

**HUMOR E LINGUAGEM NAS TELAS DA MÍDIA:  
DA CONVERSAÇÃO À RESSIGNIFICAÇÃO LINGUÍSTICA  
NA PROGRAMAÇÃO DE ENTRETENIMENTO  
DA TELEVISÃO BRASILEIRA**

*Everaldo dos Santos Almeida* (Faculdade Pitágoras)  
[everawdo@gmail.com](mailto:everawdo@gmail.com)

**RESUMO**

Análise do discurso humorístico televisivo brasileiro, implicâncias e relações linguístico-histórico-culturais dos falantes em decorrência da concepção sociológica da linguagem a partir dos bordões veiculados pela programação de entretenimento. Estudo cultural e semiótico do humor na televisão capaz de influenciar a configuração da língua portuguesa a partir da ressemantização da linguagem tendo os bordões como instrumento de uso. Relação dialógica entre a linguagem humorística e o sujeito na (re)construção dos sentidos linguísticos a partir da interação verbal, por meio da qual surgem novas formas de dizer e de significar, fazendo com que o resultado seja mais que uma palavra.

**Palavras-chave:** Sociedade. Interação Verbal. Polifonia.

**1. Introdução**

Com a evolução e sofisticação dos meios de linguagem, o homem passou a conviver com uma nova dimensão do que seria interagir socialmente tanto por meio dos mecanismos dialógicos quanto por seus aparelhos de divulgação e difusão de mensagens. Assim, a pós-modernidade precisou reinventar os conceitos de comunicação através de uma linguagem representativa e simbólica de seu tempo agregando, concomitantemente, evolução temporal-espacial.

Por estes expedientes, a trajetória do presente estudo é mapear como se dão os procedimentos humorísticos, sua história cultural e social que apregoam as metamorfoses linguísticas, as transformações de sentidos que seduzem a credibilidade da grande massa. Decidiu-se, então, analisar o texto humorístico da programação de entretenimento da Rede Globo de Televisão, por atingir um grande e amplo público por envolver e englobando as principais variações linguísticas ligadas aos estratos sociais (diatráticas) e geográficas (diatópicas), sobretudo.

A hilaridade e sua história cultural quase sempre refletem as percepções culturais mais profundas e simbólicas de um povo. O humor é um poderoso instrumento que serve para refletir sobre temáticas que cir-

cundam o atitudinal, o cultural, a organização social dos povos. A partir dessas perspectivas, o humor satiriza, através de sua linguagem descompromissada, desassociada e desvinculada dos rigores e molduras sociais, estreitando as relações sociais, e suas variações diastráticas, tornando-se um elemento subversivo, rompedor, apaziguador, mediatizando fatos indigestos.

A partir dessas reflexões, a pesquisa pretende cristalizar as oscilações semântico-pragmáticas, seus resultados, para descobrir de que forma a língua homologa as alterações e mudanças que se apresentam, uma vez que ela é um fenômeno irrefreável e expansivo na sociedade. Assim, é necessário catalogar as transformações que há na língua como elemento representativo da realidade.

Algumas condições são observadas para que se processe e se interprete o fato linguístico: a (re)interpretação da realidade mediatizada, feita pelos aparelhos midiáticos televisivos, deve ser assimilada por um público heterogêneo.

Fatores subjetivos favorecem o uso linguístico proposto. Isto é, o cimento ideológico que alicerça a visão de mundo de cada indivíduo participa dessa construção; fatores de ordem cultural agem como âncoras na captação e inapelável eficácia acerca das formas linguísticas. As características sociais do povo brasileiro mostram que a história cultural do humor é algo presente e forte em suas raízes. As piadas, as sátiras, a paródia, o expressivo senso de humor são constituintes marcantes da cultura brasileira e, como tal, são células utilizadas pelos mecanismos midiáticos, sobretudo os televisivos, para fincarem um sistema de fidelização tanto de plateia (audiência) como de mecanismos mediadores da linguagem. Desta forma, o humor tem papel precípua e vital no cenário televisivo por se relacionar com a história cultural do povo brasileiro, sua fácil sedução, seu apelo positivamente afetivo e espirituoso, a deflagração do riso, enfim, seu poder de aproximar e unir pessoas.

A hilaridade e sua história cultural quase sempre refletem as percepções culturais mais profundas e simbólicas de um povo. O humor é um poderoso instrumento que serve para refletir sobre temáticas que circundam o atitudinal, o cultural, a organização social dos povos. A partir dessas perspectivas, o humor satiriza, através de sua linguagem descompromissada, desassociada e desvinculada dos rigores e molduras sociais, estreitando as relações sociais, e suas variações diastráticas, tornando-se um elemento subversivo, rompedor, apaziguador, mediatizando fatos in-

digestos. Daí, seu poder interpretativo sobre fatos funciona como construtor de sentidos e ideias associados ao novo cardápio linguístico que, com certa brevidade, passará a ser aplicado pelo grande público, não importando, para os novos usos linguísticos, a voz do cientificismo gramatical, embora tão proeminente nas esferas cultas da sociedade.

