

O Discurso Humorístico: Noções Gerais Sobre Um Percurso De Análise Pela Linguagem Do Riso

The Humorous Discourse: General Notions on a Course of Analysis by Language of Laughter

Rony Petterson Gomes do Vale¹

RESUMO: Este trabalho é uma apresentação sucinta das principais ideias desenvolvidas em nossa tese de doutorado. De início, assumimos a relação entre discurso e riso como ponto de partida para a (re)inserção do riso nos Estudos Discursivos. Dividido em duas partes, nosso percurso se debruça, primeiramente, sobre a linguagem que torna possível o engendramento das *formas do riso* e do *discurso humorístico*; para, num segundo momento, se voltar para a estrutura desse discurso. Assim, na primeira parte, procuramos delinear: i) as faces *psicossociofisiológica* e *linguagreira* do riso; ii) as finalidades da *formas do riso* e a visada de *fazer rir*; iii) as causas linguísticas e discursivas dos efeitos risíveis; e iv) os modos de relacionamento interdiscursivo do discurso humorístico. Na segunda parte, apresentamos os *perfis ethóticos* dos sujeitos do riso. Em seguida, procuramos descrever o dispositivo conceptual do DH. Elencamos, ainda, as condições, as coerções e as vantagens da utilização do riso no discurso, tomando como ponto central o conceito de VRBANITAS. Por fim, discutimos a instabilidade do lugar do humorista em relação aos campos discursivos, buscando observar como o humor fez surgir, a partir de certas inovações tecnológicas dos séculos XX e XXI, diferentes “profissionais do riso” e estratégias discursivas.

PALAVRAS-CHAVE: VRBANITAS; Mutualismo oportunista; Marketing pelo método confuso.

Introdução

¹ Doutor em Linguística do Texto e do Discurso pela UFMG. Professor adjunto I – DLA/UFV.

“... consideraremos como falsa toda a verdade que não venha acompanhada de risos”.
(NIETZCHE, 2007, p. 275)

Numa sociedade na qual o riso é tido como o novo “ópio” do povo, uma panaceia para todos os males, e na qual *rir* se faz quase obrigatório, refletir a respeito de um discurso capaz de engendrar as mais diferentes formas do riso, do risível, do lúdico, do cômico, da sátira, do humor... torna-se, no nosso modo de ver, imprescindível. Do ponto de vista dos *Estudos Discursivos*, podemos dizer que o *riso* e o *humor* apresentam, de um modo geral, problemas de análise similares aos que sobretoam o conceito de *discurso*: dificuldades de definição; contingência de efeitos de sentido; múltiplas áreas de conhecimentos que se debruçam sobre esses objetos, por vezes, isolando-os até mesmo da sociedade, da cultura e da história... Esses problemas são tantos a ponto de alguns acreditarem que o “encanto do humor está na impossibilidade de ser quantificado, previsto ou contido” (GOODBYE, 2003, p. 77). Com efeito, para nós, analisar um discurso que tem o potencial de engendrar o riso e o humor se torna tão escorregadio quanto o próprio conceito de riso ou de humor – parece que toda a argumentação corre, a todo o momento, o risco de desabar como um castelo de cartas. As possíveis imprecisões, ou seja, os argumentos baseados na intuição parecem tomar a forma não de exceção, mas sim de regra.

Desse modo, diferentemente de Charaudeau (2006b) que inicia sua análise se perguntando o que é o *discurso político*, não podemos fazer o mesmo com nosso objeto de estudo, uma vez que não é a sua existência ontológica que está em jogo, mas a sua categorização de acordo com uma teoria do discurso. Para muitos, tal discurso nem é passível de classificação ou de descrição; para outros, é somente uma estratégia dentro de outros discursos. Diante disso, faz-se necessário dar a esse discurso “corpo e alma”, ou seja, perscrutar se é possível aferir-lhe um *status* de tipo de discurso, semelhante ao que gozam, por exemplo, o discurso político ou o discurso literário. Isso feito, acreditamos ser possível desmontá-lo, verificar como suas peças funcionam e se relacionam, e, depois, julgar a pertinência dessas observações, chegando, assim, a algumas conclusões.

