas sem moderação. Portanto, há, nas “frases engraçadas” analisadas, a releitura do conceito de “bêbado”, por meio de situações que subvertem as ideias de “doente” e de “dependente”, afastando-lhe da noção de “coitado”. Esse processo de subversão é primordial para a deflagração do humor, uma vez que, para a comicidade ser instaurada, é necessária a exposição de situações que não provoquem sentimentos de horror ou de piedade no auditório. Afinal, como afirma Bergson (1987, p. 13), “o cômico exige algo como certa anestesia do coração para produzir todo o seu efeito”. Em outras palavras, não há humor diante da dor e do sofrimento. Propp (1992, p. 50), ao fazer referência a piadas de bêbado, afirma que a apresentação negativa do bêbado não seria cômica, uma vez que “a embriaguez só é engraçada quando não é total. [...] A embriaguez que chega ao vício nunca pode ser ridícula”.

Aristóteles, em *A Poética*²⁷, distingue a tragédia da comédia. Enquanto a tragédia tem a finalidade de suscitar no auditório a catarse do terror e da piedade, visando à purificação dessas emoções (purgação) por meio de uma narrativa elaborada em uma relação de causa e efeito, “o cômico pode ser definido como um erro ou deformidade que não produz dor nem dano a outros” (p. 17). No caso das “frases engraçadas”, a apresentação do bêbado como o “beneficiado” (e não como o

²⁶ Disponível em: <http://dennymarquesani.sites.uol.com.br/semana/comedia.htm>. Acesso em 18/12/2011.

²⁷ Foi utilizada a versão *online* da obra, disponível em: http://www.4shared.com/office/pBOPqYXJ/Aristoteles_-_Potica.html. Acesso em 12/12/2011.

“coitado”, que o aproximaria da tragédia) permite a construção do cômico na medida em que associa o vício de beber àquilo que não é prejudicial ou danoso. Logo, o grande argumento das “frases engraçadas” que versam sobre bebida é mostrar que o bêbado não merece castigo – só o mal precisa de correção.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

No trabalho em questão, buscou-se analisar a construção do sentido humorístico em “frases engraçadas” que têm como tema a bebida e que são veiculadas no *site* Os Vigaristas. Além disso, discutiu-se a constituição do *ethos* do bêbado nas frases e sua relação com a finalidade do humor. O trabalho partiu das seguintes hipóteses: o sentido humorístico é de base sociocognitiva e interacional, sendo imprescindível a ativação de saberes partilhados para sua compreensão; nas frases selecionadas, o humor se instaura mediante o acionamento de diversas técnicas humorísticas; a comicidade cumpre uma finalidade discursiva, para além do riso pelo riso; e há, nas frases, a construção do *ethos* do bêbado, que estaria relacionado à finalidade do humor.

No que se refere à construção de sentido, partiu-se das premissas da Linguística Textual de base sociocognitivista e sociointeracionista, para a qual a significação se dá pela mobilização de conhecimentos prévios alocados na memória dos interlocutores, por intermédio de processos cognitivos. Dentre estes, cabe destacar a inferência, que é a apreensão de conteúdo novo a partir do que está explícito na superfície textual. A explanação teórica sobre a construção de sentido abrangeu o segundo capítulo deste trabalho, denominado “Linguística Textual: conceitos-chave” (p. 17-29), em que foram discutidos principalmente os conceitos de “texto”, “contexto sociointerativo”, “sistemas de conhecimento” e “processos inferenciais”.

No que se refere ao humor, levou-se em consideração que este é deflagrado por meio de técnicas humorísticas, que são mecanismos (de ordem linguística ou não) responsáveis por mobilizar os conhecimentos prévios, e, também, em muitos casos, por contestar as normas sociais ou linguísticas estabelecidas. Entendeu-se que as técnicas não são humorísticas por si mesmas; o que as faz parecerem engraçadas é a sua inserção em contexto concebido como “cômico” pelos interlocutores. Levou-se em conta que o humor, enquanto modo de discurso, cumpre uma finalidade (como a liberação e a denúncia, por exemplo), indo além da mera provocação do riso. A discussão sobre a construção do humor – perspectivas de estudo, suas finalidades,

as diversas técnicas humorísticas que estão na base de sua deflagração – corresponde ao segundo capítulo desta pesquisa, intitulado “Construção do humor” (p. 30-69). Nele foi realizado um levantamento bibliográfico para identificar diferentes técnicas (principalmente as que se relacionam à linguagem) elencadas por estudiosos da comicidade.

