

EFEITO DE SENTIDO HUMORÍSTICO E PROCESSO EVENEMENCIAL



Ana Cristina Carmelino¹

Todo ato de comunicação implica sempre um propósito. O texto humorístico tem propósitos específicos: enquanto diverte, produz efeitos de sentido entre sujeitos, visto que nasce em um contexto histórico-social que muitas vezes o justifica. Entender, no entanto, como o humor se explica nem sempre é tarefa simples. Instigado por essa questão, este texto visa a compreender as técnicas mais comuns responsáveis por gerar o humor na revista humorística *MAD*, levando-se em conta para isso a análise das edições de 2010, publicadas no Brasil.

Os recursos de deflagração do humor podem estar relacionados a questões de ordem linguística ou não. No caso da *MAD*, chamamos a atenção o fato de que embora alguns recursos linguísticos sejam frequentes, grande parte da comicidade produzida depende da relação entre linguagem e acontecimento: relação esta que explica, no caso dessa revista, sua existência, circulação e interpretação. O humor da *MAD* deve-se, sobretudo, a um *processo evenemencial*², ou seja, a comicidade se instaura mediante reconstrução do acontecimento.

Partindo dessas considerações, fundamentam este estudo alguns pressupostos da Análise do Discurso, especialmente o conceito de *acontecimento* apresentado por Charaudeau (2009) e Foucault (1972) – este retomado por Possenti (2010) –, bem como as técnicas envolvidas na

¹ Professora, doutora Adjunta da Universidade Federal do Espírito Santo (UFES).

² Termo cunhado de Charaudeau (2009, p. 99).

constituição do humor tratadas por Possenti (1998, 2010), Travaglia (1992) e Carmelino (2009a, 2009b, 2011).

REVISTA *MAD*: MAIS DE MEIO SÉCULO DE HUMOR E SUCESSO³

Conhecida pelas sátiras de todos os aspectos da cultura popular americana, a revista humorística norte-americana *MAD* tem uma história bastante interessante. Fundada em 1952, pelo empresário Gaines⁴ e pelo editor Kurtzman⁵, consiste no último título sobrevivente da aclamada linha de revistas da EC Comics⁶ e é uma das revistas mais vendidas pela DC Comics⁷, empresa que a edita atualmente.

Há controvérsias quanto à forma como a *MAD* foi criada. Kurtzman afirmou ter inventado o nome sozinho; já Gaines disse que a *MAD* surgiu durante um *brainstorm* com Feldstein – influente autor e editor de grupo de terror e ficção científica da EC De uma maneira ou outra, ela nasce como um livro bimestral a partir das “Histórias com a intenção de levá-lo a loucura” (*Tales calculated to drive you mad*).

³ As informações deste tópico baseiam-se em um texto escrito por Otacílio d’Assunção Barros, editor da *MAD* no Brasil por mais de 30 anos. Disponível em: <http://www.micromania.com.br/mad/historia_1.htm>. Acesso em: 15 set. 2011.

⁴ O americano Maxwell William “Bill” Gaines foi editor e coeditor EC Comics. Conhecido não só por ser o pioneiro em retratar horror, ficção científica e histórias em quadrinhos satíricos, mas também por supervisionar uma linha de histórias em quadrinhos com qualidade artística e interesse para atrair os adultos.

⁵ Harvey Kurtzman foi cartunista e editor de revistas norte-americanas. Ficou conhecido pela criação da revista *MAD* e de seu mascote, Alfred E. Neuman.

⁶ A *Entertaining Comics* (EC Comics) foi uma editora americana de histórias em quadrinhos que manteve uma linha de produção que se identificava mais com os gêneros de ficção criminal, ficção de horror e sátira, ficção militar e ficção científica. Isso de 1940 a 1950, até que a censura a obrigou que deixasse grande parte dos títulos polêmicos e se concentrasse na revista semanal de humor e sátira chamada *MAD*.

⁷ DC Comics (*Detective Comics*) é uma das maiores empresas que opera no mercado de quadrinhos americanos. Fundada em 1934, consiste na divisão de publicação da EC Comics, uma empresa subsidiária da Warner Bros Entertainment, que por sua vez é detida pela Time Warner.

De acordo com Otacílio d'Assunção Barros (Ota), quando a revista foi criada por Kurtzman, a EC Comics estava faturando bem por ter lançado uma linha de revistas de terror que fazia o maior sucesso. Em 1955, no entanto, começou nos EUA uma perseguição aos gibis, principalmente contra os de terror da EC, considerados barra-pesada demais por psicólogos, pedagogos e autoridades, em função de eles incitarem a delinquência juvenil. Sendo ou não uma articulação política das editoras concorrentes para retirar Gaines do mercado, o fato é que a CPI instaurada no Senado norte-americano para estudar o problema teve efeitos devastadores, levando os jornaleros e distribuidores (que temiam represálias) a se recusarem a vender esse tipo de revista. A única revista da EC sobrevivente a esse massacre foi a *MAD*, a qual não resistiria muito tempo no mercado caso não fosse alterada rapidamente, visto que uma nova lei passou a regulamentar os gibis, submetendo-os à censura prévia: para chegar às bancas, os gibis necessitavam de um selo de aprovação do Código de Ética. Assim, a partir do n. 24, a *MAD* transformou-se radicalmente: de um gibi de 32 páginas em cores passou a uma revista em formato maior, com mais páginas e em preto e branco. Tendo em vista que esse novo formato não estava sujeito ao Código, foi uma maneira de burlar a censura.

