

# O DISCURSO DO HUMOR NOS PROCESSOS DE ENUNCIÇÃO DIGITAL\*

Emanuel Angelo Nascimento – Universidade Estadual de Campinas

**RESUMO:** Com base nos pressupostos teóricos da Análise do Discurso (AD) de linha francesa, este trabalho tem como objetivo investigar o funcionamento do discurso de humor nos processos de enunciação digital, a partir de piadas que circulam na internet. Desse modo, consideramos, em nossa análise, os estudos sobre o riso e o humor, a partir de Bergson (2007 [1899]), Raskin (1985), Skinner (2002) e Possenti (1998, 2010), bem como os trabalhos de Xavier (2002) acerca da constituição dos modos de enunciação digital e as reflexões de Orlandi (2013) sobre o discurso eletrônico. Para tanto, selecionamos uma amostra, dentro de um conjunto de piadas publicadas em sites de humor na internet, tais como o portal Humortardela e os sites Animatunes.com.br e Piadascurtas.com.br, a fim de analisar as condições de produção do discurso humorístico no espaço digital. Pretendemos, nesse sentido, observar como os mecanismos linguísticos e enunciativos, construídos, nos fios do discurso, sob uma materialidade hipertextual e hipermediática, se articulam na promoção do entretenimento, do riso e do humor.

**PALAVRAS-CHAVE:** Discurso. Humor. Enunciação digital.

## 1. Introdução

O objetivo deste trabalho é analisar o discurso do humor e o seu funcionamento, a partir de piadas que circulam na internet. Uma das observações iniciais que levantamos é a de que, geralmente, as piadas, no suporte digital, são construídas sob uma tessitura enunciativa própria da materialidade hipertextual e hipermediática possibilitada pelas tecnologias. Mesmo diante da afirmação de Possenti (2010, p. 180) de que “o humor não muda quando circula em novos suportes (hipertexto)”, pretendemos demonstrar como os processos de enunciação digital são constituídos, investigando, sobretudo, que influência eles exercem na articulação do humor.

Assim, com base na Análise do Discurso (AD) de linha francesa, levamos em conta os conceitos de discurso eletrônico (ORLANDI, 2013), de cenas enunciativas (MAINGUENEAU, 2008), com especial atenção para os estudos de Bergson (2007 [1899]), Raskin (1985), Skinner (2002) e Possenti (1998, 2010), a respeito, respectivamente, dos estereótipos e dos clichês, do riso e dos mecanismos semânticos do humor, das teorias clássicas do riso e dos humores da língua. Para analisar mais precisamente a constituição dos modos de enunciação digital, consideramos os trabalhos de Xavier (2002) sobre os gêneros digitais e sobre o hipertexto.

Selecionamos para o corpus deste trabalho a amostra de uma piada, extraída do site Animatunes.com.br, a partir da qual observamos as condições de produção do discurso humorístico, além de representações construídas sócio-historicamente como os diversos estereótipos do caipira, evocados, no interdiscurso, por meio da memória. Analisamos como estes operam no funcionamento dos discursos de humor, a partir da sua circulação em hipertextos, áudios e vídeo-animações disponíveis online. Nesse sentido, também investigamos como os estereótipos, segundo Amossy & Herschberg (1997), e os simulacros, de acordo com Possenti (2002), são construídos na materialidade discursiva, considerando, então, os processos de enunciação digital.

\* XIII EVIDOSOL e X CILTEC-Online – junho/2016 – <http://evidosol.textolivre.org>

A partir disto, levantamos os seguintes questionamentos: (i) Como as representações estereotipadas e o humor se articulam no espaço digital?; (ii) Em que medida os recursos de hipertexto e hiperídia contribuem para reforçar determinados estereótipos (caipira/bobo/ingênuo/inculto)? Da mesma forma, analisamos, nos fios do discurso, como as *cenas enunciativas* são construídas digitalmente a fim de provocar os efeitos de comicidade, humor e, por conseguinte, o riso – convocando o hiperleitor a atribuir sentidos adicionais a essa materialidade discursiva.