Ao nos colocar diante dessas hipóteses, não descartamos que outros, antes de nós, não tenham estudado, de algum modo, tal discurso ou seus efeitos de sentido ou,

mesmo, sua estrutura – a literatura sobre o tema é, por certo, muito extensa. Todavia, procuramos elaborar um estudo que projete o riso, o risível, o humor, o cômico... na esfera de uma Linguística do Discurso. Com efeito, não nos debruçamos sobre a análise, digamos, estritamente linguística de gêneros ou de textos tidos como humorísticos. Isso porque acreditamos que há muitos trabalhos, por vezes, extremamente detalhados, que já se prestaram muito bem a isso, ora buscando apreender a análise do cômico ou do humor a partir dos mecanismos desencadeadores do riso (cf., por exemplo: OLBRECHTS-TYTECA, 1974; PROPP, 1992; POSSENTI, 1998; e VALE, 2009), ora estudando gêneros e textos cômico, humorísticos, satíricos... com um outro ponto de vista, que não exclusivamente linguístico (como, por exemplo, os trabalhos de Freud (1988) e (1996) sobre os chistes e o humor que objetivam, no fundo, a análise dos sonhos e da psiquê humana). É importante ressaltar que muitas dessas análises são meros prolongamentos ou revisões de análise anteriormente realizadas em outra cultura ou em outro momento histórico; outras vezes, tais estudos são aplicação de uma determinada teoria a um determinado *corpus* tido como humorístico. Isso, a nosso ver, não tira, em nada, o valor e o mérito dessas análises; porém, vimos que seria enfadonho e sem propósito reproduzir nossa análise dessa forma. Não dizemos com isso que nosso trabalho não observa a tradição ou que “inventamos a roda”. Longe disso. Nossa preocupação é simplesmente outra: sistematizar uma via reflexiva com a qual pudéssemos alcançar esse discurso voltado para o *fazer rir*: os elementos que compõem sua estrutura tipológica e, ao mesmo tempo, que possibilitam engendrar os gêneros tipicamente humorísticos e seus efeitos de sentido (de comicidade, de humor, de ridículo, de ludicidade etc.). Desse modo, esperamos gerar bases para outras reflexões mais específicas a respeito dos gêneros, dos textos e dos atos de comunicação passíveis de ser reconhecidos e considerados como humorísticos².

Com esse propósito, organizamos nosso percurso de análise em dois movimentos que se complementam. No primeiro, debruçamo-nos sobre a possibilidade de articulação entre o riso e a linguagem, partindo da ideia de que:

² Desse modo, acreditamos nos aproximar menos de uma Linguística dita *hard* do que de uma Linguística do Discurso. Donde, devemos nos preocupar mais com conjuntos abertos de enunciados do que com *corpora* fechados, uma vez que mesmo os linguistas do núcleo *hard* só conseguem registrar “um número irrisório de frases, em comparação com todas as que um linguista poderia teoricamente ter coletado”; o que, ainda assim, lhes permite “elaborar uma gramática da língua” que eles estudam (LEVI-STRAUSS, 2004, p. 26). Nesse sentido, buscamos, nesse trabalho, uma visão macro do discurso humorístico, isto é, a análise de massas de textos e enunciados que vão além das *técnicas do riso* ou dos *atos de comunicação humorísticos*.

A opacidade da linguagem condensa múltiplas possibilidades formais que permitem seu emprego cômico, aproveitando os aspectos rítmicos, as analogias fonéticas, a ambigüidade dos significantes. Quando essas operações (que se assemelham à brincadeira infantil de manejar palavras como parte de um quebra-cabeça, mas sem nenhuma ingenuidade) têm apenas a si próprias como fim, conseguem macular a certeza de que a linguagem seja límpida transmissora de idéias que a razão deseja. (D'ANGELI; PADUANO, 2007, p. 197).

No segundo movimento de nosso percurso, voltamos nossas atenções para o modo como é organizada a estrutura do discurso humorístico, por meio da análise do seu macrodispositivo conceptual. Com efeito, as relações intersubjetivas passam a ser o foco dessa parte, colocando os sujeitos desse discurso em evidência. Assim sendo, no que se seguem, apresentaremos, de modo sucinto, as principais ideias desenvolvidas e as conclusões a que chegamos nesses dois momentos de nosso trabalho³.

1 Linguagem do riso: da intuição à presunção

De início, aventamos havia a necessidade de uma (re)inserção, nos Estudos do Discurso, do *riso* enquanto um conceito de caráter objetal, verbal, historicamente marcado. Com efeito, podemos dizer que o conceito de *linguagem do riso* (LR), cunhado a partir das ideias de Bakhtin (2010a), permite delinear o riso enquanto manifestações *linguageiras* (as *formas e formas reduzidas* do riso) e enquanto *atividade responsiva ativa* (a face *psicossociofisiológica* do riso). Posto dessa forma, abre-se a possibilidade (e a necessidade) de revisitar e rediscutir toda uma gama de categorias necessárias ao *sujeito-analista* para descrever e interpretar o riso não somente como efeito de sentido pretendido e possível, mas também como princípio organizador de textos e de discursos. Isso porque, como aprendemos em Bakhtin (2010b, p. 372 – grifos nossos), o “riso *organizou* as mais antigas formas de representação da linguagem, que inicialmente não eram senão qualquer coisa como o *escárnio da linguagem e do discurso*”. Isso, no nosso modo de entender, aproxima o riso de certos procedimentos que consistem em utilizar determinadas categorias da língua⁴ para ordená-las em função das finalidades

³ As ideias apresentadas, sucintamente, nesse artigo, têm seu desenvolvimento pormenorizado em nossa tese de doutoramento. Cf. VALE, R. *O discurso humorístico: um percurso de análise pela linguagem do riso*, 2013.