A nova versão da *MAD* acabou fazendo mais sucesso que a anterior e garantiu a sobrevivência financeira da EC. Entretanto Kurtzman se desentendeu com Gaines e deixou o cargo. A revista passou a ser editada por Feldstein, que conseguiu torná-la mais popular, ainda que o humor produzido não fosse tão corrosivo e genial.

Convém ressaltar que Kurtzman teve papel central na produção da *MAD*. Além de escrever grande parte do material, criou o logo da revista, desenhou capas e deu vida à personagem Alfred E. Neuman – símbolo da *MAD*. Retratado nas capas e em muitas histórias contidas na revista até hoje, Neuman é uma figura plagiada de um personagem publicitário dos EUA dos primórdios do século XX (“Newman”). Trata-se de uma personagem irreverente e sarcástica, com um rosto comum, que se caracteriza especialmente pela ausência de um dente na frente e

pelas grandes orelhas de abano. Sua primeira aparição foi em novembro de 1954, no entanto só em 1956 ele foi batizado e sua imagem definitiva foi fixada pelo desenhista Norman Mingo⁸.

Famoso nos EUA por seu slogan “What, me worry?” – uma clara referência ao institucional slogan do governo daquele país: “Who needs You”, da personagem “Tio Sam” (*Uncle Sam*, da sigla U.S.), sobre a peça original que inspirou a alegoria (“Me worry?”) –, Neuman tornou-se um ícone de identificação da revista, bem como um dos símbolos mais conhecidos da cultura norte-americana por assumir diversas personalidades.

Com o tempo, o sucesso da *MAD* fez com que ela ganhasse versões (e imitações) em dezenove países. Atualmente, ela continua a ser publicada apenas em oito, a saber: Alemanha, Austrália, África do Sul, Brasil, México, Espanha, Finlândia e Hungria.

No Brasil, a revista *MAD* começou a ser publicada em 1974 e editada por Ota⁹, mas só obteve sucesso a partir do n. 16, quando houve a preocupação de se produzir material nacional, mesclando-o às traduções e adaptações. Antes disso, ela era comumente encontrada em qualquer banca ou livraria que vendessem revistas importadas.

Ao longo de sua produção, a versão brasileira da *MAD* passou por quatro editoras. A que nos interessa é a última série, publicada mensalmente pela editora Panine desde 2008 e editada atualmente por Raphael Fernandes. Vejamos, de forma breve, o seu percurso histórico.

A primeira edição, de 1974 a 1983, foi pela editora Vecchi. O grande problema enfrentado nessa época foi a falta de material para publicar a *MAD em português* (a edição americana saía oito vezes por ano, já a brasileira, doze; além disso, parte do material da *MAD* americana era

⁸ Artista e ilustrador comercial que se tornou famoso por formalizar a imagem de Alfred E. Neuman para a *MAD*.

⁹ Conhecido artisticamente como Ota, Otacílio d’Assunção Barros é cartunista e quadrista. Nasceu no Rio de Janeiro em 1954 e formou-se em jornalismo pela UFRJ. Foi editor responsável pela revista *MAD* de 1974 a 2008.

inaproveitável aqui por se referir a seriados que não eram exibidos no Brasil ou a coisas tipicamente americanas). A solução encontrada foi publicar páginas produzidas aqui. As vendas da *MAD* continuaram estabilizadas até o início da década de 1980, quando a Vecchi entrou em crise e abriu falência. Em razão disso, a revista ficou mais de um ano sem circular nas bancas. Em 1984, a editora Record assumiu a sua publicação, que recomeçou do n. 1 e mudou o título para *MAD in Brazil*. Por volta de 1990, as vendas da revista começaram a baixar principalmente pelo surgimento dos jogos de computador e da internet, fatores que desviaram a atenção do público. A segunda edição da *MAD* sobreviveu até agosto de 2000, chegando ao n. 158. Em 2000, após três meses sem sair, a revista passou a ser editada pela Mythos. A terceira edição, que se intitula apenas *MAD*, vai até dezembro de 2006, chegando ao n. 46. A partir de 2008, depois de um período de mais de um ano sem publicação, a *MAD* é assumida pela editora Panini Comics¹⁰ (quarta edição), que comprou os direitos da revista. Os primeiros números são editados por Ota e Raphael Fernandes¹¹, no entanto, a partir do n. 8 apenas Raphael mantém-se como editor.

