

O uso da figura do estereótipo nos programas de humor na televisão brasileira: uma análise linguístico-discursiva acerca dos efeitos de sentido humorístico em gêneros de humor

Use of the figure of the humor stereotype programs in brazilian tv: a linguistic-discursive analysis about the effects of sense of humor in humorous gender

Priscilla Chantal Duarte Silva

Universidade Federal de Itajubá, Brasil

E-mail: priscillachantal@unifei.edu.br

Recebido: 06/07/2016 – Aceito: 03/10/2016

Resumo

Os estereótipos são formas de pressupostos linguístico-discursivos mais ou menos padronizadas que circulam na sociedade, orientados pela cultura. Em geral, aparecem nas práticas de humor por ser uma modalidade na qual o jocoso permite que o discurso seja livre e aberto a quaisquer colocações semânticas. É nesse sentido que os estereótipos compreendem as formas humorísticas a fim de retratar o ridículo ou o diferente em vários aspectos. A importância deste estudo se dá pela investigação de como esses estereótipos apontam o humor ao mesmo tempo em que se consolidam ainda como preconceitos na sociedade. Sendo assim, partiu-se para uma investigação para a apreensão da construção e divulgação dos estereótipos e a influência desses na produção de humor da mídia nacional, em programas televisivos de humor, e evidenciar a influência dessa imagem na sociedade brasileira. Como aporte teórico, utilizou-se a teoria da semântica do humor de Raskin (1944), os postulados de Bobbio (2011), referente aos mais diversos tipos de preconceitos, defendendo a ideia de que há duas formas de preconceito: o individual e o coletivo, sendo este último o objeto de investigação deste estudo, pois pretende explicar por que o humor é construído sobre alguns estereótipos que são compartilhados socialmente e o discurso das mídias como mecanismo de persuasão, na obra de Charaudeau (2006). Foram feitas transcrições dos programas televisivos e análise discursivas para verificar a incidência da crítica humorística respaldada nos moldes estereotipados. Como resultado, pode-se constatar que em todos os programas selecionados a presença do estereótipo se fazia presente considerando os modelos: pobre, gay, gago, gordo e deficientes. Observou-se, pois, um modelo socialmente constituído dentro dos estereótipos

clássicos, o que permitiu concluir que o humor é também cercado de preconceitos, um reflexo da visão da sociedade, que embora perceba esses modelos, ri e se diverte sobre tais condições.

Palavras-chave: Estereótipo. Humor. Mídia brasileira. Semântica do humor. Discurso das mídias.

Abstract

Stereotypes are forms of linguistic-discursive assumptions more or less standard circulating in society, guided by culture. In general, they appear in the practices of humor to be a mode in which the jocular allows speech is free and open to any semantic placements. In this sense, the stereotypes include the humorous ways in order to portray the ridiculousness or different in many respects. The importance of this study is by investigation of how these stereotypes show the mood at the same time consolidate even as prejudices in society. Therefore, he went to an investigation for understanding the construction and dissemination of stereotypes and the influence of these in the production of humor of the national media, on television sitcoms, and show the influence of this image in Brazilian society. As a theoretical framework, we used the semantic theory of humor Raskin (1944), the postulates of Bobbio (2011), referring to the various types of prejudices, defending the idea that there are two forms of prejudice: the individual and the collective, the latter being the research object of this study, it is intended to explain why humor is built on some stereotypes that are shared socially and discourse of media as persuasion mechanism in the work of Charaudeau (2006). transcripts of television programs and discursive analysis were made to verify the incidence of humorous supported critical in stereotypical molds. As a result, it can be seen that in all programs selected the presence of the stereotype was present considering models: poor, gay, stammering, fat and disabled. There was thus a socially constituted model within the classic stereotypes, which concluded that humor is also surrounded by prejudice, a reflection of the view of society, that although notice these models, laugh and have fun on such conditions.

Keywords: Stereotype. Humor. Brazilian media. Semantics of humor. Speech of media.