⁴ Tais categorias, assim organizadas, podemos dizer, fazem da linguagem do riso uma espécie de *código linguageiro* (cf. MAINGUENEAU, 2006) com características próprias, intuitivamente reconhecível e, estritamente, ligado ao riso e ao fazer rir. Com efeito, é esse *código*, ou melhor dizendo, essa *linguagem do riso* que propicia, entre outras coisas, melhor evidenciar a presença de uma *visada de fazer-rir* nas materializações linguístico-discursivas presentes em textos portadores de GENERA RIDICVLORVM (lat. “gêneros de ditos ridículos”). No entanto, devido às propriedades estruturais e à possibilidade de utilização desses GENERA como estratégias discursivas (*atos de comunicação*

discursivas de um dado ato de comunicação (no caso, um ACH⁵), ou seja, o riso, em termos teóricos, é muito semelhante àquilo que Charaudeau (2008, p. 74) postula como *modos de organização do discurso*.

Quanto às categorias revistadas, ressaltamos o papel das *visadas discursivas* enquanto parte integrante das finalidades que compõem qualquer contrato de comunicação. Em termos de humor, de cômico, de risível... vimo-nos obrigados a nos aproximar das discussões a respeito da *face psicossociofisiológica* do riso (os tipos de riso: bom, mau, cínico, alegre, ritual, zombeteiro) e do prazer (felicidade, alívio, superioridade, irascibilidade) que o riso pode desencadear nos sujeitos receptores. Com base nesses conhecimentos, pudemos erigir uma visada (de *fazer rir*) que abarcasse o maior número de possibilidades de efeitos de sentido ligados ao fazer rir.

Enquanto “instrumento” de análise, essa visada de *fazer rir*, entre outras coisas, nos permite aliar o *critério do riso* ao *critério da forma* e, desse modo, dizer: i) se determinado texto constituía um exemplo de texto humorístico voltado para o riso em si mesmo; ou ii) se estamos diante de um texto que obedece a outra(s) finalidade(s) (publicitária, midiática, política etc.), mas que, ao mesmo tempo, é atravessado por um ato de comunicação humorístico (ACH); ou mesmo iii) se estamos diante de uma *sequência humorística* ou diante de uma obra cuja a *intenção global* é humorística.

Nesse passo, estabelecida uma visada que representasse o riso no discurso, coube a nós precisar os conceitos que compõem a LR: *as formas e formas reduzidas do riso*. Com isso em mente, procuramos então sistematizar conhecimentos que pudessem, ao mesmo tempo, nos mostrar as causas do riso e as técnicas (linguísticas e discursivas) capazes de desencadear os efeitos de sentidos relacionados ao risível (humor, cômico, ridículo, satírico etc.). Atentos à ausência dos postulados de Aristóteles sobre a questão, partimos das postulações dos retores e dos oradores latinos, em especial Cícero e Quintiliano, sobre *o quê*, no discurso, poderia proporcionar o riso. Com esses pensadores, pudemos delinear os GENERA RIDICVLORVM que, por sua vez, se dividem em GENERA FACETIARVM (lat. “gêneros de facécias” como, por exemplo, a *inversão*, a *paronomásia*, os *trocadilhos*, entre outros cuja marca característica é a brevidade) e em GENERA ANECDOTORVM (lat. “gêneros de anedotas” – gêneros que se estendem no discurso,

humorísticos, como propõe Charaudeau) por outros discursos, tal visada pode se apresentar, por vezes, de modo reduzido (as *formas reduzidas do riso*) de acordo com o regime adotado (lúdico, satírico, humorístico etc.) ou por força de fatores ligados à situação e ao contrato de comunicação, em especial, à *finalidade* e aos *sujeitos* do discurso.

⁵ *Ato de comunicação humorístico* (cf. CHARAUDEAU, 2006a).

podendo assumir a forma de *anedotas* ou de *burlas*). No entanto, a imprecisão da extensão textual dos GENERA ANECDOTORVM nos levou a perscrutar sobre a *transformação cômica* de enunciados. Chegamos, assim, à questão da *paródia*.

Enquanto estratégia discursiva ligada à *imitação*, percebemos que a paródia, assim como o pastiche, se limita à subversão ou à captação de textos e de gêneros do discurso; no entanto, essa definição nos diz muito pouco, quase nada, sobre certos gêneros que se voltam especificamente para o humor ou para o riso, sem com isso subverter outros gêneros ou textos específicos, como, por exemplo, as piadas, os chistes e, em certa medida, o *stand-up*. Diante dessa questão, começamos a cogitar a ideia de que um tipo de discurso deveria dar suporte a esses gêneros. Com esse intuito, procuramos delinear como esse discurso poderia se estruturar.