Ponderando a mídia como fator social não é exageração constatar sua presença e participação na construção dos sentidos e significados uma vez que as informações veiculadas por ela são a somatização dos fatos que circundam os seios sociais. Desta forma, a pesquisa se presta a observar a penetração e participação da linguagem humorística na sociedade e sua tentativa de homogeneizar, segundo sua intencionalidade, padrões linguísticos laboratorializados.

A partir dessas reflexões, a pesquisa objetiva cristalizar as oscilações semântico-pragmáticas, seus resultados, de que forma a língua como sistema acolhe ou homologa as tentativas e/ou mudanças que se apresentam, uma vez que a língua é um fenômeno irrefreável e expansivo na sociedade, agindo como arcabouço sociointeracional, patrimônio coletivo e consensual. Assim, é necessário catalogar as transformações que há na língua como elemento representativo da realidade.

A mobilidade de sentidos intercambializada pelas esferas humorísticas está onipresente na cultura brasileira e se torna uma estrutura de *fidelização* ao programa que veicula a língua como produto midiático, uma vez que a sua linguagem é, também, seu objeto mercadológico.

Abordar a linguagem em seu caráter dinâmico, vivo, de prática social, privilegia seu estudo em sua estreita forma de ação do homem sobre o mundo, e não, o estudo da língua, como um sistema de normas segundo o qual certas composições são possíveis de um ponto de vista formal, apenas. Preocupa-se com os *atos* de fala, com a linguagem praticada, com a linguagem realizada, que ganha contornos nessa realização, dependendo da situação imediata e da mais geral em que ocorre. Preocupa-se com a linguagem que se dirige a alguém, que é suscitada por algo, que tem uma finalidade, que ocorre numa situação social concreta, constituindo, assim, a língua pelo fenômeno social da interação verbal<sup>10</sup>, realizada através da *enunciação* ou das *enunciações*.

---

<sup>10</sup> A expressão "interação verbal" é usada no sentido amplo, não se referindo, portanto, apenas às interações em face a face.

As variáveis sociais, ao surgirem, produzem um efeito sistemático sobre o comportamento linguístico: idade, sexo, classe, casta, país de origem, geração, região, escolaridade; pressuposições cognitivo-culturais; bilinguismo etc.

Assim, concebe-se a língua não como algo acabado, pronto, mas algo que, como produto da vida social, está em constante transformação, em constante “devir”, sob pressão do cotidiano e acompanhando as transformações da sociedade de que é fruto. Considerando-se os atos de fala ligados às condições de comunicação e estas, ligadas às estruturas sociais, “é na fala que se dão as mudanças da língua e elas não são individuais”, mas sociais, e refletem os valores sociais, a luta entre valores sociais contraditórios.

Não se tem um fato linguístico senão na relação entre indivíduos socialmente organizados. A linguagem em sentido amplo é entendida como relação; como uma relação dialógica entre enunciados. O dialogismo está presente em todas as manifestações da linguagem, seja no discurso interior, no monólogo, na comunicação cotidiana ou em qualquer outra.

Não se deve desconsiderar o fluxo contínuo da comunicação social, pois atua sobre a linguagem; por outro lado, cada ato de fala é um elo na cadeia dessa comunicação. Assim, todo discurso participa não apenas o autor que o produz, mas também o destinatário. O discurso é entendido como um acontecimento linguístico, que envolve o falante, o ouvinte, tempo, espaço físico, espaço social etc.

A construção dos sentidos é um fenômeno extremamente abrangente e não deve ser divorciada de elementos linguísticos e paralinguísticos. Para tanto, deve-se apresentar o ambiente de forma sistemática, embora o enfoque, aqui apresentado, estacione no linguístico.

Concebendo a língua como um fenômeno evolutivo, e que sua própria estrutura sistemática acomoda as variações de ordem sintagmática e paradigmática, o presente trabalho, por meio do humor e da linguagem, propõe contribuir para a análise de como os sentidos linguísticos são construídos e constituídos a partir de práticas rotineiras assim como seus reflexos na comunicação dialógica. Assim, advém desta observação várias problemáticas e possibilidades inerentes ao processamento das mutações de natureza semântica.

## **2. Linguagem: interação e significação**

A significação é um aspecto fundamental da palavra; separada, a palavra não é mais que um som, uma realidade física, produzida a partir de um processo fisiológico. Assim, a linguagem humorística cria e recria significados a partir da postura social de um povo. Isso resulta em atos de fala transidiomáticos, constituídos por entre fronteiras físicas e digitais nas práticas discursivas (LOPES, 2013).

