

Resumo: Adotando os princípios teóricos da Análise do Discurso francesa, analisamos piadas temáticas selecionadas numa perspectiva diacrônica para verificação da influência do contexto sócio-histórico na produção linguística.

Palavras-chave: discurso, humor, piadas.

Abstract: Following the theoretical principles from the French Discourse Analysis, we analysed themed jokes selected diachronically to verify the influence of the social and historical context on this linguistic event.

Keywords: discourse, humour, jokes

AS CONDIÇÕES DE PRODUÇÃO NO DISCURSO HUMORÍSTICO¹

¹ Especialista em Análise do Discurso pela PUCCAMP; professora na rede pública em Amparo e na Faculdade de Jaguariúna (FAJ).

Introdução

Objetivamos neste trabalho analisar piadas a partir do embasamento teórico da Análise de Discurso, ou seja, a piada, como produção lingüística, será considerada em sua relação com fatos históricos e sociais para construção de sentidos e significação.

Primeiramente pesquisamos como o humor foi definido até o presente momento para identificarmos seus traços característicos.

Segundo o estudo de Raskin (1985), o ato de humor é uma ocorrência individual provocada por um estímulo engraçado. Deste ato participam seis fatores: um interlocutor, esteja ele pressuposto ou participando; o estímulo; a experiência de vida das pessoas; o tipo psicológico do indivíduo participante do ato de humor; o contexto situacional, pois tal situação poderá condicionar, dirigir ou modificar a percepção e a sociedade com valores, crenças, normas.

Raskin traz ainda outras definições, como a de Croce, para quem o humor é indefinível como todos os estados psicológicos o são. Já para Mindness, é uma maneira de experimentar a vida. Raskin afirma que não há um consenso entre os pesquisadores sobre a terminologia a ser utilizada nesta área – humor, risada, cômico, lúdico, engraçado, piada, graça.

Para Travaglia (1988), o humor tem sido visto como uma atividade ou faculdade humana universal cuja função vai muito além do simples fazer rir. Ele seria uma espécie de arma de denúncia e desmistificação, de instrumento de manutenção do equilíbrio social e psicológico; uma forma de revelar verdades e de flagrar outras possibilidades de visão do mundo e das realidades naturais ou culturais que nos cercam e, assim, de desmontar falsos equilíbrios. Considera o humor um fenômeno multifacetado, cuja pesquisa se estabelece em um campo de estudo necessariamente multi e interdisciplinar.

É a partir desta definição que optamos por estudar humor dentro da Análise de Discurso, por ser esta uma teoria crítica que não se limita ao produto (texto), mas tenta problematizar e compreender, a partir dos aparelhos sócio-ideológicos, uma certa realização lingüística (Coracini, 1991).

Nossa produção lingüística é a piada sobre sexo pesquisada ao longo de um determinado período de tempo, objetivando mostrar que os fatores lingüísticos explicam o cômico das piadas, mas há que inseri-los no contexto mais amplo da enunciação, já que ao verificar as condições de produção de tais textos, revelam-se fatores sócio—culturais que auxiliam na compreensão do discurso humorístico. Tempo e espaço

determinados historicamente delimitam/indicam o que pode ou não ser dito. Além disso, *“as condições de produção da piada não se resumem a simples relações entre parceiros sociais, nem se esgotam nas regras que regulam a fala dos sujeitos, mas implicam o suporte de suas representações e atitudes”* (Gil, 1995).

Tais representações construídas no discurso são chamadas de imagens. Segundo Osakabe (1979), podem aparecer:

- a) a imagem que o locutor faz do ouvinte;
- b) a imagem que o locutor pensa que o ouvinte faz dele;
- c) a imagem que o locutor faz do referente;
- d) a imagem que o locutor pensa que o ouvinte faz do referente

Portanto, aí reside nosso interesse, analisar as piadas como material lingüístico - e para isso adotaremos a nomenclatura de Possenti (1998) – e como instrumento revelador de verdades e realidades de nossa sociedade através da Análise do Discurso para apontar possíveis mudanças ao longo do tempo. Ficam contempladas neste trabalho as condições de produção, com destaque para as imagens pressupostas e para os mecanismos lingüísticos.

Metodologia

Nosso recorte temático - as piadas sobre sexo – apresenta situações como relacionamento homossexual ou heterossexual; rotina do casamento; adultério; performance sexual; descoberta ou iniciação sexual; curiosidade infantil, entre outros.

Para que mudanças pudessem ser apontadas mais facilmente, definimos como veículo das piadas a Revista Playboy, que começou a circular no Brasil em agosto de 1975 e que conquistou ao longo de quase 30 anos um lugar de referência nas publicações do gênero, pois passou a simbolizar um estilo de vida marcado por prazer, sucesso, riqueza e descoberta de belas mulheres, ou seja, é uma publicação que caracteriza uma posição ideológica, retrata um conjunto de valores.

As piadas analisadas foram publicadas em épocas diferentes, as décadas de 70, 80 e 90. Das piadas enviadas por leitores à revista neste período, selecionamos, para este trabalho, uma ou duas piadas por década para apontar se este “humor sexual” mudou ou se manteve.