Primeiramente, verificamos como os tipos de discurso podem desenvolver suas relações no interdiscurso. Assim, percebermos que, entre os tipos de discursos teoricamente (cf. MAINGUENEAU, 2010b) possíveis em nossa sociedade, existem alguns (os *discursos mimotópicos*) especialmente voltados para a absorção ou para a imitação da estrutura de outros discursos; e outros (os *discursos mediadores*) direcionados para a reelaboração de conteúdos pertencentes a certos discursos cuja leitura e interpretação exigem um quadro hermenêutico mais complexo como, o discurso científico, por exemplo (cf. MAINGUENEAU, 1999 e 2004).

Nesse passo, propusemos que o nosso objeto de estudo (isto é, um discurso voltado para o riso e para o risível e cuja estrutura, aparentemente, se baseia na *imitação* de outras estruturas de outros tipos de discurso) deveria manter com os demais discursos certas relações interdiscursivas⁶ específicas baseadas no *mutualismo oportunista* e na *replicação* das *cenas enunciativas* desses mesmos discursos. Daí ser possível ao *discurso humorístico* (DH) absorver tanto a *substância* (ou conteúdo) quanto a *forma* (estrutura) dos outros discursos e engendrar os seus próprios gêneros discursivos e textuais, aproveitando-se, quando for o caso, (i) das oportunidades nas quais o ridículo e os deslizos discursivos surgem na vida social, ou (ii) da necessidade de trazer para uma linguagem mais simples, do cotidiano, as mensagens e as ideias dos discursos ditos mais complexos, como, por exemplo, o político, o filosófico ou o

⁶ Não devemos confundir as relações de *transtextualidade* com as relações interdiscursivas típicas do DH (*mutualismo oportunista* e *replicação*). A reutilização de determinados enunciados e/ou de estilos individuais pelos humoristas, na maior parte das vezes, se configura somente enquanto casos de intertextualidade/hipertextualidade comuns a qualquer tipo de discurso, não atingindo, necessariamente, à estrutura tipológica do discurso, mas tão somente à materialização linguístico-textual dos enunciados.

religioso. Assim delineado, assumimos, para o DH, o estatuto de tipo de discurso, embora *sui generis*, semelhante ao admitido para o discurso literário ou para o discurso político. Diante disso, deveríamos tornar mais precisas as relações intersubjetivas previstas no dispositivo conceptual desse discurso.

2 Discurso humorístico: intersubjetividade e *vrbanitas*

Nesse momento, fez-se necessário traçar os perfis *ethóticos* que os sujeitos do DH poderiam adotar. Assim, remontamos, na História das Ideias, as origens e os perfis dos principais profissionais que, na sociedade ocidental, representaram a arte de fazer rir nas suas mais diversificadas formas (do cômico ao sátiro, do bufão ao humor).

Começamos então pela Antiguidade, com os *cômicos* e seus impropérios durante as festas em adoração a Dionísio. Passamos pelos *bufões* que, na origem, exerciam uma certa função “religiosa”, mas que, com o tempo, se torna problemática na sociedade grega, sendo o bufão expulso da mesa dos banquetes para as barbearias. Em Roma, vimos os sátiros que, saídos das procissões fálicas, se tornam uma espécie de máscara (*ethos*) assumida por certos escritores e poetas romanos que, embora criticassem os desvios de conduta dos cidadãos da *VRBS*, fazendo o povo rir, ainda assim se mantinham a favor da aristocracia. Já na Idade Média, o *bobo* se institui como profissão nas Cortes: ele é o “arauto” que, fazendo rir, diz as “verdades” ao rei e joga com sua liberdade discursiva para tirar vantagens de todos os tipos. Todavia, com o Absolutismo, esse bobo termina, da mesma forma que o bufão, expulso do convívio real e renegado às soleiras da sociedade. Por fim, nos primórdios da Idade Moderna, o *humorista*, no sentido britânico do termo, desponta na Inglaterra, aliando a melancolia, o medo e, até mesmo, um certo desencanto com a humanidade ao riso. É nesse momento que o fazer rir, ainda atrelado à literatura, começa a alçar voos mais altos, chegando ao jornalismo e à publicidade.

Delineadas essas *máscaras cômicas*, passamos, na sequência, a discutir como o macrodispositivo conceptual do DH poderia ser descrito. Partindo das ideias de Olbrechts-Tyteca (1974), conseguimos depreender que os níveis de interpretação do cômico sugerem que, dependendo do nível (primeiro, segundo, terceiro ou quarto) onde se encontram o sujeito falante ou o sujeito receptor, pode se evidenciar um maior

afastamento da percepção do cômico e, por conseguinte, a heterogeneidade dos auditórios aos quais é direcionado o enunciado humorístico.