A filosofia da linguagem se fundamenta na proposição que representa estado de coisa, uma vez que a noção de linguagem anteriormente hermetizada, ora às regras de um determinado código, ora enclausurada em construções de valor de verdade, cambia-se, inclinando-se para os jogos de linguagem.

No processo dialógico, a significação não é prioridade de um sentimento pessoal psicológico, ou algo mental. Caso isso fosse verdade, a comunicação seria impedida, uma vez que o ato de significar levaria cada um a entender o que bem entendesse. Por isso, falar em linguagem é considerar o sujeito e sua participação social. Sendo assim, o significado é construído a partir do envolvimento do saber, do conhecimento sobre o objeto ao qual alguém se refere. Essa troca de significados nasce das posições e relações sociais com o outro, através da linguagem.

A corrente interacionista, que guia esta discussão, não deixa de revelar afinidades com a concepção de linguagem sustentada pelo dialogismo bakhtiniano, segundo o qual, o discurso possui um caráter fundamentalmente interacional e com a pragmática dos atos de linguagem (linguística da enunciação). Implica dizer que as transformações das relações são constituídas em específico momento histórico, a partir dos aparelhos ideológicos de Estado (PÊCHEUX, 2009).

Para o processo de constituição do sujeito, há intervenção fundamental de dois fatores: o outro (social) e a linguagem. Nessa concepção, fica marcada a existência de uma relação de interdependência entre sujeito, sociedade e linguagem, uma vez que o sujeito se constitui na relação com o “outro” e que essa relação é construída/mediada essencialmente pela linguagem. Assim, desde o começo, através dos sons, dos contatos físicos, do olhar etc. as malhas de trocas se incorporam em um complexo processo crescente, iniciando, sobremaneira, os fenômenos de natureza sensorial, como alimentação, conforto, higiene, saúde, afeto etc. Nesse contexto, a língua e seus desdobramentos vai se constituir para a criança como sendo o próprio lugar das trocas. A interação fará com que as rela-

ções com seu grupo se desenvolvam e se tornem mais semiotizadas.

A experiência de mundo que envolve os homens na vida em sociedade constitui uma cadeia de atos e fatos que só na pele de nossos discursos ganha sentido. Assim, o indivíduo vai sendo construído pela história, herdeiro sem escolha de crenças, conhecimentos e costumes comuns aos membros do grupo, classe, comunidade etc.

Neste sensível momento, o texto humorístico e seus tentáculos linguísticos se oportunizam como uma nova possibilidade de uso, tendo a estrutura ideológica papel relevante quanto ao afastamento ou aceitação das novas formas linguísticas. Tudo isso tem como alvo, obviamente, o telespectador (consumidor). É nele que tudo se materializa. É nele que tudo se justifica. É para o consumidor humorístico que o cardápio linguístico é preparado.

O dialogismo bakhtiniano assegura que é no seio social que se constitui a base das significações, pois, o processo da interação social entre os indivíduos é responsável pela arquitetura da ideologia. Desta forma, para o autor, dissociar signo de ideologia é tarefa inelutável, uma vez que a ideologia se sedimenta na vida social por ser a grande encarregada de criar signos, sendo eles, – os signos –, símbolos ideológicos por excelência, por serem representantes em potencial da engenharia ideológica. E é a partir da exterioridade de um signo (como cor, som, movimento) que a realidade material desse signo se torna propensa a ser estudada objetivamente. Ou seja: “um signo é um fenômeno do mundo exterior” (BAKHTIN, 2004). Entretanto, os signos só surgem na interação entre uma consciência individual e outra.

Para Bakhtin, citado por Pereira, o indivíduo social passa a sofrer as intervenções do seu convívio com os integrantes da própria sociedade em está inserido. Ao referenciar homem e sociedade, é fundamental lançar olhares sobre o estado de arte da língua. Para tanto, diz Bakhtin:

É portanto, impossível compreendermos como se constrói um enunciado qualquer [...] se não o visualizarmos como um momento, como uma simples gota no rio da comunicação verbal, cujo incessante movimento é o mesmo da vida social e da história. (BAKHTIN, *apud* PEREIRA, 2000, p. 67)

### **3. Da recepção e difusão linguística**

Quando se quer privilegiar o ato comunicativo, é importante que se busque explicar o processo que vai da produção à consumação do sen-

tido, e que se veja a mensagem como um ponto de passagem que suporta a circulação social das significações.