No que tange ao *ethos*, considerou-se que há a constituição, pelo orador, de uma imagem de si e do outro no discurso, este tomado enquanto atividade retórica. Tal apresentação é responsável pela adesão do auditório, na medida em que se relaciona à confiabilidade do orador. Para que um discurso seja confiável, o orador deve, também, utilizar-se de argumentos que sustentem a perspectiva por ele assumida, constituindo “provas” que visam à identificação do auditório com o discurso proferido, que lhe confira confiabilidade. Essas questões foram discutidas no quarto capítulo, nomeado “Construção do *ethos*” (p. 70-74).

Feitas as análises, no capítulo intitulado “‘Frases engraçadas’: construção do humor e constituição do *ethos* do bêbado” (p. 82-116), cada uma das hipóteses foram confirmadas. Para a construção de sentido, em todas as “frases engraçadas” analisadas foi necessária a mobilização de conhecimentos prévios pelo leitor, por meio de inferência. Esses saberes foram tanto de ordem enciclopédica (correspondente aos saberes sobre o mundo, apreendidos na vivência) quanto de ordem linguística (sobre as regras internas da língua e sua significação) e interacional (a respeito das regras de interação entre indivíduos em determinado contexto). Tais informações mostraram-se como imprescindíveis para o processamento de sentido, estando na base da significação.

Na construção do humor nas frases, comprovou-se a atuação de diferentes técnicas humorísticas. Estas foram responsáveis pela deflagração do humor pelo acionamento de saberes partilhados e/ou pela subversão das normas vigentes. As técnicas de maior ocorrência apreendidas nas “frases engraçadas” analisadas foram a inversão, o conhecimento prévio, o idiomatismo, a paródia, a hipérbole, a contradição e o jogo de palavras.

Verificou-se que o humor, nas frases, presta-se à *liberação*, que é a ruptura da censura ou norma impostas a um grupo social. No caso, a liberação se dá principalmente por intermédio da subversão do discurso apregoado pelo Ministério da Saúde (MS), para o qual o álcool é considerado droga lícita devido aos problemas físicos e psíquicos provocados por seu consumo exagerado. Assim, no *corpus* analisado, a bebida é mostrada como benéfica a quem a consome: auxiliaria os feios a tornarem-se bonitos; preveniria doenças, como a gripe; levantaria os ânimos daquele que se encontra triste etc. A subversão possibilita a instauração da comicidade na medida em que vai de encontro ao saber autorizado (institucional) ligado ao MS, o que leva à incongruência, e, conseqüentemente, ao riso.

A finalidade do humor (a liberação pela subversão do discurso do MS) relaciona-se ao *ethos* do bêbado constituído nas frases. Ao bêbado, o orador associa uma série de imagens positivas (exagerado, persistente, agradecido, amoroso, corajoso e esclarecido), que visam a mostrá-lo como o “beneficiado” pelo consumo da bebida, e não como o “dependente”, o “doente”, como o MS. Por sua vez, o *ethos* do bêbado é sustentado pelas imagens relativas à bebida (esta é mostrada como esclarecedora, animadora, prioritária, transformadora, amiga, auxiliadora e benéfica), que servem de argumento para sua comprovação: se a bebida é beneficiadora de quem a consome, então o bêbado é o beneficiado. Ou seja, a maneira como o bêbado se relaciona com a bebida torna-se um veio para apreensão de seu próprio *ethos*.

Pode-se concluir que este trabalho é importante para o estudo do humor, visto que realizou levantamento abrangente dos autores que enfocam as técnicas humorísticas. Isso pode vir a contribuir para futuras pesquisas que se propõem a estudar o humor a partir de uma perspectiva linguística. O trabalho também contribui para o estudo do gênero “frase engraçada”, uma vez que, até o momento, foram realizadas poucas análises desse gênero. No que se refere ao âmbito social, a pesquisa é relevante, na medida em que mostra como a temática “bebida” é concebida pelos vieses do humor.