Com isso em mente, sentimos a necessidade de uma reanálise do microdispositivo enunciativo do DH proposto por Charaudeau (2006a) e (2011) que postula uma relação triádica entre *locutor*, *receptor* e *alvo*, nos ACHs. Isso porque, assim descrita, essa relação triádica, por um lado, não abarca o *afastamento* entre os sujeitos a depender do nível de interpretação do cômico, colocando de fora, por exemplo, a possibilidade da *presença ausente* de um *tiers* que se encontram, de certo modo, em *stand by*, elaborando sua atitude responsiva ativa. Por outro lado, essa relação triádica, ao colocar como instância enunciativa um sujeito sobre a categorização genérica de *alvo*, não prevê a possibilidade de busca por um riso bom ou alegre (no qual o matiz de derrisão e de zombaria estaria ausente ou muito atenuado) e, por conseguinte, não prevê também a possibilidade de haver um *sujeito-interpretante* que não se consubstancia nem em vítima, muito menos, em alvo, mas em *rieur*, isto é, num sujeito que *simplesmente ri* um riso alegre/bom, compartilhando um momento de felicidade ou de alegamento, *de per si*.

Desse modo, redefinimos a relação triádica como uma relação entre instâncias que, além da capacidade de fragmentação dependendo do circuito (interno ou externo) da *mise en scène* do discurso, se configura como *locutor*, *receptor* e *objeto do riso* (OR). Assim sendo, podíamos, agora, complementar nossa análise da estrutura do DH, postulando que, como esse discurso é baseado no *mutualismo oportunista* e na *replicação*, o seu macrodispositivo necessita ser de tal modo *proteiforme*, que possibilite não somente uma maior adequação às mais variadas situações de comunicação, mas também à *replicação* dos dispositivos conceptuais de outros tipos de discurso.

Caracterizando, dessa maneira, o macrodispositivo conceptual do DH, impunha-se prever as condições do uso do riso. Com esse objetivo, novamente remontamos aos pensadores da Antiguidade. Encontramos, em Aristóteles, o conceito de *eutrapelia* que prescreve ao homem *astos* a justa medida no uso do riso. Assim, conforme postula Aristóteles, esse homem livre e urbano deve utilizar o riso com parcimônia, procurando se afastar do exagero, próprio do bufão, e da ausência de graça, própria do rústico. No entanto, esses postulados de Aristóteles se mostravam aplicados ao uso do riso na vida social em geral. Desse modo, procuramos outras fontes que pudessem nos dizer algo a

respeito do uso do riso no discurso. Segue que, encontramos nos latinos, Cícero e Quintiliano, o conceito de *VRBANITAS* que, remontando a Aristóteles, prescreve, entre outras coisas, as vantagens e as desvantagens do uso do riso pelo orador. Entre as vantagens, podemos citar, por exemplo, a amenização das situações de tensão no fórum e na assembleia e a desarticulação das estratégias discursivas do adversário. Já entre as desvantagens, os latinos são categóricos: não se deve utilizar o riso (i) contra aqueles que são amados nem contra aqueles acometidos por doença ou por qualquer outro infortúnio, ou seja, utiliza-se o riso somente contra os vícios, mas não contra as torpezas graves, o que pode levar o auditório à comiseração e não ao riso; não se deve fazer (ii) uso de obscenidades ou de qualquer recurso que aproxime o orador do *MIMVS* ou do bufão; e, por fim, (iii) não se deve utilizar dos *GENERA RIDICVLORVM* quando esses beirarem ao ultraje, pois o riso custa caro e sua cota é a honra.

Com bases nessas ideias, uma aproximação entre o conceito de *VRBANITAS* e a categoria de análise do *ethos* se mostrou mais que oportuna, uma vez que, enquanto categoria descritiva, a *VRBANITAS* tem o potencial de desvelar a adequação tanto do sujeito (representado pelo seu *ethos prèvio e discursivo*) quanto do seu discurso às coerções sociais e sociodiscursivas previstas no contrato de comunicação do DH. Isso faz da *VRBANITAS* uma categoria propriamente discursiva, pois, assim definida⁷, “não se deixa reduzir a uma grade estritamente linguística, nem a uma grade de ordem sociológica ou psicossociológica”⁸ (MAINGUENEAU, 1999, p. 47 – tradução nossa). De posse dessa categoria que, de certo modo, regulamenta o uso do riso pelos sujeitos do riso, a nós, faltava analisar o lugar discursivo desses sujeitos em relação a uma dada sociedade.

⁷ Quanto ao caráter anacrônico de postular a *VRBANITAS* enquanto categoria de análise, entendemos que não devemos lidar com o passado “numa perspectiva de um passado absoluto, definitivo, irrevogável, mas um passado profundamente dinâmico e muito fecundo, a nos fazer presentes as mais refinadas indagações, a nos levantar intrincados questionamentos acadêmicos, a nos sugerir, nas reflexões de ontem, reflexões para o hoje” (REZENDE, 2009, p. 36).