Não obstante, o objetivo desta comunicação é privilegiar, nessa circularidade, o percurso da recepção, situação por si só bastante delicada e complexa. A análise, nesse viés, requer a percepção, na instância discursiva, dos efeitos de sentido possíveis (não um só efeito nem tampouco qualquer efeito). Para tanto, fazer ventilar os novos sentidos linguísticos é tarefa fundamental do programa “Casseta & Planeta” e “Zorra Total” da Rede Globo de Televisão, fazendo com que o público passe a conhecer e receber, ou aceitar, a nova arquitetura semântica apresentada em sua tela.

Embora teoricamente esse consumidor (telespectador) não esteja presente, não manifeste reações, não dialogue, não expresse pontos de vista, a instância da produção pressupõe de início uma situação contingente dos sujeitos e uma relação recíproca. Assim, consegue projetar, para eles, um estatuto social definido, com capacidade de apreensão dos acontecimentos e competências de compreender as informações apresentadas e de interpretá-las.

O discurso é endereçado a alguém, portanto, aquele a quem o discurso se destina, seja jovem ou adulto, participa do mundo. Como jovem, tem anseios de entrar para um grupo específico, no caso uma linguagem homogênea, e também se acha envolvido com questões afetivas, pessoais, culturais, entre outras, da realidade cotidiana; como adulto, convive com essa mesma realidade junto aos outros membros ou desdobramentos da sociedade, sejam eles profissionais, acadêmicos, esportivos etc.

O sujeito da enunciação não é apenas fonte do seu dizer, ele é ambivalente e paradoxal, pois é, ao mesmo tempo, locutor e interlocutor. É por conhecer o mundo a sua volta que ele consegue circunstancialmente investir-se de locutor, tomando a palavra e pondo em jogo uma série de mecanismos, sem jamais pretender ser a fonte de seu dizer. A instância da recepção, participando do jogo de linguagem, tem a liberdade de escolher o caminho mais adequado dentro dos temas tratados.

A enunciação apresenta uma espécie de jogo em que tanto os sujeitos do fazer (locutor/interlocutor) como os sujeitos do dizer (enunciador/destinatário) se encontram na cumplicidade criada pela partilha de certos valores culturais. É assim que a televisão partilha com os telespectadores um terreno comum a todos. Por isso, e por conhecer o cenário sociocultural no qual está presente, a televisão prepara seu cardápio *ao gos-*

to do cliente (audiência/telespectador). Desta forma, sofisticar o humor é algo vital, uma vez que sua presença faz parte da construção cultural e social do povo brasileiro. De forma criativa e hilária, o exemplo a seguir, todo oriundo do mundo fonográfico, evidencia tanto os fatores linguísticos quanto os culturais.

Segundo Ramos (200, p. 106) “Para Verón o universo de possibilidades discursivas é determinado pela cultura, tanto no que se refere à discursividade quanto na intervenção de outras matérias significantes”.

O trabalho com a linguagem é efetivamente uma expedição e uma aventura: expedição porque vai investigar o aspecto intencional; aventura porque a interpretação construída é sempre imprevisível, apesar de intencional.

Nessa perspectiva, a reflexão aqui articulada é uma tentativa de privilegiar a dinâmica da interação como um processo que se realiza entre dois parceiros, no mínimo. Com esse pressuposto básico, busca-se ultrapassar o sistema normativo em vigor no grupo social e reconhecer a atividade real da linguagem em interação, na sua dimensão social e cultural.

As palavras de Barthes, proferidas em sua *Aula Inaugural do Colégio de França*, podem, seguramente, consubstanciar o encerramento desta ideia:

Não vemos o poder que reside na língua, porque esquecemos que toda a língua é uma classificação, e que toda a classificação é opressiva [...]. Mas a língua, como desempenho de toda a linguagem, não é nem reacionária, nem progressista; ela é simplesmente: fascista; pois o fascismo não é impedir de dizer, é obrigar a dizer [...]. Na língua, portanto, servidão e poder se confundem inelutavelmente [...]. Essa liberdade é um luxo que toda a sociedade deveria proporcionar a seus cidadãos: tantas linguagens quantos desejos houver: proposta utópica, pelo fato de que nenhuma sociedade está ainda pronta a admitir que há vários desejos. Que uma língua, qualquer que seja, não reprima outra [...]. (BARTHES, 2004, p. 12)

O *controle ideológico* compreende todas as formas utilizadas, para que determinados indivíduos e grupos não tenham condições de perceber sua realidade, e, assim, fiquem impedidos de formar sua própria opinião. Os indivíduos e grupos só podem adquirir consciência de suas reais condições de vida por duas vias: a observação direta do meio em que vivem; ou através das informações obtidas de outros (pessoalmente ou pelos meios de comunicação).

Portanto, ter um pré-conhecimento dos fatores de contextualização culturais é ter a chance de criar estratégias capazes de abraçar eficazmente os efeitos pretendidos.