## 2. Estereótipos e humor nos processos de enunciação digital

Como aponta Possenti (1998), o estereótipo é um dos meios mais explorados na articulação do riso. No caso das piadas, as representações e os estereótipos, geralmente, buscam destacar determinados traços culturais de determinados grupos sociais, acentuando esta ou aquela característica e promovendo um certo exagero caricaturesco – como se todo caipira fosse bobo/ingênuo, matuto/esperto, capiau/inculto, como se todo baiano fosse, talvez, preguiço ou toda loira fosse “burra”. A esse respeito, que parece se tratar mais de uma questão de *simulacro* do que de características ou identidade de um grupo, Possenti (2002) aponta que:

(...) as piadas fazem aparecer, ao lado de um estereotipo básico, assumido pelo próprio grupo (um traço de identidade?), o estereotipo oposto. Por exemplo, se um grupo se representa tipicamente como “macho” (valente etc.), as piadas dirão dele não só seu oposto, mas seu oposto mais rebaixado possível, considerado um certo quadro cultural. Assim, embora o traço “macheza/masculinidade” possa implicar características não ligadas necessariamente ao desempenho sexual (como valentia, ombridade etc.), o estereotipo oposto com o qual a piada opera selecionará o traço “sexualidade”. E neste sentido que se pode dizer que o estereotipo talvez seja um simulacro (POSSENTI, 2002, p. 159)

Por essa perspectiva, observamos, por exemplo, nas piadas regionalistas, que alguns traços, não exclusivos necessariamente deste ou daquele grupo social, são exacerbados em sua caracterização, visando, a partir de *simulacros*, provocar efeitos como o de comicidade, de humor, riso e, em alguns casos, promovendo/refletindo determinadas visões preconceituosas (até porque nem todo gaúcho é viado, assim como nem todo caipira é bobo/ingênuo). Nesse sentido, o funcionamento da estereotipia é concebida a partir das relações entre o sujeito, a linguagem e a história. Assim, Amossy (2004)<sup>1</sup> afirma que:

(...) o estereótipo, como representação coletiva cristalizada, é uma construção de leitura (Amossy, 1991:21), uma vez que ele emerge somente no momento em que um alocutário recupera, no discurso, elementos espalhados e frequentemente lacunares, para reconstruí-los em função de um modelo cultural preexistente (Amossy, 1997) (AMOSSY *apud* CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2004, p. 215).

Fundamental, portanto, é compreender não apenas as formas de generalização da imagem de determinados tipos sociais/regionais (gaúcho, paulista, mineiro, baiano, carioca), mas também observar o funcionamento e a circulação desses estereótipos na sociedade, analisando-o junto à materialidade linguística, a partir da qual o discurso de humor emerge. Em razão disso, é imprescindível também ao analista do discurso levar em conta, em sua análise, a exterioridade do discurso, a articulação do riso, as condições de produção dos estereótipos e suas relações com o humor. Não por acaso, Bergson (2007 [1899], p. 6) defende a respeito do riso que “é preciso colocá-lo em seu meio natural, que é a sociedade”, uma vez que sua significação é um resultado dos sentidos que emergem no imaginário coletivo.

---

1. Ruth Amossy (tradução de Pedro Luis Navarro Barbosa). In: *Dicionário de Análise do Discurso* (2004).

Nas teorias clássicas do riso, em uma perspectiva cultural do humor, Hobbes (*apud* SKINNER, 2002, p. 56) sugere que o riso também expressa a sensação alegre e desdenhosa de quem se coloca em posição de *superioridade*. Não raro, o campo do humor revela certos deslocamentos de sentidos construídos sócio-historicamente, os quais evidenciam certos discursos e ideologias dominantes com traços de preconceito em relação ao outro (eventualmente a determinados grupos), tal como ocorre em piadas machistas ou de cunho sexista, que satirizam mulheres, homossexuais. Assim, Freud (1980 [1905]), apesar de dedicar boa parte de seu estudo sobre os chistes à técnica a partir da qual são construídos, insiste na motivação social dos chistes. Tendo isso em vista, é importante destacar que:

Os estereótipos funcionam, assim, como um referente social compartilhado, recuperado, por sua vez, pelo interdiscurso, pelo conjunto de opiniões, saberes e crenças formadores de dizeres sedimentados e sem um referente histórico aparentemente declarado. Como resultado, o efeito da estereotipia é comumente explorado pelo humor (piadas, provérbios, charges etc.) através de *simulacros* e, em não raros momentos, visto como fomento de preconceitos (velados ou não) no seio social (LÔBO, 2012, p. 6).