⁸ No original: “On peut donc parler ici d’une catégorie proprement discursive, qui ne se laisse réduire ni à une grille strictement linguistique ni à une grille d’ordre sociologique ou psycho-sociologique.”

Partindo do conceito de *campo discursivo*⁹ e da história do humorismo no Brasil, traçamos, em linhas gerais, o caminho do humor (e dos humoristas) das entrelinhas da literatura para a institucionalização enquanto *campo do humor*. Nesse passo, vimos o humor passar de característica estilística de alguns escritores e poetas – que se enveredavam pelo universo do riso e do risível – para uma certa regulamentação da profissão de humorista junto aos campos do jornalismo e da publicidade. Com efeito, verificamos que a VRBANITAS passa a erigir as rugas de posicionamento até mesmo entre os próprios humoristas, que se diferenciam de acordo com a concepção adotada sobre o que é fazer humor. Donde, por um lado, uma primeira diferenciação entre sujeitos voltados para fazer rir a todo custo (os *risistas*) e aqueles que, além de fazer rir, procuram mostrar uma tese sobre o mundo (os *humoristas*). Por outro lado, uma segunda diferenciação relacionada, principalmente, aos avanços tecnológicos dos séculos XX e XXI, os quais fizeram – e ainda fazem – com que os humoristas brasileiros se adaptassem às novas formas de mídias.

Assim sendo, o humorismo brasileiro que, durante muitas décadas, reproduzia as *formas do riso* advindas do circo, do teatro de revista e da caricatura grotesca, com o advento da internet e, concomitantemente, a introdução da cultura *stand-up*, com toda uma liberdade discursiva, vê os novos humoristas criarem outras estratégias discursivas de modo a escapar de um projeto ideológico de tendência internacional: o *politicamente correto*¹⁰. Fazendo com que leis e políticas públicas se voltem para a defesa de grupos

⁹ Um *campo discursivo* estabelece certas regras (coerções) que, por isso mesmo, podem ser consideradas como constitutivas do próprio campo, diferenciando-o de outros dentro de uma dada sociedade. Com efeito, essas regras regulamentam, além da circulação e da edição dos textos, a própria produção discursiva, estabelecendo, por vezes, certos formatos genéricos e textuais. Todavia, ainda que esses procedimentos apontem para uma relativa homogeneidade, os campos discursivos são internamente heterogêneos, ou seja, são lugar de um “jogo” de equilíbrio instável “no interior do qual interagem diferentes ‘posicionamentos’, fontes de enunciados que devem assumir os embates impostos pela natureza do campo, definindo e legitimando seu próprio lugar de enunciação” (MAINGEUNEAU, 2010a, p. 50).

¹⁰ Segundo Pondé (2012, p. 29-31), o movimento *politicamente correto* pode ser definido como “uma mistura de covardia, informação falsa e preocupação com a imagem”. Ainda de acordo com autor, esse movimento tem sua origem num “ramo” do pensamento de esquerda americano que, a partir dos fins dos anos de 1960, assume uma espécie de programa político em defesa das minorias (negros, na década de 1960; gays, a partir da década de 1980), procurando desenvolver um “mal-estar” com relação ao “mau” tratamento dado a esses grupos na vida social comum. Assim, tal programa muda o foco da ação da esquerda da revolução pelo proletariado para uma acomodação do *status quo* desses grupos minoritários, em ascensão econômica e social, ao capitalismo, gerando, para esse fim, leis e políticas públicas que possibilitem a realização do processo. Atualmente, continua Pondé (2012, p. 31), o politicamente correto “se caracteriza por ser um movimento que busca moldar comportamentos, hábitos, gestos e linguagem para gerar a inclusão social desses grupos e, por tabela, combater comportamentos, hábitos, gestos e linguagem que indiquem uma recusa dessa inclusão”. Especificamente em relação ao humor, Aubert (2013, p. 104) adverte que o que está em jogo é o próprio futuro do riso, uma vez que “o problema maior não é a liberdade de reclamar de algo que se considera ofensivo; a coisa complica é quando o politicamente correto vira lei e passa a comprometer a liberdade de expressão. Se esse ímpeto coercitivo não for refreado, ele poderá impedir, no limite, que qualquer cartum seja desenhado, que qualquer livro seja escrito, qualquer filme seja filmado [...]. O politicamente correto, à solta e legalizado, acabará por impedir, no fim das contas, o riso.”

minoritários, esse projeto se caracteriza por uma tentativa de “limpeza” de termos linguísticos marcados pelo preconceito. Nesse cenário, os humoristas são acusados de serem politicamente incorretos, gerando escândalos na mídia aberta, processos judiciais e indenizações milionárias. No entanto, esses mesmos humoristas conseguem fazer a polêmica com *politicamente incorreto* funcionar a seu favor, elaborando estratégias discursivas, como, por exemplo, o *marketing pelo método confuso*¹¹, que, além de permitir o sucesso no campo do humor, atrai a atenção das grandes empresas e marcas para o *fazer humorístico* no espaço cibernético da *web*.