É através da difusão sistemática que as mensagens do sistema de controle ideológico são propagadas. Dentre as formas de difusão utilizadas pela propaganda ideológica, a oral é a mais importante. É a partir da difusão que surge a possibilidade de produzir uma impressão de unanimidade tão persuasiva quanto o próprio argumento do orador.

Para isso, o Casseta & Planeta não veicula risos, somente, mas transporta em sua linguagem brasões da cultura brasileira. Ou seja: o discurso do programa é desenhado encimando traços da história, da cultura e dos costumes brasileiros. Por isso é que se cria uma estreita aproximação com sua linguagem, pois ela é a soma das artérias da cultura brasileira.

A propaganda ideológica permite disseminar, de forma persuasiva, para toda a sociedade, as ideias de determinado grupo. Depois de emitidas, através dos diversos meios de comunicação, elas passam a ser retransmitidas, direta ou indiretamente, no seio das diversas instituições sociais. Dessa forma, veicular jargões linguísticos em suas edições televisivas semanais é *propagandear* todo o sistema ideológico do programa que, conseqüentemente, age sobre o sistema ideológico do grande público. Apesar de ter relações com outros sistemas organizados de linguagem, aqui, apontar-se-á sobre o viés linguístico.

#### **4. O *panopticon* linguístico: didatização da mídia**

A mídia funciona como uma espécie de usina geradora de memórias. O apagamento ou a cristalização vai depender do aparelho ideológico para o qual a mídia está a serviço. Nota-se que a mídia imprime aos seus destinatários, como se fossem alunos, a sua interpretação objetiva do real. Desse modo, no mesmo processo, enquanto cria a ilusão da literalidade dos sentidos, apaga a possibilidade de esses sentidos serem outros. O que era uma das possibilidades de significação foi (re)significado como o sentido único e verdadeiro.

Essa didatização do mundo constitui em processo de domesticação dos sentidos, num *panopticon* ou seja, vigilância, de nossas práticas significantes. Sobre isso, Gregolin traduz Foucault dizendo:

[...]a vigilância aparece como algo que deve ser contínua, ininterrupta e que, acima de tudo, precisa ser vista pelos indivíduos que a ela estão expostos como perpétua, permanente; do mesmo modo, é preciso que ela não tenha limites, que esteja presente em toda a extensão do espaço. A vigilância é, pois, um olhar invisível, que deve impregnar quem é vigiado de tal modo que este adquira de si mesmo a visão de quem o olha. O poder sobre os corpos, desta forma, atinge ápice da submissão, pois o corpo não distingue entre si mesmo e o olho do poder. (FOUCAULT, *apud* GREGOLIN, 2003, p. 100)

Entre outras formas, a mídia brasileira desenvolveu (nos seus mais diversos suportes), especialmente no final do século passado, todo um trabalho de vigilância e de correção de nossas manifestações linguísticas, instituindo modos disciplinares de se proceder linguisticamente. Há aí um claro objetivo de homogeneizar “o” português brasileiro, tendo como referencial um modelo de língua escrita que está contido nas gramáticas normativas de língua portuguesa, interditando-se, assim, uma de nossas maiores riquezas culturais: a diversidade linguística de nosso país. Serve como exemplificação, para este caso, programas televisivos, publicações em jornais etc. Porém, é precavido mencionar, também, que essas tentativas de homogeneizar a linguagem não podem ser vistas apenas como forma feudal de linguagem. No entanto, é lícito referenciar que em relação à língua demarcar sua geografia estrutural é, inconsequentemente, abandonar reflexões da dimensão da linguagem.

O sentido não se constitui meramente como tradução de dados da realidade, mas principalmente no poder do qual queremos nos apoderar. Portanto, por mais que aparentemente o discurso seja bem pouca coisa, está-se o tempo todo lutando pelo direito de produzir sentidos. Assim, na realidade, os sentidos são criados a partir de vários agentes transformadores, por meio de um imenso repertório de informações e de formas de comunicação.

Portanto, o sentido nas expressões, como: “Eu quero lhe usar”, “Eu salguei a Santa Ceia”, “Ai, como eu tô bandida”, “Fala sério”, “Ninguém merece”, “Isso não te pertence mais”, “É a treva”, “Mexe com quem tá quieto”, “Chupa essa manga”, “Vem cá, eu te conheço?”, “A grana eu tenho, só me falta-me o gramur”, é construído por elementos ricamente semiotizados, reposicionando o sentido para além da palavra, e sim em relações marcadas pela ação de elementos vindos da esfera social e de todas as interferências que isso causa na língua e em seu movimento.