O discurso de humor, desse modo, é construído a partir de toda uma cena revestida de certa ambientação e articulação para o cômico e para o inusitado. Os chistes, os causos, as piadas, assim, exploram e reproduzem alguns estereótipos que buscam de alguma forma representar, por meio do *simulacro*, alguns grupos sociais (o baiano, o caipira, a loira, o homossexual).

No caso dos processos de enunciação digital<sup>2</sup>, tanto a imagem, como os vídeos, os áudios permitem que os sites de humor reproduzam/imitem determinados tons/sotaques desses grupos, por meio de desenhos ou caricaturas digitalizadas. Assim, tanto o texto – unidade linguística de análise – quanto o quadro social, também no espaço da internet, convergem, nos discursos de humor, para a configuração da cenografia, fundamental na construção da piada, eventualmente constituída por meio de diálogos. Tal como explica Maingueneau (2008), a *cenografia* é a cena de fala que "o discurso pressupõe para poder ser enunciado e que, por sua vez, deve validar através de sua própria enunciação: qualquer discurso, por seu próprio desenvolvimento, pretende instituir a situação de enunciação que o torna pertinente" (MAINGUENEAU, 2008, p. 70).

Tendo isto em mente, trataremos, a seguir, da questão do humor no espaço de enunciação digital, abordando mais precisamente o caso do portal Humortardela, dos sites Animatunes.com.br e Piadascurtas.com.br – para, em seguida, analisar uma amostra extraída do site Animatunes.

## 2.1. O caso dos sites de humor na internet

A forma de organização dos textos no espaço da internet revela alguns aspectos importantes da linguagem e das condições de produção dos sentidos, da mesma forma que fornece muitos elementos para uma análise dos mecanismos de produção discursiva. Afinal, tanto os sites quanto os portais de informação/entretenimento, como no caso dos sites de piadas, são constituídos de toda uma tessitura textual particular, uma vez que, no domínio digital, há uma disponibilidade de recursos diversos, a partir do texto hipermidiático<sup>3</sup>, em que os vídeos, o áudio, as imagens, os infográficos, os aqui-

---

2. Eni de Lourdes Puccinelli Orlandi, dentro da perspectiva da AD, vai utilizar o termo "discurso eletrônico" para se referir aos processos de discursivização possibilitados pelas tecnologias – assunto o qual trataremos mais adiante.

3. Consideramos aqui as noções de *hipertexto* e *hipermídia* desenvolvidas por Theodor Holm Nelson, nos anos 60.

vos, a reprodução de textos impressos, a reprodução de figuras, ilustrações e imagens contribuem para a construção dos modos de enunciação digital. Esses elementos, além de constituírem parte do perfil dos sites de piadas, assumem também um papel fundamental na construção enunciativa do humor, uma vez que se configuram enquanto gêneros discursivos e, principalmente, enquanto dispositivos próprios do discurso digital. No caso, o portal Humortadela e os sites Animatunes.com.br e Piadascurtas.com.br inscrevem-se nessa dimensão discursiva em que o próprio domínio tecnológico da internet regula e permite diferentes modos de circulação dos sentidos.

Nesse sentido, é importante compreender as estratégias comunicativas utilizadas pelos sites de humor na internet, no intuito de alcançar o público geral e também o público específico, caracterizado especialmente pelo interesse em entretenimento e humor. Da mesma forma, é fundamental observar as condições de produção dos textos de humor a partir dessas páginas *online*, pois, não raro, alguns memes, piadas e vídeos de humor, por exemplo, do portal Humortadela e de outros sites, são, fartamente, encontrados e citados em páginas fora de seu ambiente de origem – por meio de postagens e compartilhamentos em páginas como as do Facebook, do Twitter, e em mensagens de aparelhos portáteis (*tablet, ipad, smartphone*) por meio de aplicativos como o Whats App, entre outros.