A versão brasileira da *MAD*, como a norte-americana, além de se referir aos grandes sucessos cinematográficos do momento, também aborda seriados, telenovelas e *realitys shows* exibidos no Brasil. Por tratar de diferentes tipos de acontecimentos ocorridos no mundo e no Brasil, a *MAD* consiste em um importante veículo que reflete a cultura de uma forma geral e, em especial, aspectos da cultura brasileira.

Em termos de composição, convém destacar duas características da *MAD*. A primeira diz respeito à arte, uma vez que todos os números são impecavelmente ilustrados: não se veem espaços em branco em suas

¹⁰ A Panini é oriunda da reunião, na Itália, de várias editoras que publicavam separadamente os títulos da Marvel Comics. A Panini Brasil Ltda tem sede em Barueri, SP, e é a atual responsável pela publicação dos quadrinhos da Turma da Mônica (a partir de 2007) e do Almanaque Clássicos do Bumerangue (almanaque que traz personagens de Hanna-Barbera como: Zé Colméia, Formiga Atômica, Maguila, Pepe Legal entre outros).

¹¹ Atual editor da revista humorística *MAD*, que já cuidava do material estrangeiro da revista antes de assumir esse cargo.

páginas. A segunda está relacionada à diversidade de gêneros do discurso que a compõe, como é o caso de alguns fixos (editorial, carta do leitor, história em quadrinhos, piada ilustrada, adivinha, tira, quadrinho, charge, cartum) e de outros que aparecem esporadicamente (guia, resenha, propaganda, conto, poema, teste, manual, dica).

No que diz respeito ao tipo de humor produzido, conforme veremos, a *MAD* apresenta-se de forma singular, traz um humor tosco, irreverente, agressivo e inteligente.

LINGUAGEM, ACONTECIMENTO E HUMOR

Sabemos que todo ato de comunicação implica sempre um propósito e que é, portanto, a partir dele que os sujeitos produzem uma manifestação linguística com o fim de obter efeitos específicos. Os textos de humor têm o propósito de divertir, mas o quê, de fato, pode explicar a constituição do efeito humorístico? No caso da revista *MAD*, vemos relações entre humor, linguagem e acontecimento.

Conforme Charaudeau (2009), a noção de “propósito” é melhor compreendida quando vista junto à de “universo de discurso”, a qual diz respeito ao aspecto referencial da linguagem, ou seja, “ao movimento da linguagem que, ao mesmo tempo em que está relacionado a um ato de troca, volta-se para o mundo para recortá-lo de uma maneira mais ou menos racional através de expressões languageiras e reconstruí-lo em categorias de sentido” (p. 94). Para o autor, “o mundo-objeto é construído em objeto-sentido” e o “propósito”, nessa fragmentação semântica do mundo, é o “objeto de compartilhamento do ato de comunicação” (p. 94).

O propósito, como componente do ato de comunicação e do contrato de informação midiática, inscreve-se num processo de construção do “acontecimento”. É ele que recorta o mundo segundo determinados interesses. Partindo dessas considerações, vemos que a noção de “acontecimento” está ligada às de “propósito” e “universo de discurso”, tendo em vista que se trata de algo que é sempre construído. Vejamos o que diz Charaudeau (2009):

[...] no mundo existem ou aparecem coisas, estas se configuram em estados, produzem-se modificações nos estados das coisas, mas tais fenômenos só adquirem existência significativa através da percepção-captura-sistematização-estruturação que deles faz um sujeito linguageiro; [...] dir-se-á que o olhar que estrutura o acontecimento é duplo: o olhar do sujeito ao produzir o ato de linguagem que transforma o acontecimento bruto em acontecimento significativo, e o olhar do sujeito interpretante que reestrutura o acontecimento previamente significado, segundo sua própria competência de inteligibilidade (p. 96).

Nesse sentido, entendemos que o interessante não é o acontecimento em si, mas sim o processo de construção/reconstrução do acontecimento, feito sempre por um sujeito que se auxilia da linguagem e tem propósitos. Conforme veremos, não é só essa noção de (re) construção do acontecimento que nos interessa aqui, mas podemos antecipar que ela explica muitas vezes o humor produzido nos gêneros discursivos da *MAD*.

Como observa Possenti (2010), a noção de “acontecimento” está ligada à Análise do Discurso tanto pela relação que ela estabelece com a enunciação (acontecimento que, contrário ao enunciado, não se repete¹²), quanto por sua estreita ligação com a História. Importa-nos, neste momento, a relação que o acontecimento mantém com a História, relação esta estabelecida por Foucault (1972).