Usufruindo naturalmente de seu poder e alcance, a mídia televisiva apodera-se de seus aparelhos estruturais e lança produtos linguísticos (moda linguística: certos usos, expressões, jargões etc.) revestidos de in-

tencionalidade. Seus deslocamentos de sentido devem passar a ser e estar na moda, isto é, os usuários são capturados pela sedução das novas formas linguísticas. Assim, a força do uso pode pressionar quanto à aceitação de uma nova forma de linguagem, podendo também provocar certas variações e/ou mudanças linguísticas ocasionadas pelas fendas dos cataclismos causados pela frequência e força do uso.

## 5. *Humor: cultura e história*

O estudo sistemático do humor tem seu início na Antiguidade. Tem-se, a título de exemplo, o segundo livro de Aristóteles, *Poética*, dedicado à comédia; Cícero, e suas discussões sobre o humor, fez importantes contribuições sobre o humor para o vocabulário romano.

Ainda na Antiguidade, rir ou imitar os gestos e as maneiras de outras pessoas eram interpretados como atos indignos, indecentes. Além disso, o riso e o humor eram constantemente associados às classes mais baixas. Mas, apesar do humor e do riso terem esses traços, como aponta seu estudo cultural, muitos intelectuais revelavam um ascendente conhecimento do gênero. Às mulheres, era permitido assistirem às comédias gregas, apesar de movimentos contrários a essa permissão, pois, em geral, o lugar delas era na ambiência doméstica e não nos espaços públicos. Vê-se com isso, que o humor entre as mulheres era algo visivelmente difícil de se encontrar na Idade Média.

A noção que se tem sobre o humor é relativamente nova. Seu registro data de 1682, na Inglaterra. Antes disso, ele tinha o significado de *disposição mental* ou *temperamento*. Conceituando humor, Roodenburg acrescenta:

Empregamos a palavra em seu estado mais genérico e neutro, de modo a cobrir uma ampla variedade de estilos: de apotegmas à troca de palavras, dos trotes aos trocadilhos, da farsa à sandice. Em outras palavras, entendemos o humor como qualquer mensagem – expressa por atos, palavras, escritos, imagens ou música – cuja intenção é a de provocar o riso ou um sorriso. (ROODENBURG, 2000, p. 13)

Tal conceituação faz com que se faça uma rápida consideração, desde a Antiguidade até a contemporaneidade, sobre o humor, assim como o humor era encarado através de sua trajetória histórica e cultural, fazendo com que se pergunte como ele era transmitido, por quem, para quem, onde e quando.

Antropólogos e historiadores literários têm contribuído de forma significativa para o estudo cultural do humor. Comprovou-se nestes estudos, que Roodenburg acreditava que

Até os dias de hoje, [referindo-se à atualidade] a atenção acadêmica dada ao humor em geral se concentrava em obras de literatura ou nos contos populares. Exemplos típicos são os estudos do humor em obras de Shakespeare ou nos livros de humor do início do período moderno. (ROODENBURG, 2000, p. 16)

Mas, apesar do avanço desses estudos sobre o humor, ainda, de acordo com as ideias de Roodenburg “só raras vezes estes estudos situam com clareza os textos dentro do grupo ou da cultura em que devem ter transitado”. (ROODENBURG, 2000, p. 16)

Embora o humor deva provocar o riso, nem todo riso é fruto do humor. O riso pode ser ameaçador. Por outro lado, o humor e o riso também podem ser muito libertadores. Sabe-se que uma pitada inesperada de humor é capaz de desfazer um clima tenso num instante.

Os limites do humor são definidos por sua função na retórica: a hilaridade serve para conquistar a pátria. Assim, tenta-se explicar melhor o papel do humor: a crítica direta e irrestrita. Nessa perspectiva, o humor reveste-se de graça e é capaz de fazer surgir definições sobre sua natureza e intencionalidade, que podem ir desde sua extração da deformidade e da desgraça até a satirização de pequenos fatos da vida social, sem gerar constrangimentos ou vergonha.

## **6. *Humor, riso e o campo: reflexões da antropologia***

O humor é divertido e sério ao mesmo tempo; é uma qualidade vital da condição humana. Ele também fornece pistas para o que é realmente importante na sociedade e na cultura. O humor quase sempre reflete as percepções culturais mais profundas e nos oferece um instrumento poderoso para a compreensão dos modos de pensar e sentir moldados pela cultura. Desta forma, pretende-se fornecer evidências das funções e dos significados do humor, abrangendo comunidades e estudos etnográficos.

O humor é um tema enganoso e de difícil exploração em termos multiculturais e temporais. A análise antropológica e histórica do humor pressupõe a consciência de que a realidade é constituída de fatores sociais e culturais. Essa perspectiva é um dos pontos de convergência da antropologia e da história cultural. O primeiro problema encontrado, tanto

por antropólogos quanto por historiadores, é um problema de *linguagem*, um problema de discurso, de duplo ou múltiplos sentidos.