8 REFERÊNCIAS

ADAM, Jean-Michel. Imagens de si e esquematização do orador: Petáin e De Gaulle em junho de 1940. In: AMOSSY, Ruth (Org). **Imagens de si no discurso: a construção do *ethos***. São Paulo, Contexto, 2005.

AMOSSY, Ruth. Da noção retórica de *ethos* à análise de discurso. In: AMOSSY, Ruth (Org). **Imagens de si no discurso: a construção do *ethos***. São Paulo, Contexto, 2005.

_____. O *ethos* na intersecção das disciplinas: retórica, pragmática, sociologia dos campos. In: AMOSSY, Ruth (Org). **Imagens de si no discurso: a construção do *ethos***. São Paulo, Contexto, 2005.

ARCINE, Raquel. **O papel da memória na produção de um quadro humorístico**. (Anais do 4º Colóquio Internacional de Estudos Linguísticos e Literários). 2010. Disponível em: <http://www.cielli.com.br/downloads/592.pdf>. Acesso em 15/06/2011.

ARISTÓTELES. **A Poética** – versão *online*. Disponível em: <http://www.4shared.com/office/pBOpqYXJ/Aristteles - Potica.html>. Acesso em 12/12/2011.

BAKHTIN, M. **Estética da criação verbal**. São Paulo, Livraria Martins Fontes, 1997.

BARBUIO, Eduardo. **Monkey News: o humor de José Simão no meio virtual**. 2010. 133f. Dissertação (Mestrado em Linguística). Franca, Universidade de Franca.

BERGSON, Henri. **O riso: ensaio sobre a significação do cômico**. Rio de Janeiro: Guanabara, 1987.

BREEMER, Jan; ROODENBURG, Herman. **Uma História Cultural do Humor**. São Paulo, Record, 2000.

CARMELINO, Ana Cristina. Reflexões acerca do gênero: diálogos entre metodologias de análise. In: NASCIMENTO, Edna Maria Fernandes dos Santos; OLIVEIRA, Maria Regina Momesso de; LOUZADA, Maria Sílvia Olivi (Org). **Processos enunciativos em diferentes linguagens**. São Paulo: Unifran, 2006.

_____. Dicas do Casseta & Planeta para você se dar bem na vida...: em foco a constituição do humor. **Revista Saberes Letras**, v. 7, p. 18-28, 2009a.

_____. As dicas-piadas do Casseta & Planeta: denúncia e liberação. In: LINS, Maria da Penha Pereira; CARMELINO, Ana Cristina (Org.). **A linguagem do humor: diferentes olhares**. 1 ed. Vitória, ES: UFES, 2009b, v. 1, p. 21-35.

_____. O texto humorístico: construção do sentido. In: VIDON, Luciano Novaes; LINS, Maria da Penha Pereira. (Org.). **Da análise descritiva aos estudos**

discursivos da linguagem: a linguística no Espírito Santo. 1 ed. Vitória: PPGEL, 2009c, v. 1, p. 105-122.

_____. Referenciação: recurso linguístico de deflagração do humor. In: **Anais do XII Simposio Internacional de Comunicación Social**, Santiago de Cuba, Cuba, 2011a, p. 29-33. ISBN: 978-959-7174-13-4.

_____. Linguagem e acontecimento: o efeito de humor nos gêneros textuais da revista *MAD*. In: **XVI ALFAL - Congreso Internacional de Linguística y Filología de la América Latina**. Alcalá de Henares: Universidade de Alcalá, 2011b. v. 1. p. 1-11.

_____; TRENTIN, Raquel Camargo. A construção do humor em “frases engraçadas” veiculadas em Os Vigaristas. In: ENCONTRO DO CÍRCULO DE ESTUDOS LINGUÍSTICOS DO SUL, 9, 2010, Palhoça, SC. RAUEN, Fábio José (Org.). **Anais do 9º. Encontro do CELSUL**. Palhoça, Ed. da Unisul, 2010. p.1-10. Disponível em <<http://www.celsul.org.br/Encontros/09/artigos/Ana%20Carmelino.pdf>>. Acesso em 20/10/2010.