De acordo com Foucault (1972), o estruturalismo não se opõe à História, mas tem com ela uma relação específica, visto que os “métodos estruturais permitem dar um sentido novo à noção de acontecimento” (p. 290). Para isso, não se pode encarar a História como uma disciplina e o historiador como aquele que interpreta o documento para apreender por detrás dele uma espécie de realidade social ou espiritual ali escondida.

¹² Essa definição tem como base Benveniste (1989) e Ducrot (1984), que veem a enunciação como acontecimento irrepetível.

dida. O que, na verdade, o autor destaca é que na História tradicional “considerava-se que os acontecimentos eram o que era conhecido, o que era visível, o que era identificável diretamente, e o trabalho do historiador era buscar sua causa e seu sentido” (p. 291), os quais estavam escondidos. A História serial permite identificar estratos de acontecimentos: os que são visíveis, conhecidos até mesmo pelos contemporâneos; e os que são invisíveis, imperceptíveis, que embora estejam debaixo daqueles, são um tipo completamente diferente deles.

Para tornar as considerações claras, Foucault (1972, p. 291-2) fornece exemplos dos tipos de acontecimentos mencionados. Segundo ele, a entrada e a saída de um navio são acontecimentos conhecidos. No entanto, por baixo, há outros, não percebidos exatamente da mesma forma pelos contemporâneos, mas dos quais eles tinham certa consciência, como uma queda ou um aumento de preços. E abaixo desses, é possível observar outros acontecimentos, como a inversão de uma tendência, o ponto a partir do qual uma curva econômica que tinha sido crescente torna-se estável ou entra em declínio.

Possenti (2010), partindo das considerações propostas por Foucault (1972), reflete sobre o modo como as noções de acontecimento são relevantes para uma teoria do discurso, destacando não só o acontecimento de que todos se dão conta (observável, datado), mas também aquele que pode ser concebido como “acontecimento discursivo”, menos visível.

Considerando o exposto e a análise das doze edições da *MAD* 2010, verificamos que, embora nem todo humor presente nos gêneros da revista seja “referencial”, a maior parte guarda relação com os acontecimentos mencionados acima.

Sendo uma revista mensal, em cada edição, a *MAD* satiriza (não só, mas também muitas vezes) acontecimentos que se sucederam no Brasil e no mundo durante o(s) mês(es) anterior(es)¹³. Trata-se, portanto, da referência a acontecimentos quase instantâneos que, se analisados em relação com a História, segundo os pressupostos de Foucault (1972),

¹³ Exceto a edição de janeiro de 2010 (n. 22), que faz menção às “piores cagadas de 2009” (p. 8-21).

consistem em acontecimentos “observáveis”, geralmente datados e de curta duração. A esse respeito, podemos citar como exemplos: a morte de Michael Jackson em 25 de junho de 2009 (“Quase canonizamos o Michael Jackson”, *MAD*, n. 22, janeiro de 2010, p. 9); o caso Geisy Arruda¹⁴, ocorrido em outubro de 2009 (“Agito no mercado: o caso Geise”, *MAD*, n. 22, janeiro de 2010, p. 20); episódios da copa do mundo 2010, especialmente da atuação do Brasil e das táticas de jogo do técnico do time nesse evento, o Dunga¹⁵ (“Perguntas sem respostas sobre a copa do mundo”, *MAD*, n. 27, junho de 2010, p. 12-14); o caso do ex-futebolista brasileiro, Bruno Souza¹⁶ (“Como se livrar de sua ex-namorada”, *MAD*, n. 29, agosto de 2010, p. 9); as eleições presidenciais no Brasil, ocorridas nos dias 3 e 31 de outubro de 2010 (“O bom, o ruim e o péssimo das eleições”, *MAD*, n. 31, outubro de 2010, p. 33-34); a crise do Grupo Silvio Santos¹⁷, instaurada em novembro de 2010 (“Dossiê Silvio Prantos”, *MAD*, n. 33, dezembro de 2010, p. 10-12).

O efeito de humor que se cria a partir do acontecimento visível passa pelo trabalho da construção de sentido de um sujeito de enunciação que o interpreta segundo seus propósitos, que percebe o que pode provocar saliência nesse acontecimento, instaurando o imprevisível. Ressalte-se, ainda, que a interpretação dos acontecimentos visíveis depende de um saber bastante preciso relativo a tais acontecimentos. Desse modo, se o acontecimento desaparecer da “memória” do sujeito leitor, o efeito de humor não se estabelece.

Além da menção a acontecimentos datados, observamos também

¹⁴ Geisy Vila Nova Arruda, de 20 anos, foi enxotada pela turma do curso de Turismo da Uniban de São Bernardo do Campo, SP, Brasil, porque foi assistir à aula trajando um microvestido rosa-choque. Depois desse incidente, ela também foi expulsa da universidade.

¹⁵ Campeonato do Mundo de Futebol FIFA que foi sediado na África do Sul de 11/06 a 12/07/2010. O Brasil perde nas quartas de finais para a Holanda, no dia 2 de julho de 2010.