A respeito desses modos de enunciação digital do ponto de vista da circulação dos textos, é possível compreender uma relativa onipresença do discurso da tecnologia a partir da qual o sujeito é convocado a participar de forma colaborativa e/ou interativa. Trata-se de um processo em que os modos/espacos de enunciação revestem-se de todo um aparato tecnológico que fornece diferentes caminhos para o dizer. Valendo-se das palavras de Dias (2011):

a discursividade do eletrônico (...) é um processo histórico e ideológico de significação da nossa sociedade contemporânea, do modo como estamos nela, como praticamos os espaços, do modo como somos interpelados em sujeito pela ideologia, através das determinações históricas (DIAS, 2011 *apud* ORLANDI, 2013, p. 7).

Quanto a isto, mais especificamente tratando da questão do papel do hipertexto na era digital, Xavier (2002) acrescenta que:

o Hipertexto possibilita a emergência do modo de enunciação digital um novo modo de enunciar/representar informação e conhecimento baseado na combinação e justaposição simultânea dos modos enunciativos que, historicamente, precederam-no como o sonoro, o verbal e o visual (XAVIER, 2002, p. 207).

Assim, podemos compreender como os processos de enunciação no espaço digital, dentre os quais fazem parte os sites de humor, valem-se de recursos como *links*, áudios, vídeos, entre outros recursos, que constituem diferentes condições de produção enunciativa, textual e discursiva e possibilitam ao público leitor/internauta diferentes formas de acesso aos conteúdos, sejam eles jornalísticos, informativos, sejam eles conteúdos de entretenimento/humor ou outros.

### 3. Análise do corpus

Buscando um exemplo de piada publicada no site Animatunes, selecionamos a **piada 1**, que analisaremos, a seguir (cf. figura 1 e tabela 1). Esse material encontra-se disponível junto de outras piadas categorizadas por temas específicos – tais como “piadas de bêbados”, “piadas de loira”, “piadas de caipira”, “piadas feministas”, “piadas de português”. Além disso, as piadas disponibilizadas pelo site Animatunes são veiculadas por meio de vídeo-animações, memes, tirinhas e charges digitalizadas, entre outros gêneros digitais.



Figura 1. **Piada 1**. Fonte: Animatunes, piada de nº 72 no site

#### Transcrição da piada 1

*Um motorista totalmente perdido na estrada, parou o carro e perguntou ao caipira que andava no acostamento:*

*– Hei, moço! Essa estrada aqui vai pra São Paulo?*

*O caipira respondeu:*

*– Sei não! Ma si fô, vai fazê uma fárta danada aqui pá nós!*

Tabela 1. **Transcrição** da piada presente na figura 1

A construção enunciativa da **piada 1** (conforme transcrito na tabela 1), inicialmente, é interpelada por um narrador onisciente que apresenta/introduz o contexto e a situação em que se desenvolve o diálogo entre um caipira e um motorista. O motorista estava “totalmente perdido na estrada” e, então, decidiu parar o carro e pedir orientação a um caipira que andava pelo acostamento. Pelo desenrolar da conversa entre eles, identificamos o estereótipo de um caipira matuto (sagaz, bem-humorado). Esse traço é evidenciado nas implicitudes do texto, principalmente, pela resposta inesperada que o caipira dá à pergunta do motorista (*Hei, moço! Essa estrada aqui vai pra São Paulo?*). Como forma de contornar a sua falta de conhecimento, o caipira responde com um tom de humor ingênuo da seguinte forma: “*Sei não! Ma si fô, vai fazê uma fárta danada aqui pá nós!*”. O efeito de humor implica que o leitor observe as diferenças no nível de linguagem, considerando que, por se tratar de uma situação informal, a linguagem empregada tanto pelo motorista quanto pelo caipira é caracterizada pela coloquialidade, porém, a técnica verbal articulada pelo caipira é claramente marcada, no texto, pela variante regional, marcada por metaplasmos comuns à oralidade caipira (apócope em *ma > mas*, assimilação vocálica em *se > si*; apócope nas terminações de verbo *for > fô* e *fazer > fazê*;

e rotacismo em *falta* > *fárta*, com -r retroflexo). O “caipirês” representado no texto contrasta, assim com as variantes utilizadas pelo narrador e pelo motorista. Além disso, a graça da piada reside justamente no contraste de sentidos (FREUD, 1980 [1905]) e no modo como caipira interpreta a acepção usual do verbo “ir” na pergunta (se a estrada vai para São Paulo, isto é, se a estrada conduz à direção daquela cidade), subvertendo essa ideia e explorando o aspecto figurativo da expressão “ir embora”, no sentido de “não voltar mais” se referindo ao fato de “própria estrada ir embora” (*se ela fô mesmo pra Sum Paulo, vai fazê uma farta danada cá pra nós*), decorrendo daí o efeito de humor.