Considerações finais

Tendo em vista o exposto acima, podemos, agora, dizer que nosso percurso é menos uma resposta absoluta e definitiva a uma pergunta do que um caminho, um desenrolar de ideias orientadas a partir das principais tendências em estudos do discurso: um percurso no qual vários questionamentos e soluções vão sendo postos em constante discussão, pois, para “a compreensão de um texto, são importantes, não apenas as indicações que ele traz para o destinatário, *mas também as manobras às quais é submetido, os percursos que é obrigado a seguir*” (DUCROT, 1980 *apud* MAINGUENEAU, 1997, p. 164 – grifos do autor). O que, muitas vezes, nos fez voltar não somente para a análise do DH (discurso e suas manifestações textuais), mas também para os discursos sobre o DH, ou melhor dizendo, sobre o riso, o cômico, o humor... ou seja, sobre aquilo que compõe a LR.

Além disso, concordamos com Possenti (2010) quando ressalta que, sobre o campo do humor, muito há que se estudar – o que dizer das novas formas de humor que escapam à própria lógica do humor, como, por exemplo, o *stand-up gospel*¹². Com

¹¹ Na publicidade, o ataque direto a marcas concorrentes que produzem e/ou comercializam um mesmo produto no mercado é tido, normalmente, como uma prática discursiva falha e, atualmente, também como um ato politicamente incorreto. Isso porque, tal prática pode, entre outras coisas, funcionar de modo contrário, dando maior visibilidade ao produto da marca concorrente. No caso do *marketing pelo método confuso*, o humorista, vendo seu discurso, na maioria das vezes, talhado pelas coerções sociodiscursivas do politicamente correto a favor das minorias, encontra, na “guerra” entre as empresas e suas marcas, espaço para fazer humor e, ao mesmo tempo, para ganhar dinheiro. Em termos de relações interdiscursivas, podemos dizer que, por meio do MMC, não é o humor que funciona em prol da publicidade, mas que é a publicidade que passa a constituir matéria, substância para o humor enquanto discurso.

¹² Podemos citar, aqui, o espetáculo *Stand Up Gospel Comedy*. De acordo com seu criador, Dennys Ricardo, humorista e pastor da Comunidade Apostólica Livre, esse é o “primeiro espetáculo de comédia segmentada no Brasil, levando diversão a todos os cristãos, contando histórias bíblicas e de vida cotidiana pela ótica do humor. É um espetáculo para todo tipo de público, sem restrições de faixa etária, social, política ou religiosa”. Ainda nas palavras do pastor Dennys: “pecado é não achar graça”. Disponível em: <<http://standupgospelcomedy.com.br/index.html>>.

efeito, muitas questões continuam em aberto, o que é típico de um trabalho com tamanha pretensão. Isso porque, tanto o campo do humor quanto o DH se apresentam em constante mutação, adaptando-se muito rapidamente às novas realidades sociais, às rápidas inovações tecnológicas e às coerções sociodiscursivas e, proporcionando, por mais paradoxal que possa parecer, seriedade ao riso, ao risível, ao cômico, ao satírico... em fim, ao humor. Pois, como adverte Zé Bonitinho: “O humor é coisa séria, é liberdade. Basta ver nos países ditatoriais, ali não existe humor” (LOREDO, 2013, p. 95).

Diante disso, diremos, também, que nosso percurso se apresenta mais como uma tentativa de prever os movimentos do DH, não somente olhando para o passado (falamos, aqui, dos textos humorísticos, cômicos, sátiros etc.), mas também apontando para a capacidade sempre mutante desse discurso e sua capacidade extraordinária de ora tornar uma coisa velha em nova, ora de se consubstanciar com o novo, renovando-se *ad infinitum*.

Referências

AUBERT, A. C. Piada de português? *Trip*. São Paulo: Trip Editora e Propaganda, n. 221, maio, 2013, p. 104.

BAKHTIN, M. M. *A cultura popular na Idade Média e no Renascimento: o contexto de François Rabelais*. 7 ed. São Paulo: Hucitec, 2010a.

_____. *Questões de literatura e de estética: a teoria do romance*. 6 ed. São Paulo: Hucitec, 2010b.

CHARAUDEAU, P. Des catégories pour l'humour. *Questions de Communication: humour et média. Définitions, genres et cultures*. Nancy: Presses Universitaires de Nancy, n. 10, 2006a, p. 27-43.