DELPOIO, Elisabete. **A construção linguístico-discursiva do humor político na imprensa escrita:** O caso Severino Cavalcanti. 2008. 104f. Dissertação (Mestrado em Letras). São Paulo, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo.

DIJK, T. V.; KINTSCH, W. **Strategies of discourse comprehension**. Nova Iorque: Academic Press, 1983.

DIJK, Teun Adrianus Van. Algunos principios de una teoría del contexto. **ALED – Revista Latinoamericana de estudios del discurso** 1 (1). 2001, p. 69-81.

_____. **Cognição, discurso e interação**. 4. ed. São Paulo, Contexto, 2002.

EGGS, Ekkehard. *Ethos* aristotélico, convicção e pragmática moderna. In: AMOSSY, Ruth (Org). **Imagens de si no discurso:** a construção do *ethos*. São Paulo, Contexto, 2005.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. *Mini-Aurélio: o dicionário da Língua Portuguesa*. 6. ed. Curitiba: Positivo, 2005.

FERREIRA, Luiz Antonio. **Leitura e persuasão:** princípios de análise retórica. São Paulo: Contexto, 2010.

FOLKIS, Gesiane Monteiro Branco. **Análise do discurso humorístico:** as relações marido e mulher nas piadas de casamento. 2004. 275f. Tese (Doutorado em Linguística). Programa de Pós-Graduação em Linguística. Campinas, Universidade Estadual de Campinas.

FRANÇA, Maria Tereza Rego. **A construção linguística do riso nas crônicas de José Simão**. 2006. 304f. Tese (Doutorado em Letras). Programa de Pós-Graduação em Filologia e Língua Portuguesa. São Paulo, Universidade de São Paulo.

FREUD, Sigmund. **Os chistes e sua relação com o inconsciente** (1905) - versão *online*. Disponível em: http://www.4shared.com/document/bJjy62fN/Freud_-_Obras_Completas_-_Volu.html. Acesso em 10/05/2011.

GATTI, Marco Antônio. **Humor em provérbios alterados**. 2007. 158f. Dissertação (Mestrado em Linguística). Programa de Pós-Graduação em Linguística, Instituto de Estudos da Linguagem. Campinas, Universidade Estadual de Campinas.

GIL, Célia Maria Carcagnolo. Humor: alguns mecanismos linguísticos. **Alfa**. São Paulo, 39, 1995, p. 111-119.

KOCH, Ingedore Villaça. **Desvendando os segredos do texto**. 2. ed. São Paulo: Cortez, 2003.

_____. **Introdução à Linguística Textual**. São Paulo, Martins Fontes, 2006.

_____. **O texto e a construção dos sentidos**. 9. ed. São Paulo, Contexto, 2008.

_____; TRAVAGLIA, Luiz Carlos. **Texto e Coerência**. 4. ed. São Paulo, Cortez, 1995.

_____; BENTES, Anna Christina; CAVALCANTE, Mônica Magalhães. **Intertextualidade: diálogos possíveis**. 2. ed. São Paulo: Cortez, 2008.

_____; ELIAS, Vanda Maria. **Ler e compreender os sentidos do texto**. 3. ed. São Paulo, Contexto, 2010.

LIMA, Silvana Maria Calixto de. **(Re) Categorização metafórica e humor: trabalhando a construção do humor**. 2003. 170f. Dissertação (Mestrado em Linguística). Programa de Pós-graduação em Linguística. Ceará, Universidade Federal do Ceará.

LINS, Maria da Penha Pereira. Estratégias de produção de humor em tiras de quadrinhos: Uma análise de enquadres e alinhamentos em Mafalda. **Cadernos do CNLF (CiFEFil)**, Rio de Janeiro, v. V, n. 9, p. 28-43, 2002.

_____. Quadrinhos: estruturalidade que gera humor. **Signum**, Vitória - ES, v. 3, n. jan/jun, p. 135-147, 2002.

_____. Desconstrução do simulacro como estratégia de produção de humor: Uma análise semiótica de tiras de quadrinhos de Quino. **Signum**, Vitória-ES, v. 5, n. 1, p. 61-75, 2003.