Na data em que acessamos a página do site Animatunes.com.br (05.03.16), já haviam sido registrados 28 votos e a piada havia sido classificada com três estrelas, indicando o gosto do público pela leitura desse texto de humor. No rodapé da página *online* em que a piada foi publicada, é possível, ainda, notar dois *links*, um indicando um espaço para que o “hiperleitor” possa comentar a piada e outro para que ele possa enviá-la a um ou mais amigos.

Nesse sentido, analisando os processos de enunciação digital, tal como aponta Xavier (2002, p. 6), observamos que, a partir da tela do computador ou das páginas *online*, o leitor/internauta é convidado a “vivenciar uma experiência sinestésica de leitura, na qual palavras, imagens e sons se fundem, digitalmente, para produzir sentidos” – da mesma forma que lhe é permitido participar de forma interativa ou colaborativa dos processos de circulação e atribuição de sentido aos textos de humor, por meio de votos, comentários e compartilhamentos.

#### **4. Considerações finais**

Tais considerações levam-nos a refletir que, se por um lado, é preciso levar em conta uma importante atribuição de sentidos produzidos no espaço digital, no caso dos sites de piadas na internet, por outro, é preciso observar como esses textos configuram o discurso humorístico. Até mesmo porque não estamos falando de sites quaisquer, e sim de espaços digitais não-unilaterais ou não-verticalizados, que permitem emergir formações ideológicas e discursivas marcadas pela heterogeneidade, afinal, visões de mundo diversas, conflitantes/não, são interpeladas. Não raro, uma gama quase irrestrita de participantes (anônimos/não) é abertamente convocada a comentar, produzir e/ou reproduzir essas piadas, visando, especialmente, atender à finalidade de promover os efeitos de humor, riso e entretenimento. Nesse sentido, além das piadas mais lidas pelos internautas presentes nas páginas principais desses sites de humor, é importante notar como a materialidade hipertextual e hipermediática se organiza – no caso, por meio de menus que redirecionam para páginas contendo charges animadas, memes, vídeos engraçados, entre outros, a exemplo dos jogos e sextoons (cartoons & charges de humor voltados para o público adulto), disponibilizados por sites como o Animatunes.

Em termos discursivos, por sua vez, uma piada regionalista publicada por um leitor/internauta pode promover, por exemplo, um determinado estereótipo do baiano, do gaúcho ou do caipira que seja diferente de outra piada publicada por outro internauta no mesmo site – não muito diferente do que ocorre fora do espaço digital. Todavia, os sites de humor, ao publicar tais piadas, permitem ao leitor/internauta classificá-la com estrelas/votos, expressando o quanto gostou dela. Assim, compreendemos que “o discurso é o espaço da reprodução, do conflito ou da heterogeneidade” (FIORIN, 1988, p. 45), sendo que, especialmente no caso do discurso do humor na internet, as páginas de piadas *online* representam para o leitor/internauta uma referência de fácil acesso, participativo e colaborativo do ponto de vista do entretenimento no espaço digital. Tais elementos, desse modo, têm influenciado sobremaneira as relações entre tempo, espaço, sujeito, discurso e sociedade. Bem como destaca Dominique Maingueneau:

(...) a materialidade do texto se tornou plural. Hoje, um pronunciamento político pode se manifestar ao mesmo tempo por uma forma impressa, por um enunciado em um *site* da Web, por uma gravação em áudio veiculada por uma rádio, por um vídeo em um *site* de compartilhamento, por um DVD... Sem falar das versões em número indeterminado que foram realizadas por câmeras ou gravações desse ou daquele espectador ou ouvinte (MAINGUENEAU, 2015, p. 39).