¹⁶ O ex-goleiro do time do Flamengo é acusado de participar do sequestro e do assassinato de sua ex-namorada, a modelo Eliza Samudio, em julho de 2010.

¹⁷ Empresário e apresentador de um dos programas mais antigos da televisão brasileira, o programa Silvio Santos, entra em crise porque suas empresas, incluindo a emissora de TV SBT (Sistema Brasileiro de Televisão), são postas como garantia para salvar o banco do grupo, o PanAmericano, da falência.

nas edições da *MAD* de 2010 a referência, e sátira, a acontecimentos não datados, por isso, menos visíveis; são os “acontecimentos discursivos”, na perspectiva de Possenti (2010). Como exemplos desse caso, citemos: a crise econômica (“*MAD* vê a crise econômica”, *MAD*, n. 32, novembro de 2010, p. 14-15); a questão da segurança (“*MAD* vê a segurança nos aeroportos”, *MAD*, n. 22, janeiro de 2010, p. 24-25); obesidade (“A obesidade mórbida é boa quando...”, *MAD*, n. 32, novembro de 2010, p. 28-29); relacionamento (“As piores cantadas”, *MAD*, n. 28, julho de 2010, p. 17-19; “9 sinais inconfundíveis de que você não superou o pé na bunda”, *MAD*, n. 31, outubro de 2010, p. 14-15); curiosidade (“As maneiras de passar o tempo na sala de espera do médico”, *MAD*, n. 33, dezembro de 2010, p. 30-31); mundo digital (“Sexo virtual”, *MAD*, n. 24, março de 2010, p. 37; “*MAD* analisa o *Ipad* para vários estereótipos”, *MAD*, n. 29, agosto de 2010, p. 10-12; “*Twitters* da história”, *MAD*, n. 32, novembro de 2010, p. 20-21).

Ressalte-se que o efeito de humor produzido a partir de acontecimentos discursivos exige, para sua interpretação, a mobilização de conhecimentos de natureza diversa, como costumes gerais, mudanças de hábitos, cenas imemoriais.

O estudo das edições de 2010 da *MAD* nos revela que, dos acontecimentos ali retratados, poucos podem ser considerados por si sós engraçados, mesmo porque isso depende muito da ótica de como se olha para o acontecimento (há pessoas que podem considerá-lo mais trágico do que cômico). Um exemplo que talvez reflita esse caso é a história em quadrinhos que se refere à gafe de Vanusa ao cantar Hino Nacional em um evento promovido pela Assembleia Legislativa em São Paulo, Brasil, em março de 2009¹⁸ (“A Vanusa e o remix do Hino Nacional”, *MAD*, n. 22, janeiro de 2010). Convém, portanto, ressaltar que a maioria do efeito de sentido humorístico referencial, aquele que se constrói a partir

¹⁸ A cantora Vanusa, sucesso durante a Jovem Guarda, errou a letra do Hino Nacional ao cantá-lo durante um evento promovido pela Assembleia Legislativa de São Paulo, em março de 2009. Em vez de cantar “és belo, és forte, impávido colosso”, na quinta estrofe Vanusa cantou “és belo, és forte, és risonho e límpido”, palavras que fazem parte da estrofe anterior. Percebendo o erro, o público aplaudiu a cantora antes do fim do hino na tentativa de encerrar a apresentação, mas ela continuou cantando fora do ritmo.

de acontecimentos datados ou não datados, depende da reconstrução do acontecimento por um sujeito que se auxilia da linguagem e tem determinados propósitos. Como lembra Charaudeau (2009), “os fenômenos só adquirem existência significativa através da percepção-captura-sistematização-estruturação que deles faz um sujeito linguageiro” (p. 96).

Para finalizar essas primeiras considerações sobre a relação entre linguagem, acontecimento e humor, gostaríamos de destacar que o efeito de sentido humorístico, vinculado à linguagem e ao acontecimento, depende, para ser estabelecido, da memória discursiva do leitor da *MAD*, a qual se “constitui em torno de saberes de conhecimento e de crença sobre o mundo”¹⁹; trata-se de espaço de memória que constitui um corpo-sócio-histórico-cultural que guarda os acontecimentos exteriores e anteriores ao texto. Assim, para a produção do humor é importante o olhar do sujeito ao produzir o ato de linguagem que transforma o acontecimento bruto em acontecimento significativo/risível; e o olhar do sujeito interpretante que, para construir sentido, mobiliza, o tempo todo, um conjunto de saberes arquivados em sua memória, reestruturando o acontecimento previamente significado, segundo sua própria competência de inteligibilidade.

No próximo tópico tratamos de algumas técnicas responsáveis por gerar o humor, em especial daquelas que, de certa forma, explicam a construção da comicidade dos gêneros discursivos das edições de 2010 da *MAD*. Para encerrar, apresentamos uma análise, buscando articular os conceitos explorados neste texto.