_____. Estratégias pragmáticas de produção de humor em cartuns. **Cadernos do CNLF (CiFEFil)**, v. 01, p. 00-00, 2008.

_____. A ironia na construção do processo de produção de humor: Uma análise de atos de linguagem de confronto em tiras de Mafalda. **Revista Saberes**. Letras (Vitória), v. 7, p. 75-101, 2009.

MACHADO, Marco Antônio Rosa. **O papel do processo inferencial na compreensão de textos escritos**. 2005. 187f. Dissertação (Mestrado em Linguística). Programa de Pós-graduação em Linguística. Instituto de Estudos da Linguagem. Campinas, Universidade Estadual de Campinas.

MAGALHÃES, Helena Maria Gremiscelli. **Aprendendo com humor**: o gênero do humor e o subgênero humor negro. (Anais do CELSUL). 2008. Disponível em: [http://www.celsul.org.br/Encontros/08/aprendendo com humor.pdf](http://www.celsul.org.br/Encontros/08/aprendendo_com_humor.pdf). Acesso em 22/06/2011.

MAINGUENEAU, Dominique. À propósito do ethos. In: MOTTA, Ana Raquel; SALGADO, Luciana (Orgs). **Ethos discursivo**. São Paulo, Contexto, 2008.

MARCUSCHI, Luiz Antônio. **Leitura como processo inferencial num universo cultural cognitivo**. *Leitura, Teoria e Prática*, 4. 1985, p. 1-14.

_____. Gêneros textuais: definição e funcionalidade. In: **Gêneros textuais e ensino**. Rio de Janeiro: Lucerna, 2003, p. 19-36.

_____. In: **Gêneros textuais e ensino**. 2. ed. Rio de Janeiro: Lucerna, 2003.

_____. Discurso, cognição e gramática nos processos de textualização. In: SILVA, D. E. G. **Nas instâncias do discurso**: uma permeabilidade entre fronteiras. Brasília, Editora da UNB, 2005.

_____. Referenciação e progressão tópica: aspectos cognitivos e sociais. In: KOCH, Ingedore Villaça; BENTES, Anna Christina; REZENDE, Renato (Orgs). **Cadernos de Estudos Linguísticos**. O tópico discursivo. 48 (1). Campinas: Unicamp, 2006, p. 7-22.

_____. **Produção textual, análise de gêneros e compreensão**. 3. ed. São Paulo: Parábola, 2008.

MARQUESANI, Denny. **Representação teatral**: a comédia antiga. LG-IV, 26 de agosto de 2003. Disponível em: <http://dennymarquesani.sites.uol.com.br/semana/comedia.htm>. Acesso em 18/12/2011.

MEYER, M. A unidade da retórica e seus componentes: éthos, páthos, logos. In: **A retórica**. São Paulo: Ática, 2007.

MINTO, Elaine; CORRADI-WEBSTER, Clarissa; GORAYEB, Ricardo; LAPREGA, Milton; FURTADO, Erikson. Intervenções breves para o uso abusivo de álcool em atenção primária. **Epidemiol Serv Saúde**. Brasília, 16 (3), julho-setembro, 2007, p. 207-220.

MOUTA, Margarida. Os jogos de linguagem e a aquisição de uma “competência humorística” em PLE. **Linguística** - Revista de Estudos Linguísticos da Universidade do Porto - Vol. 2 – 2007, p. 77-102.

NÉLO, Maria José; SILVEIRA, Regina Célia Pagliuchi da. **Gêneros textuais e letramento**: a construção do risível em narrativas do cotidiano. 2009. (Anais do V SIGET). Disponível em:

<http://www.ucs.br/ucs/tp/Siget/extensao/agenda/eventos/vsiget/portugues/anais/textos autor/arquivos/generos textuais e letramento a construcao do risivel em narrativas do cotidiano.pdf>. Acesso em 13/06/2011.