Essa realidade permitiu, portanto, uma releitura das formas de interação verbal e não-verbal entre os sujeitos, uma vez que, com o avanço das tecnologias, diferentes formas de linguagem e tipos de discurso também surgiram, como, por exemplo, o discurso digital e a possibilidade de circulação do discurso do humor na internet. Em termos de modos de significação e trabalho com o simbólico, Orlandi (2013) explica que o “discurso eletrônico” associa-se, desse modo, a um “processo de significação que se movimenta o tempo todo em todos os lugares. Produzindo seus efeitos (...) que afetam os sujeitos aqui ou ali, por estas ou aquelas condições, nos gestos que se constituem no entremeio do real da língua e da história” (p. 17). As condições de produção de sentido possibilitadas também pelo uso das tecnologias, instaura, assim, a urgência do dizer por meio de reformulações da noção de sociedade e de espaços de enunciação.

## Referências

- AMOSSY, R. *Estereótipo*. Trad. Pedro Luis Navarro Barbosa. In: CHARAUDEAU, P.; MAINGUENEAU, D. *Dicionário de análise do discurso*. São Paulo: Contexto, 2004.
- \_\_\_\_\_; HERSCHBERG, A. P. *Stéréotypes et clichés*. Langue, discours, société. Paris: Nathan Université, 1997.
- BERGSON, H. *O riso – ensaio sobre o significado do cômico*. Trad. Ivone Castilho Benedetti. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2007 [1899].
- DIAS, C. P. *Espaço, tecnologia e informação: uma leitura da cidade*. In: RODRIGUES, E. A.; SANTOS, G. L. dos.; BRANCO, L. K. C. (Orgs.). *Análise de discurso no Brasil: pensando o impensado sempre: uma homenagem a Eni Orlandi*. Campinas: RG, p. 259-272, 2011.
- FIORIN, J. L. *Linguagem e ideologia*. São Paulo: Ática, 1988.
- FREUD, S. *Os chistes e sua relação com o inconsciente*. Trad. James Strachey. Edição standard brasileira das obras psicológicas completas, vol. VIII. Rio de Janeiro: Imago, 1980 [1905].
- LÔBO, A. *As piadas sobre baiano: estereótipo, humor e preconceito*. In: *Anais do XVII Seminário de Teses em Andamento (Seta)*, v. 6. Campinas (SP), pp. 3-15, 2012 < <http://revistas.iel.unicamp.br/index.php/seta/article/view/2057/3318> > Acesso em 28.02.2016.
- MAINGUENEAU, D. *Cenas da enunciação*. São Paulo: Parábola, 2008.
- \_\_\_\_\_. *Discurso e análise do discurso*. Trad. Sírio Possenti. São Paulo: Parábola, 2015.
- ORLANDI, E. *A materialidade do gesto de interpretação e o discurso eletrônico*. In: DIAS, C. (Org.). *Formas de mobilidade no espaço e-urbano: sentido e materialidade digital (online)*. Campinas: Labeurb/Nudecri, v. 2, p. 1-15, 2013 < [http://www.labeurb.unicamp.br/livroEurbano/volumeII/arquivos/pdf/eurbanoVol2\\_EniOrlandi.pdf](http://www.labeurb.unicamp.br/livroEurbano/volumeII/arquivos/pdf/eurbanoVol2_EniOrlandi.pdf) > Acesso em 29.02.2016.
- POSSENTI, S. *Os humores da língua: análise lingüística de piadas*. Campinas: Mercado de Letras, 1998.
- \_\_\_\_\_. *Os limites do discurso*. Curitiba: Criar edições, 2002.
- \_\_\_\_\_. *Humor, língua e discurso*. São Paulo: Contexto, 2010.
- RASKIN, V. *Semantic mechanisms of humor*. Dordrecht: D. Reidel, 1985.
- SKINNER, Q. *Hobbes e a teoria clássica do riso*. Trad. Alessandro Zir. São Leopoldo: Unisinos, 2002.
- XAVIER, A. C. *O hipertexto na sociedade de informação: a constituição do modo de enunciação digital*. Tese de Doutorado em Linguística. Campinas: IEL-UNICAMP, 2002.