O QUE SUSCITA O HUMOR NA *MAD*? ALGUMAS CONSIDERAÇÕES E UMA ANÁLISE

Quando a questão é entender como se constitui o efeito de humor, isto é, os recursos que explicam a comicidade, há, na literatura, alguns

¹⁹ Cf. CHARAUDEAU, Patrick. De la compétence sociale de communication aux compétences de discours. In *Didactique des langues romanes: le développement des compétences chez l'apprenant*. Louvain-la-Neuve: DeBoeck Université, 2001, p. 41-54.

estudiosos do assunto que observam diferentes categorias de análise do humor, enfocando questões que consideram merecedoras de atenção e que são importantes marcas para as suas teorias. Tomando como pressupostos alguns desses estudos – especialmente Possenti (1998, 2010), Travaglia (1992) e Carmelino (2009a, 2009b, 2011) –, constatamos que as causas do riso podem estar relacionadas a técnicas de ordem diversa, a saber, linguística, cognitiva, ideológica e cultural. Desse modo, de forma bastante simplificada, podemos dizer que o humor pode ser explicado tanto por mecanismos estritamente linguísticos, quanto por recursos extralinguísticos.

Dentre as técnicas observadas pelos estudiosos acima citados – que se ligam a questões de ordem linguística, mas também pragmáticas, textuais, discursivas, cognitivas e históricas – destacam-se: a fonologia, a morfologia, o léxico, a dêixis, a sintaxe, a pressuposição, a inferência, a variação linguística, a cumplcidade, a ironia, a mistura de lugares sociais ou posições de sujeito, a ambiguidade, o uso de estereótipos, a contradição, a especificação, a sugestão, a descontinuidade de tópico, a paródia, o jogo de palavras, a comparação, a metáfora, o quebra-língua, o exagero, o desrespeito a regras conversacionais, as observações metalinguísticas, a violação de normas sociais explícitas e o processo de referênciação.

Esses recursos convêm salientar, não podem ser considerados humorísticos em si, uma vez que eles não apresentam um uso só humorístico. Como afirma Travaglia (1992), o que faz com que esses mecanismos promovam o humor “é a existência de uma situação enunciativa classificada como humorística conscientemente pelos interlocutores e que deflagra ‘algo’ que faz com que aquilo que é dito ou acontece seja risível” (p. 57).

Analisando as edições de 2010 da *MAD*, observamos que várias técnicas são responsáveis por deflagrar o humor nos diferentes gêneros discursivos que compõem a revista, a saber: a *ambiguidade*, o *jogo de palavras*, a *sugestão*, a *paródia*, a *especificação*, a *violação das normas sociais explícitas*, o *exagero* e a *variação linguística*.

Embora esses recursos sejam comuns, o mais frequente é a *paródia*, mecanismo que consiste em aludir “ao original ridicularizando-o, normalmente pelo caricatural” (TRAVAGLIA, 1992, p. 62). Como a *paródia* sempre busca divertir, relacionando-se ao tema ou à forma do texto fonte que tem de ser reconhecido, vemos que essa técnica não só mantém relação com as noções de *acontecimento* e *memória discursiva*, como também depende delas para construir o sentido. Trata-se, a nosso ver, de uma técnica que consiste em um processo evenemencial, ou seja, em reconstruir acontecimentos. No caso das paródias que constam da *MAD*, se o leitor não identificar o “acontecimento” parodiado, recuperando-o em sua memória, o efeito de sentido humorístico não se constrói.

Sob a forma dos gêneros do discurso quadrinho, história em quadrinhos, conto ou tira, são paródias constantes das edições da *MAD* de 2010 as de:

a) **Filme:** *Bastardos Inglórios* (“Abestados Ilógicos”), lançado no Brasil em 10/2009 (*MAD*, n. 22, janeiro de 2010, p. 30-33); *Avatar* (“Ahvaidar”), lançado em 12/2009 no Brasil (*MAD*, n. 23, fevereiro de 2010, p. 12-15); *Alice no país das maravilhas* (“Alice no país das armadilhas”), lançado no Brasil em 04/2010 (*MAD*, n. 25, abril de 2010, p. 9-11); *Homem de Ferro 2* (“Imbromem de ferro 2”) que estreou no Brasil em 30/04/2010 (*MAD*, n. 26, maio de 2010, p. 40-41); *Karatê Kid* (“Cácarate Kid”; “Kara de Kibe”), lançado no Brasil em 06/2010, e *Toy Story 3* (“Toyota Story”), estreado em 07/2010 (*MAD*, n. 29, agosto de 2010, p. 13-15, 37-39); *Tropa de elite 2* (“Bosta de elite 2”), lançado no Brasil em 12/2010 (*MAD*, n. 30, setembro de 2010, p. 10-13).

b) **Programa de TV:** episódios do *reality show BBB 10* (Big Brother Brasil)²⁰ que foi exibido de janeiro a março de 2010 na Rede Globo (*MAD*, n. 24, março de 2010, p. 40-41); e do *reality show A fazenda*

²⁰ O *Big Brother Brasil 10* foi a décima temporada do programa de televisão exibido pela Rede Globo que estreou em 12/01/2010 e foi até 30/03/2010, tendo como vencedor Marcelo Dourado.