_____. *Discurso político*. São Paulo: Contexto, 2006b.

_____. *Linguagem e discurso: os modos de organização do discurso*. São Paulo: Contexto, 2008.

CHARAUDEAU, P. Des catégories pour l'humour. Précisions, rectifications, compléments. In: GARCÍA, M. D. V. (dir.) *Humour et crises sociales: regards croisés France-Espagne*. Paris: L'Harmattan, 2011, p. 9-43.

D'ANGELI, C; PADUANO, G. *O cômico*. Curitiba: Editora UFPR, 2007.

DUCROT, O. *Les mots du discours*. Paris: Éditions de Minuit, 1980.

FREUD, S. O humor. In: *Obras psicológicas completas de Sigmund Freud*. 2 ed. 1 reimpr. Rio de Janeiro: Imago, 1988, p. 163-169.

- FREUD, S. *Os chistes e a sua relação com o inconsciente*. Rio de Janeiro: Imago, 1996.
- GOODBYE, J. A utilidade do humor na propaganda. In: FEDRIZZI, A. (org.) *O humor abre corações. E bolsos*. Rio de Janeiro: Campus, 2003, p. 77-78.
- LEVI-STRAUSS, C. *O cru e o cozido*. São Paulo: Cosac & Naif, 2004.
- LOREDO, J. Casa nova tupiniquim. *Trip*. São Paulo: Trip Editora e Propaganda, n. 221, maio, 2013, p. 80-95.
- MAINGUENEAU, D. *Novas tendências em análise do discurso*. 3 ed. Campinas: Pontes: Editora da Universidade Estadual de Campinas, 1997.
- _____. L'analyse des discours constitutants. In: MARI, H. et al. (orgs) *Fundamentos e dimensões da análise do discurso*. Belo Horizonte: Carol Borges-NAD/FALE/UFMG, 1999, p. 45-58.
- _____. Diversidade dos gêneros do discurso. In: MACHADO, I. L.; MELLO, R. (orgs) *Gêneros: reflexões em análise do discurso*. Belo Horizonte: NAD/FALE/UFMG, 2004, p. 43-58.
- _____. Código linguageiro. In: CHARAUDEAU, P.; MAINGUENEAU, D. *Dicionário de análise do discurso*. 2 ed. São Paulo: Contexto, 2006, p. 97-98.
- _____. *Doze conceitos em análise do discurso*. São Paulo: Parábola Editorial, 2010a.
- _____. *O discurso pornográfico*. São Paulo: Parábola Editorial, 2010b.
- NIETZSCHE, F. *Assim falava Zaratrusta: um livro para todos e para ninguém*. Petrópolis: Vozes, 2007.
- OLBRECHTS-TYTECA, L. *Le comique du discours*. Bruxelles: Editions de l'Université de Bruxelles, 1974.
- PONDÉ, L. F. *Guia politicamente incorreto da filosofia*. São Paulo: Leya, 2012.
- POSSENTI, S. *Os humores da língua: análise linguística de piadas*. 5 reimpr. Campinas: Mercado das Letras, 1998.
- _____. *Humor, língua e discurso*. São Paulo: Contexto, 2010.
- PROPP, V. *Comicidade e riso*. São Paulo: Ática, 1992.
- REZENDE, A. M. *Rompendo o silêncio: a construção do discurso oratório em Quintiliano*. 2009. 280f. Tese (doutorado) – UFMG, FALE, POSLIN, Belo Horizonte.
- VALE, R. P. G. *A mulher nas piadas de almanaques: estratégias discursivas e representações sociais*. 2009. 135f. Dissertação (mestrado) – Faculdade de Letras, POSLIN, UFMG, Belo Horizonte.
- _____. *O discurso humorístico: um percurso de análise pela linguagem do riso*. 2013. 279f. Tese (doutorado) – Faculdade de Letras, POSLIN, UFMG, Belo Horizonte.

ABSTRACT: This paper is a brief presentation of the main ideas developed in our thesis. Initially, we assume the relationship between discourse and laughter as a starting point for the (re) integration of laughter in Discourse Studies. Divided into two parts, our

course focuses primarily on the language that makes it possible to engender forms of laughter and humorous discourse; for, second, turn to the structure of this discourse. Thus , in the first part , we sought to delineate : i) the “psycho-socio-physiological” and “linguageira” faces of the laughter; ii) the purpose of making people laugh; iii) the linguistic and discursive causes of the laughable effects; and iv) the *interdiscursive* relationship modes of the humorous discourse. In the second part, we present the "*ethé* profiles" of the subject of laughter. Then try to describe the conceptual device of DH. Furthermore, we list the conditions, constraints and advantages of the use of laughter in discourse, taking as central point the concept of VRBANITAS. Finally, we discuss the instability of the place of the comedian in relation to discursive fields, seeking to observe how the Humor has raised, from certain technological innovations of the XX and XXI centuries, various “professionals laughter” and discursive strategies.

KEYWORDS: VRBANITAS; Opportunistic Mutualism; marketing by “confusing method”.