### **7. A programação de entretenimento**

A influência dos meios de comunicação não se limita ao jornalismo. A indústria cultural despeja sobre o público, incessantemente, códigos e símbolos, que contribuem para a formação de visões de mundo. São representações da sociedade, das relações entre os gêneros, as classes e as nações, transmitidas através do cinema, dos seriados de televisão, dos magazines, das histórias em quadrinhos ou, ainda, da publicidade comercial, que vende, a própria ideia do consumo. Daí flagra-se uma teia complexa de relações entre os produtores e veiculadores. Os consumidores passam a representar as produções dos meios midiáticos, neste caso, o ideológico.

O que interessa de momento, porém, é o lado mais instantâneo da influência da programação de entretenimento, em vez da formação de uma hegemonia ideológica em longo prazo: seu entrelaçamento com a atualidade, contribuindo para a inclusão de certos temas na agenda pública e beneficiando determinados enquadramentos. Trata-se de um fenômeno cada vez mais perceptível, em diversas partes do mundo.

No Brasil, o caso é especial, pois é longa, no país, a tradição de uma estreita ligação entre o entretenimento e o factual. Apesar das telenovelas se fixarem como o principal produto da indústria cultural do país, os programas humorísticos somatizam de forma hilária e aprazível, todo o percurso semanal de fatos que envolvem a sociedade. Essa somatização é consubstanciada por muito humor, inteligência e criatividade. Esse caráter sintópico transforma os fatos através de uma linguagem recriada em algo alegre, embora originalmente não o seja.

### **8. A língua como espetacularização midiática televisiva**

Os meios audiovisuais de comunicação experimentam na sociedade contemporânea uma expansão e aperfeiçoamento de seus veículos mundiais de divulgação da informação através da implantação dos satélites artificiais. A televisão, como exemplar desse veículo de comunicação, apresenta maior vinculação com a cultura oral, atingindo, por conseguinte, rapidamente os públicos e incorporando-as à contemporaneidade. É

exatamente a partir dessas e de outras características que se procura delinear a potencialidade desses veículos.

Os veículos de comunicação têm finalidades específicas e bem direcionadas. Através de sua estrutura mercadológica, negociam-se e vendem-se produtos e serviços, podendo ser de natureza bastante variada. Para tanto, precisam, indubitavelmente, conhecer o público-alvo, isto é, para quem certo produto ou serviço será ofertado que pode ser uma dieta nova no mercado, uma roupa ou acessório da moda, um trecho turístico, um automóvel, casas ou apartamentos ou simplesmente a linguagem. No caso dos programas de entretenimento (humorísticos), não seria adequado negociar dieta, remédios, eletrodomésticos, eletrônicos etc. A linguagem humorística aqui analisada e representada por jargões, combinação de elementos modificadores da estrutura mórfica das palavras (justaposição, aglutinação), slogans etc., formam o arcabouço utilizado pelo programa *Casseta & Planeta, Urgente!*, fazendo da língua muito mais que a mediadora de fatos. Sob essa perspectiva ela, a linguagem, é transformada em um instrumento capaz de fidelizar o cliente (telespectador), seduzindo-o através de jogos linguísticos e da hilaridade.

Partindo dessas elucubrações e dos objetos de estudos de Sírío Possenti e de Roberto Baronas, segundo Gregolin (2003, p. 14), nos quais esses pesquisadores analisam os debates sobre a “língua portuguesa” na imprensa brasileira, intencionar-se-á entender a aplicabilidade da língua portuguesa no programa *Casseta & Planeta, Urgente!* tornando-o objeto mercadológico de consumo. Esse consumo, pode-se dizer que é invisível considerando não se tratar de um objeto físico, palpável, mas que tem relevantes implicâncias sobre as práticas sociais rotineiras. Falsas questões, análises sem qualquer base científica fazem que o enunciar sobre a língua se transforme na materialização de ideologias e de preconceitos.

A análise desses enunciados sobre a língua mostra que o discurso não serve apenas para comunicar, mas que ele é, a um só tempo, um objeto simbólico e político. Simbólico no sentido de que ele é uma etiqueta que representa um determinado objeto cuja ordenação, categorização, interpretação preexiste à significação, e político no sentido de que é uma luta pelo poder. Ao falar sobre a língua, esses textos produzem o controle sobre o uso das formas linguísticas, vigiando os atos ideológicos e dialógicos, impondo posturas verbais específicas. São dispositivos de vigilância que pretendem disciplinar o uso da língua, legislando em nome de intencionalidades como forma de captação de usuários de novas formas

linguísticas como marcas de identidade de um programa laboratorizado para grandes públicos. É a batalha pela degustação dos novos slogans linguísticos.