3²¹, exibido no Brasil de setembro a novembro de 2010 na Rede Record (*MAD*, n. 32, novembro de 2010, p. 10-13).

c) **Livro:** *Onde vivem os monstros* (“Onde chapam os monstros”), lançado no Brasil em janeiro de 2010 (*MAD*, n. 27, junho de 2010, p. 35-40).

d) **Jornal:** *Folha de São Paulo* (“Trolha de S. Paulo”), especialmente da primeira página do dia 15/10/2010 (*MAD*, n. 33, dezembro de 2010, p. 22-23).

A relevância da paródia nas edições de 2010 da *MAD* pode ser constatada tanto pelo critério de quantidade, quanto pelo de ênfase; uma vez que várias das paródias que aparecem em seções no corpo da revista são anunciadas na capa (como é o caso da paródia dos filmes *Avatar*, *Alice no país das maravilhas*, *Tropa de elite 2*, *karatê Kid* e do *reality show* *BBB 10* e *A fazenda 3*). Isso nos leva a inferir que a paródia é o recurso de produção do humor que representa a principal seção da revista ou o que motiva a existência de determinada edição. Vejamos abaixo alguns exemplos de capas da *MAD* 2010 para fins de comprovação.



Para ilustrar como os conceitos aqui tratados se articulam para explicar a construção do efeito de humor presente nos gêneros das edições da *MAD* 2010, tomemos como exemplo o cartum de Pablo Mayer e Denise Dambros, que consta da *MAD* n. 22 (janeiro de 2010, p. 12). Essa edição faz uma retrospectiva das “13 piores cagadas de 2009”. O

²¹ O *reality show A fazenda* consiste na versão brasileira do programa *The Farm*. Em uma fazenda, pessoas famosas (atores, cantores, modelos, personalidades da mídia) transformam-se em peões e enfrentam a lida na roça.

cartum em questão, que reflete a “cagada n. 4”, refere-se ao fato de a cidade do Rio de Janeiro (RJ, Brasil) ter sido escolhida como sede para os jogos das Olimpíadas de 2016, no dia 02/10/2009.



(MAD, n. 22, janeiro de 2010, p. 12).

Para construir o efeito de sentido humorístico do cartum acima, devemos levar em conta uma série de fatores. O primeiro deles é o conhecimento sobre o que vem a ser cartum (cartoon)²². O segundo é o conhecimento sobre o acontecimento a que o cartum se refere (a escolha do Rio como sede para os jogos das Olimpíadas de 2016), que, se analisado em relação com a História, segundo os pressupostos de Foucault (1992), consiste em um acontecimento “observável” (datado).

Podemos observar que o cartum em questão comporta uma parte verbal e outra não verbal. A verbal trata-se da paródia de algumas “modalidades esportivas” (“As novas modalidades”), como vemos em

²² O cartum é uma espécie de anedota gráfica; desenho humorístico e caricatural, com legenda ou não, destinado à publicação jornalística, que tanto pode satirizar comportamentos humanos, quanto focalizar um acontecimento atual, tecendo críticas sobre ele.

“Salto com varas para travestis” (referente a “saltos ornamentais”), “tiro ao alvo com turistas” (referente a “tiro”); ou de especificidades ligadas às modalidades, como em “Revezamento de *crack*” (“revezamento 4x100 metros”, referente à natação, ou simplesmente “revezamento”, referente à corrida). Em todos esses casos é nítida a reconstrução de cada um desses acontecimentos esportivos segundo os propósitos de um sujeito linguageiro que provoca um efeito de saliência e instaura o inesperado.

Várias são as técnicas que explicam a construção do humor das “novas modalidades” esportivas. Entre elas, citemos as mais sobressalentes:

a) **ambiguidade**: vista em algumas das modalidades, como em “2. **Revezamento de *crack***. Brasil é um forte candidato, e nem precisa saber jogar futebol!”, em que o termo “*crack*” significa “droga”, mas considerando-se a sua pronúncia, ele pode corresponder também a “especialista” (craque). Nesse caso, o duplo sentido deve-se ao jogo das palavras “*crack*/craque”.

b) **especificação**: vista na explicação ou comentário de cada uma das modalidades esportivas mencionadas, como no caso “6. **Sequestro relâmpago**. O país que realizar mais sequestros em uma hora ganha!”, em que o último enunciado esclarece, colocando em destaque, aspectos dessa modalidade.

c) **sugestão**: o aviso, ao final das modalidades, “Lembrando que para pegar o ouro, qualquer brasileiro consegue ser o mais rápido do mundo” sugere que brasileiro é o primeiro no crime, já que é o mais rápido do mundo para roubar (“pegar o ouro”).

d) **estereótipo**: as modalidades esportivas e o desenho humorístico e caricatural como um todo estereotipam o Rio de Janeiro como o lugar do caos e o brasileiro como malandro (bandido).

e) **violação das normas sociais explícitas**: o cartum escancara o que a norma da boa educação manda calar, depreciando especialmente o Brasil, o brasileiro e a segurança do país.