Análise das piadas

A década de 70

Piada selecionada na edição de setembro de 1979

“Chegando de viagem, o marido, saudoso, puxou a mulher para a cama. Mas ela se pôs a reclamar do custo de vida:

-- Subiu o preço da carne, as roupas, o cabeleireiro, tudo sobe! Queria ver alguma coisa baixar!

Com voz triste ele respondeu:

--Seu desejo já foi atendido.”

Como sabemos, nesta época, o Brasil tinha como contexto histórico-social um governo militar que oprimia o povo e uma política econômica cujos índices de inflação eram diários e, altos.

Na confluência língua-ideologia, notamos que a piada acima revela certos traços significativos. A cena retrata a rotina do casamento. O homem figura como aquele que toma a iniciativa puxando a mulher para a cama para satisfazer-se e satisfazer sua companheira. É a imagem que o locutor faz do referente: um homem que atende os desejos de sua companheira, que, neste caso, eram bem opostos aos seus. Inferimos daqui um homem-mago pela frase “O seu desejo já foi atendido”. Ele dá à mulher algo que ela quer, mesmo que não seja o que ele queria.

Nesta frase temos o que Raskin (op. cit.) chamou de momento crucial – expressão que dispara o humor. Houve a inversão dos verbos subir e baixar. No exato momento em que o homem, animado, sentia subir seu desejo, a mulher, sintonizada com a inflação, sentia vontade de que os preços baixassem.

Estes dois verbos sugerem os dois scripts opostos que cabem no texto e o torna humorístico. O ouvinte identifica os dois sentidos possíveis e “*o mais óbvio deles deve de alguma forma ser posto de lado e o outro (. . .) se torna dominante*”. (Possenti, op. cit.). Portanto:

- 1.subir e baixar pressupõem respectivamente problema e solução econômicos;
- 2.subir e baixar pressupõem respectivamente solução e problema na performance sexual.

Além de serem verbos semanticamente opostos, eles se opõem nos valores que representam dentro das situações aludidas.

A década de 80

Piada selecionada na edição de maio de 1984

“Lamento que o senhor não tenha sido escolhido para o cargo de contador-chefe – explicava o encarregado da seleção de pessoal. Suas qualificações são excelentes, mas apareceu ontem por aqui uma candidata que mostrou algo que o senhor nunca poderá realizar.

--Posso saber o que foi?

--Digamos que, em meia hora de conversa com o nosso presidente, ela abriu a firma, recebeu o bruto, fez o balanço e ficou com o líquido.”

Com elementos do léxico – *contador, firma, bruto, balanço, líquido* – o ouvinte da piada encontra dois *scripts*:

1. os candidatos devem dominar as técnicas para ocupar o cargo;
2. a candidata domina outras técnicas, as sexuais, para ocupar o cargo.

Sendo assim:

No cargo	No sexo
Abriu a firma	(as pernas)
Recebeu o bruto	(o órgão sexual)
Fez o balanço	(o movimento sexual)
Ficou com o líquido	(a ejaculação)

A imagem da mulher é a imagem da mulher no trabalho que conquista seus objetivos com seus atributos e habilidades físicas e não pela competência intelectual. Sua eficiência está ligada ao sexo, ela se valeu de meios de que o homem não dispõe para atingir seus objetivos. Aparece como objeto sexual.

Através destes traços, revelam-se certas condições sociais da época – as posições de chefia são exclusivamente masculinas, aparecem o presidente e o contador-chefe, já a figura feminina é de uma subordinada. Isso nos permite inferir que nas relações de trabalho, a mulher não está em posição de destaque, aparecendo como acessório (sexual) do homem.

Quanto aos mecanismos lingüísticos, destacamos o duplo sentido – literal e figurado.

Piada selecionada na edição de maio de 1989

“Três homens de negócio – um francês , um italiano e um brasileiro – estavam viajando lado a lado num vôo internacional. Várias doses de bebida depois, começaram a conversar sobre suas vidas íntimas.

--Esta noite fiz amor com minha mulher quatro vezes – contou, orgulhoso, o francês – e de manhã ela me fez um delicioso crepe, jurando que me adora.

-- E eu dei seis – bravateou o italiano. No café da manhã, minha mulher me fez uma suculenta omelete e me disse que jamais poderia amar outro homem.

O brasileiro ficou quieto o tempo todo. Para surpresa de seus dois companheiros de vôo, manteve-se em completo silêncio quando chegou a sua vez. O francês não resistiu e ousou lhe perguntar:

--Quantas vezes você fez amor com sua mulher esta noite?

-- Uma – respondeu ele sem qualquer constrangimento.

O italiano, sem evitar um certo ar de gozação, não resistiu e atijou:

--Só uma? E o que ela lhe disse de manhã?

--Não pare!”

Este é o caso da piada sobre desempenho sexual. O locutor apresenta ao ouvinte imagens de pessoas de sucesso – homens de negócio num vôo internacional.