_____. **O inesperado e a construção do risível em chistes e narrativas de histórias**: um estudo sócio-cognitivo. In: SEMINÁRIO DO GEL, 58. São Carlos (SP): GEL, 2010. Disponível em: <http://www.gel.org.br/?resumo=6105-10>. Acesso em: 06/07/2011

PERELMAN, Chaim; OLBRECHTS-TYTECA, Lucie (Trad. Maria Ermentina de Almeida Prado Galvão). **Tratado da Argumentação**: a Nova Retórica. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

POSSENTI, Sírio. **Os humores da língua**: análise linguística de piadas. São Paulo, Mercado das Letras, 1998.

_____. **Humor, língua e discurso**. São Paulo, Contexto, 2010.

PROPP, Vladimir. **Comicidade e riso**. São Paulo, Ática, 1992.

RAMOS, Paulo Eduardo. **Tiras cômicas e piadas**: duas leituras, um efeito de humor. 2007. Tese (Doutorado em Letras). São Paulo, Universidade de São Paulo.

RASKIN, Victor. **Semantic mechanisms of humor**. Dordrecht & Boston: Reidel, 1985.

REBOUL, Olivier (Trad. Ivone Castillo Benedetti). **Introdução à Retórica**. São Paulo: Martins Fontes, 2004.

ROMÃO, Sidnei Cursino Guimarães. **Onde está a graça**: análise da perlocução em textos humorísticos nos níveis explícito, implícito e metaplícito. 2001. 345f. Dissertação de (Mestrado em Linguística). Instituto de Letras e Linguística. Minas Gerais, Universidade Federal de Uberlândia.

_____. Onde está a graça: análise do nível (explícito, implícito e metaplícito) em que se processa a bissociação em textos humorísticos. **Letras & Letras**, Uberlândia 21 (1), jan./jun, 2005, p. 287-339.

_____. **Do desafio do humor à sedução do processamento do texto humorístico à luz da Teoria da relevância**. 2008. 337f. Tese (Doutorado em Linguística). Faculdade de Letras. Belo Horizonte, Universidade Federal de Minas Gerais.

SHIRAYAMA, Glaucia Yassuco. **O risível e o discurso crítico nos Simpsons**: um enfoque argumentativo. 2006. 99f. Dissertação (Mestrado em Letras). Departamento de Letras Clássicas e Vernáculas. São Paulo, Universidade de São Paulo.

SILVA, Edna Lúcia da. **Metodologia de pesquisa e elaboração da dissertação**. 3. ed. Rev. Atual. Florianópolis: Laboratório de ensino à distância da UFSC, 2001.

SILVA, Gabriela Jardim da. **Um estudo dos idiomatismos**: de suas características ao seu caráter de dificuldade de compreensão e tradução do francês para o português. 2009. 51f. (Trabalho de conclusão do curso de Letras). Departamento de Línguas Modernas, Rio Grande do Sul, Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

SILVA, Sandra Falcão da. **O riso em Mainard**: um estudo sobre os mecanismos linguístico-discursivos do humor nas crônicas de Diogo Mainard. 2009. 164f. Dissertação (Mestrado em Língua Portuguesa). São Paulo, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo.

SILVA, Janaína Michele Oliveira. Pequenas definições: notas para um contexto do humor. **Revista ALPHA**. Pato de Minas: UNIPAM (11), 2010, p. 137-144.

TRAVAGLIA, Luiz Carlos. Uma introdução ao estudo do humor pela Linguística. **D.E.L.T.A**, v. 6, n. 1, 1990, p. 55-82.

_____. O que é engraçado? Categorias do risível e o humor brasileiro na televisão. **Leitura**: Estudos linguísticos e literários. Maceió: Universidade Federal de Alagoas, n. 5, 6, 1992, p. 42-79.

_____. Homonímias, mundos textuais e humor. **Organon**. v. 9, p. 41-50, 1995.

TREVISAN, Eunice Maria Castegnaro. **Leitura**: coerência e conhecimento prévio. Santa Maria: Ed. UFSM, 1992.