Todos os recursos aqui elencados só são capazes de promover o

efeito humorístico, considerando-se o conhecimento do leitor com relação à língua, ao acontecimento mencionado (Rio sediar as Olimpíadas de 2016), às modalidades esportivas que constam das Olimpíadas e às práticas de crimes mais comuns no Brasil. Assim, podemos dizer que, nesse caso, a construção do humor está fortemente atrelada a fatores linguísticos e extralinguísticos (especialmente os de ordem cognitiva, social, cultural, ideológico, histórico).

Debochado e agressivo, o humor presente no cartum visa denunciar escancaradamente a violência no Brasil, em especial no Rio de Janeiro (“5. **Tiro ao alvo com turistas.** E se forem atingidos, eles já ficam aptos para as paraolimpíadas”), a inexistência de policiamento eficaz ou a falta de segurança (“4. **100 metros com barreiras policiais.** Prova cancelada por falta de atletas!”) e o comportamento dos brasileiros (“8. **Boxe.** Brasil também é um forte candidato porque ganha todos os assaltos”).

As práticas sociais que caracterizam cada uma das modalidades esportivas retratadas no cartum – assaltos, sequestros relâmpagos, uso de drogas, balas perdidas – estão diretamente ligadas a acontecimentos discursivos importantes, como a violência e a falta de segurança no Brasil e os costumes do brasileiro. Cenas imemoriais que ajudam na construção de aspectos da cultura do país.

A partir de nossas reflexões sobre como se constitui o efeito de humor presente nos gêneros do discurso mais comuns das edições de 2010 da *MAD*, constatamos que o humor tosco, irreverente, ácido e inteligente é explicado, em geral, por técnicas de ordem linguística e extralinguística. Não é possível, portanto, entender a comicidade da *MAD* sem a mobilização de conhecimentos de natureza diversa, e, sobretudo, sem estabelecer conexão entre linguagem e acontecimento: conexão esta que não só elucida o grande sucesso da revista, mas também caracteriza a técnica humorística ali mais empregada, qual seja, a reconstrução do acontecimento selecionado, considerando seu potencial de atualidade, de socialidade e de imprevisibilidade. Em síntese, podemos dizer que o humor na *MAD* deve-se especialmente a um processo evenemencial. Reconstruindo acontecimentos visíveis ou refletindo acontecimentos

discursivos, a *MAD* consiste em um importante veículo que revela aspectos da cultura brasileira.

REFERÊNCIAS

BARROS, O. A. *História*. Disponível em: <http://www.micromania.com.br/mad/historia_1.htm>. Acesso em: 15 set. 2011.

BENVENISTE, E. *Problemas de Linguística geral II*. Tradução de Guimarães Eduardo. Campinas: Pontes, 1989.

CARMELINO, A. C. O texto humorístico: construção de sentido. In: VIDON, L. N.; LINS, M. P. P. *Da análise descritiva aos estudos discursivos da linguagem: a linguística no Espírito Santo*. Vitória: PP-GEL, 2009a, p. 105-122.

_____. As dicas-piadas do Casseta & Planeta: denúncia e liberação. In: LINS, M. P. P.; CARMELINO, A. C. *A linguagem do humor: diferentes olhares teóricos*. Vitória: UFES, 2009b, p. 21-35.

_____. Referenciação: recurso linguístico de deflagração do humor. In: XII SIMPOSIO INTERNACIONAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL, 12., 2011, Santiago de Cuba. *Anais...* Cuba: Centro de Linguística Aplicada, 2011, p. 29-33.

CHARAUDEAU, P. *Discurso das mídias*. São Paulo: Contexto, 2009, p. 94-103.

_____. De la compétence sociale de communication aux compétences de discours. In: *Didactique des langues romanes: le développement des compétences chez l'apprenant*. Louvain-la-Neuve: DeBoeck Université, 2000, p. 41-54.

DUCROT, O. O esboço de uma teoria polifônica da enunciação. In: *O dizer e o dito*. Campinas: Pontes, 1984, p. 161-218.

FOUCAULT, M. Retornar à história. In: *Ditos e escritos, II*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1972, p. 282-295.

MAD: revista mensal. São Paulo: Panine, n. 22-33, 2010.

POSSENTI, S. *Os humores da língua*: análises linguísticas de piadas. Campinas, SP: Mercado de Letras, 1998.

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

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