O mecanismo que dispara o humor é lexical e está na seqüência “quatro, seis, uma”. A palavra “uma” permite que se formem dois *scripts* no texto:

1. “uma vez” refere-se à freqüência sexual do brasileiro. Caracteriza-se por um desempenho insuficiente.
2. “uma vez” refere-se à ininterrupção do ato sexual no tempo. Caracteriza-se como uma performance inigualável.

Aparece aqui uma imagem masculina que revela vários aspectos. Homens reunidos gostam de exhibir-se, principalmente sob o estímulo da bebida. É bom na cama o homem que consegue repetir o ato sexual várias vezes. O homem que realiza tal feito é considerado pelos outros como o mais competente. Neste exemplo, entra em cena a etnia reforçando que o brasileiro é um homem muito bom de cama.

Quanto à mulher, seja ela francesa , italiana ou brasileira, todas agem igualmente na imagem construída pela perspectiva masculina – querem prazer e sabem retribuir com comida e elogios. A francesa faz um delicioso crepe e jura que adora seu companheiro. A italiana prepara omelete e promete amar só a ele. A brasileira não

precisa alimentar seu companheiro, numa comparação que o torna superior. O elogio que lhe faz é dizer que continue a fazer o que fez a noite inteira.

Há de se notar que é um texto cujo trabalho com implícitos é grande. Por exemplo:

1. “*várias doses de bebida depois..*” , os homens estão mais relaxados, a censura que os controla cai e eles passam a falar de sexo;
2. “*contou , orgulhoso, o francês*” e “*bravateou o italiano*” configuram o valor dado por eles ao desempenho sexual que apresentam.
3. “*de manhã*” confirma o script 2 acima citado, pois “*uma vez*” passa a significar uma relação que durou a noite toda.

A década de 90

Piada selecionada na edição de agosto de 1997

“Nunca se esqueça: ao fazer sexo pela Internet, use sempre o antivírus.”

Vários pontos nos chamam a atenção na produção desta piada.

Ela pressupõe :

1. um intertexto: o propagandístico, já que trabalha com o ouvinte para levá-lo a fazer X para obter Y, no caso , usar a camisinha para transar.
2. um público heterogêneo: quem navega pela Internet.

Esta piada trabalha com uma oposição entre o virtual e o real, já proposta pelos dois scripts possíveis que a palavra “antivírus” carrega:

1. “antivírus” é sistema de prevenção na informática.
2. “antivírus” é sistema de prevenção no sexo. É a camisinha que protege contra a AIDS em relações sexuais reais.

O riso é provocado porque as relações, nesta piada, são virtuais.

Conclusões

Com a análise das piadas publicadas ao longo de quase 30 anos, observamos que o discurso humorístico veiculado e referendado pela revista Playboy revelou algumas mudanças.

A primeira é uma mudança quanto à imagem que a revista faz do leitor. A página de piadas da revista iniciou com cinco, seis, até dez piadas e passou, na década de 90, a doze, até quinze piadas, pressupondo o conhecimento de um leitor que, diante de um mundo regrado pela velocidade das informações deseja uma leitura mais ágil e condensada. É o máximo do riso e do prazer em gotas mínimas (piadas curtíssimas).

Outra alteração ocorreu nas piadas dos anos 90, em que atuaram com maior intensidade os veículos de comunicação – TV , Internet – confirmando o poder de penetração da mídia na vida e no comportamento das pessoas e, conseqüentemente, na produção das piadas, o que confirma que não se pode apenas considerar o linguístico, pois são as condições de produção determinantes para construção de sentidos e significação.

Finalmente, a revista Playboy, enquanto veículo representante de uma visão masculina sobre as mulheres, tem validado um discurso humorístico onde a imagem feminina tem mudado ao longo do período que estudamos, pois à imagem feminina têm sido atreladas idéias de modernidade, emancipação, liberdade, decisão, conquista, beleza (ainda que artificial, com recursos como silicone) e inteligência.

Sendo assim, caminham interligadas língua e ideologia, numa relação que revela verdades e mudanças do comportamento. Isso vale mesmo para um discurso aparentemente não tão sério, repleto de riso, mas irradiador de reflexões.

Referências bibliográficas

CORACINI, M.J.R.F.(1991). “Análise do Discurso: em busca de uma metodologia”.In: **Delta** , v.7., n.1, pp. 333 a 355, São Paulo.

GIL, C.M.C.(1995). “Humor: alguns mecanismos lingüísticos”. In: **Alfa**, v.39, pp.111 a 119, São Paulo.

OSAKABE, H.(1979). *Argumentação e discurso político*. São Paulo, Kairós.

POSSENTI, S.(1998). *Os humores da língua*. Campinas, São Paulo: Mercado de Letras.

RASKIN,V.(1985). *Semantic mechanisms of humor*. Dordrecht, D.Reidel Publishing Company.

TRAVAGLIA,L.C.(1990). “Uma introdução ao estudo do humor pela lingüística”. In: **Delta**, v.6, n.1, pp.55 a 82, São Paulo.