ANEXOS

ANEXO 1 – Apresentação das “frases engraçadas” que versam sobre bebida, de acordo com as técnicas responsáveis pela deflagração do humor

Total: 60 frases

INVERSÃO

- Realidade é apenas uma ilusão que ocorre devido à falta de álcool.
- Se apenas limpando as mãos com álcool se elimina o risco do vírus da gripe, tomando cachaça então... Ele nem chega perto!
- O amor não torna as pessoas mais bonitas. O nome disso é álcool.
- Se você se lembra de quantas bebeu ontem, então você não bebeu o bastante.
- Se eu parar de beber, vou passar mal... vai aumentar a taxa de sangue no meu álcool.
- Nunca dê café amargo a uma pessoa embriagada. Do contrário, você terá de aturar um bêbado acordadíssimo!
- Se a bebida atrapalha o seu trabalho, pare de trabalhar.
- De hoje para trás eu parei de beber.
- Aquela mulher não era feia; foi você que bebeu pouco!

CONHECIMENTO PRÉVIO

- Um bêbado, quando erra um degrau, erra todos os outros.
- Se beber fosse pecado, Jesus teria transformado água em Fanta Uva!
- Galileu, quando afirmou que o mundo girava, simplesmente afirmou o que nós, bêbados, já sabíamos.
- O álcool não é a resposta; ele apenas faz você esquecer a pergunta.
- Eu bebo para ficar ruim; se fosse para ficar bom eu tomava remédio.
- Troque seu coração por um fígado. Assim você se apaixona menos e bebe mais!
- Eu bebo cachaça por que ela é líquida; se fosse sólida eu comia.
- Eu bebo pouco, mas o pouco que eu bebo me transforma em outra pessoa, e essa outra pessoa, sim, bebe para caralho!

IDIOMATISMO

- Eu sei que o mundo dá voltas, mas quando a gente bebe muito parece que essas voltas são mais rápidas.
- Bebidas, tô fora... Saí para comprar mais!
- Estou igual a cobra de laboratório: só no álcool.
- Fui tomar juízo, mas só encontrei vodka.

- Se você não achar a metade da sua laranja, fique com metade do limão, misture com cachaça e seja feliz!
- Eu digo não para a bebida, mas ela não me escuta!
- Aprenda que o mundo não gira em torno de você... só quando você bebe demais.

PARÓDIA

- Cerveja: ajudando os feios desde 4000 a.c.
- Dizem que sou bêbado, mas nego até o último gole!
- A beleza está nos olhos de quem bebe.
- Se for dirigir, não beba. Se for beber, me chame!
- A menor distância entre dois bares é uma ladeira.
- A feiúra está nos olhos de quem não bebeu.
- O alambique é o meu pastor, pinga não me faltará.

HIPÉRBOLE

- Bêbado que se preza passa álcool em gel no pão.
- Eu bebo tanto que se eu parar de beber o PIB do Brasil cai mais de 5%.
- Eu bebo tanto que, quando eu morrer, a cremação durará uma semana.
- Eu bebo tanto que, no último exame de urina, encontraram uma azeitona com um palito no potinho.
- 90 % do meu dinheiro eu gasto com bebida. Os outros 10 % são do garçom.

CONTRADIÇÃO

- Não estou em condições de dirigir... Espere! Eu não deveria ouvir a mim mesmo, estou bêbado!
- A cerveja e a cachaça são os piores inimigos do homem. Mas o homem que foge dos seus inimigos é um covarde.
- O álcool é o pior inimigo do homem. Mas na Bíblia diz que devemos amar nossos inimigos.
- A bebida mata lentamente. E daí? Eu não estou com pressa!

JOGO DE PALAVRAS

- Prefiro ser um bêbado conhecido do que um alcoólatra anônimo.
- CERVEJA como são as coisas: você não me CONHAQUE, não sabe de onde VINHO, então não me compare com qualquer RUM!
- Você vê as pingas que eu tomo, mas não assiste os tombos que eu levo.
- Cana na roça dá pinga; pinga na cidade dá cana.

AMBIGUIDADE

- Se a sua vida for azeda, acrescente cachaça e gelo e aproveite uma boa caipirinha!

- Bebo porque sou egocêntrico... gosto de ver o mundo girando ao meu redor!
- Larguei a bebida, só não sei onde.

IMPROPRIEDADE

- Dizem que a bebida resolve todos os problemas. Para mim não resolveu, mas eu sou brasileiro e não desisto nunca!
- Bebo até cair... depois continuo bebendo deitado, porque afinal eu sou brasileiro e não desisto nunca!
- Pensei em parar de beber, mas sou brasileiro e não desisto nunca!