A mídia é uma produtora dos acontecimentos discursivos do presente. A questão central que se coloca é: como se constrói essa história espetacularizada numa sociedade imersa nas novas tecnologias, formada por saberes voláteis, efêmeros?

Acompanhando as análises, deduzimos que uma das respostas a esta questão pode ser encontrada na forma como é manejada a temporalidade. O acontecimento, como uma “história ao vivo”, de que estamos imersos numa temporalidade da qual se suspendeu o contingente distanciamento. Assim:

Por meio desse agenciamento do tempo, nessa escrita da história realizada pela mídia, apagam-se as determinações da operação historiográfica produzida de um certo lugar, por sujeitos, por discursos. Cria-se a aparência de uma história que se faz por si mesma, sem sujeito, sem determinação das ideologias, no cruzamento entre uma atualidade e domínios de memórias que não pertencem a ninguém. No interior dessa imensa operação de “dessubjetivação” da história, negociam-se identidades por meio da fusão entre ideias do passado e sua restauração na atualidade. (GREGOLIN, 2003, p. 15)

Nesse contexto é que a mídia articula o discurso, a sociedade e a memória.

## **9. Conclusão**

A análise aqui apresentada não teve o propósito de mapear uma definição concreta da natureza universal da linguagem e sua aplicabilidade nas diversas movimentações linguísticas da enunciação e da interação verbal, uma vez que a linguagem se ressemantiza a partir de cada nova realidade no tempo e no espaço. Tentou-se, sim, descrever como a língua, de certa forma, comunga e autoriza, por sua própria estrutura, inelutavelmente evolutiva, os novos usos que seus próprios falantes organizam. Da mesma forma, a força da frequência dos atos de fala redimensiona a língua cada vez que ela é posta em funcionamento através de seus sentidos e significações.

Desvelou-se a interação verbal como ambiência de uma atividade coletiva de produção de sentidos linguísticos, seus resultados e funcionamento das (re)negociações linguísticas e suas atividades regularizadoras de significação, através de mecanismos modernos de comunicação de

massa.

Viu-se o humor explorando os jogos de linguagem, convidando-a a quebrar as formas ortodoxas da comunicação, constituindo, assim, um novo modo de dizer e representar as coisas de forma inovadora e criativa, utilizando, para tanto, o cenário da hilaridade para a construção de um espaço indiscutivelmente prazeroso e lúdico. Essa é uma ação silenciosa e imaterial, e, como tal, muito frequentemente, o falante desconhece o poder residente na língua.

Percebeu-se que o objeto linguístico não é individualizado em si. Ele faz parte de uma propriedade intrínseca, independentemente de uma conceptualização linguística e cultural, uma vez que os propósitos linguísticos fazem parte do mundo que envolve os usuários da língua e suas intenções dialógicas, todas representativas da imensidão do cenário ideológico e linguístico do falante.

Por fim, analisou-se que o emprego da língua se efetiva em forma de enunciados e discursos, sejam eles orais ou escritos, construídos por quaisquer integrantes desse ou daquele campo de atividade humana. Esses diferentes enunciados marcam fatores específicos presentes em um referido campo, não apenas por seu conteúdo, pelo estilo da linguagem e seus recursos, ou pelas composições fraseológicas e gramaticais, mas, acima de tudo, por sua composição estrutural. Esses constituintes da linguagem fazem da língua e de sua utilização, um dos mais espetaculares fenômenos da linguagem: a comunicação.

#### REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARTHES, Roland. *O rumor da língua*. Trad.: Mário Laranjeira. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2004.

GREGOLIN, Maria do R. et al. (Org.). *Discurso e mídia: a cultura do espetáculo*. São Carlos: Claraluz, 2003.

LOPES, Luiz Paulo da Moita. (Org.). *O português no século XXI: cenário geopolítico e sociolinguístico*. São Paulo: Parábola, 2013.

PÊCHEUX, M. *Semântica e discurso: uma crítica à afirmação do óbvio*. Eni Puccinelli Orlandi et al. 4 ed. Campinas: Unicamp, 2009.

PEREIRA, Maria E. M. O estudo da linguagem pela psicologia: uma aproximação entre Skinner e Bakhtin. *Revista Brasileira de Terapia*

*Círculo Fluminense de Estudos Filológicos e Linguísticos*

*Comportamental e Cognitiva*, vol. 9, n. 2, p. 337-347, 2007. Disponível em: <<http://www.usp.br/rbtcc/index.php/RBTCC/article/view/203>>.

RAMOS, Roberto (Org.). *Mídia, textos & contextos*. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2001.

ROODENDURG, Herman; BREMMER, Jan. (Orgs.). *Uma história cultural do humor*. Trad.: Cynthia Azevedo e Paulo Soares. Rio de Janeiro: Record, 2000.