UNIFICAÇÃO

- Na matemática da vida cinquenta e um dividido por dois é igual a meio litro para cada um.
- 24 horas em um dia. 24 cervejas em uma caixa. Coincidência?
- A diferença entre as duas Alemanhas é simples: é que de um lado se toma vodka, e do outro cerveja.

DESCONTINUIDADE TÓPICA

- Beber é coisa para adultos... e crianças com carteiras de identidade falsa.
- Comecei a beber por causa de uma mulher... e nem tive a oportunidade de agradecê-la.

REATEGORIZAÇÃO METAFÓRICA

- Poção mágica é o álcool: depois de algumas doses qualquer bruxa se transforma em princesa.
- O uísque é o melhor amigo do homem. É o cachorro engarrafado.

COMPARAÇÃO

- Cerveja sem álcool é igual travesti: a aparência é igual, mas o conteúdo é bem diferente!

PARADOXO

- Um brinde à cerveja: a solução e a causa de todos os nossos problemas.

SUBENTENDIDO

- Se pinga fosse fortificante o brasileiro seria um gigante.

ANEXO 2 – “Frases engraçadas” que apresentam imagens constituintes do *ethos* do bêbado

Total: 16 frases (de 60)

EXAGERADO

- Bêbado que se preza passa álcool em gel no pão.
- Eu bebo tanto que se eu parar de beber o PIB do Brasil cai mais de 5%.
- Eu bebo tanto que, quando eu morrer, a cremação durará uma semana.
- Eu bebo tanto que, no último exame de urina, encontraram uma azeitona com um palito no potinho.
- 90 % do meu dinheiro eu gasto com bebida. Os outros 10 % são do garçom.
- Se eu parar de beber, vou passar mal... vai aumentar a taxa de sangue no meu álcool.
- Estou igual a cobra de laboratório: só no álcool.

PERSISTENTE

- Dizem que a bebida resolve todos os problemas. Para mim não resolveu, mas eu sou brasileiro e não desisto nunca!
- Bebo até cair... Depois continuo bebendo deitado, porque afinal eu sou brasileiro e não desisto nunca!
- Pensei em parar de beber, mas sou brasileiro e não desisto nunca!

AGRADECIDO

- Comecei a beber por causa de uma mulher... e nem tive a oportunidade de agradecê-la.

AMOROSO

- O álcool é o pior inimigo do homem. Mas na Bíblia diz que devemos amar nossos inimigos.

CORAJOSO

- A cerveja e a cachaça são os piores inimigos do homem. Mas o homem que foge dos seus inimigos é um covarde.

ESCLARECIDO

- Galileu, quando afirmou que o mundo girava, simplesmente afirmou o que nós, bêbados, já sabíamos.

ANEXO 3 – “Frases engraçadas” que apresentam imagens da bebida sustentadoras do *ethos* do bêbado

Total: 13 frases (de 60)

ESCLARECEDORA

- Realidade é apenas uma ilusão que ocorre devido à falta de álcool.
- A beleza está nos olhos de quem bebe.
- A feiúra está nos olhos de quem não bebeu.
- Aquela mulher não era feia; foi você que bebeu pouco!

ANIMADORA

- Se você não achar a metade da sua laranja, fique com metade do limão, misture com cachaça e seja feliz!
- Se a sua vida for azeda, acrescente cachaça e gelo e aproveite uma boa caipirinha!

PRIORITÁRIA

- Se a bebida atrapalha seu trabalho, pare de trabalhar.
- Troque seu coração por um fígado. Assim você se apaixonava menos e bebe mais.

TRANSFORMADORA

- Poção mágica é o álcool: depois de algumas doses qualquer bruxa se transforma em princesa.
- O amor não torna as pessoas mais bonitas. O nome disso é álcool.

AMIGA

- O uísque é o melhor amigo do homem; é o cachorro engarrafado

AUXILIADORA

- Cerveja: ajudando os feios desde 4.000 a.c

BENÉFICA

- Se apenas limpando as mãos com álcool se elimina o vírus da gripe, tomando cachaça então... Ele nem chega perto!