1. Introdução

Humor e riso são manifestações da expressão humana de algum estímulo engraçado, proveniente de situações, histórias ou mesmo de pensamentos engraçados. Por ter um caráter subjetivo, muitas vezes, pode variar de pessoa para pessoa ou de cultura para cultura. Embora

tenha particularidades, é universal a capacidade de apreciar o humor. Independente de idade, sexo, *status* social, cultura ou época, é inerente à capacidade humana perceber algo como engraçado e rir disso (RASKIN, 1944). Porém, não existe necessariamente uma regra que determine se algo é engraçado ou conterà humor, tampouco a garantia de que as pessoas sentirão a sensação de riso. Sendo assim, se depende da natureza e da correspondência de cada um para com o estímulo, como os programas humorísticos trabalham com o humor na expectativa de gerar o riso? Pode-se dizer que por ser parte do comportamento e ter um crivo psicológico, o humor pode ser uma manifestação natural ou ser obtido por condições constituídas. No caso deste último, os programas de humor trabalham sobre aspectos já conhecidos para engendrar o efeito esperado.

Em outros termos, já é sabido e compartilhado socialmente o que ou do que as pessoas riem. Em geral, como aponta Raskin (1944), as pessoas riem do absurdo ou do exagero e da deformidade. Para Beeman (1999), o humor é a configuração de uma surpresa, a base de uma incongruidade. Dessa forma, os programas de humor buscam construir o humor dentro do que as pessoas normalmente vão rir, porém é necessário reservar uma dose de surpresa, seja na forma linguística ou imagética para que o riso se faça presente.

É bastante comum, encontrar nas formulações do humor, alguns modelos de crenças, valores, auxiliados com um determinado preconceito, pois, em geral, o pobre, gay, gago, gordo, macérrimo, a loira, bêbado, os deficientes e os estrangeiros de determinada etnia são alvos mais fáceis de ser destacados nas piadas. E com os programas de humor, isso não é diferente. Sob esse aspecto, pode-se dizer que o humor reserva em sua essência opiniões, ou nos postulados de Bobbio (2002), uma doutrina completa acolhida irracionalmente pela tradição. Para o autor, o preconceito consiste em uma opinião errônea tomada como verdadeira.

Em geral, constrói-se um modelo de generalização superficial sobre uma crença, uma ideia fixa. Assume-se, nesse caso, uma imagem de que um grupo é ruim, por exemplo, todos os italianos são grosseiros; todos alemães prepotentes, todos os turcos espertalhões, toda loira é burra, etc. A rigor, mesmo tendo consciência dessas opiniões, as pessoas riem porque sabem diferenciar a ficção do real, isto é, deixam de avaliar a raiz do preconceito para dar lugar ao riso. Nesse contexto, o objetivo deste estudo consiste em analisar no discurso do humor, presente em programas televisivos de humor da mídia brasileira, como o estereótipo aparece na formação do humor.

2. Discurso do humor

A origem da palavra é latina, humor, oris era o centro da medicina, desde Hipócrates, passando por Galeno, até os alquimistas da Idade Média. Por volta de 400 a.C., médicos e filósofos desenvolveram uma teoria de que o organismo do homem era regido por quatro humores (fluídos orgânicos): sangue, fleuma (secreção pulmonar), bílis amarela e bílis negra. Em linhas gerais, eles acreditavam que tais fluidos interferiam na personalidade e, sobretudo, no estado de espírito do homem. Logo, humorista era considerado o médico especialista que acreditava que a predominância normal de um dos humores era a causa das doenças. Consequentemente, quem tinha humores agradáveis era uma pessoa de bom-humor, logicamente, o oposto é válido para os mal-humorados. Obviamente, quem tivesse a noção equilibrada de ambos, teria o chamado senso de humor. Nesse sentido, o humor estava intrinsecamente ligado a um estado de espírito.

A partir de então, o humorismo passou por transformações semânticas até tornar-se na arte de descobrir a verdade, estabelecendo uma forma não linear de se descer ao fundo das coisas, de buscar a entender sua essência e revelá-la de maneira não convencional (PINTO, 2001). Segundo esse autor, o humor não está ligado, necessariamente, ao riso, sendo apenas uma das formas de manifestação do humor, pois “uma engraçadíssima comédia de teatro pode fazer rir o tempo todo e conter menos humor que uma trágica família real pintada por Goya” (PINTO, 2001, p. 26). Logo, pode-se compreender o riso como apenas uma das formas de manifestação do humor. O humor está ligado a uma forma de reflexão, isto é, antes mesmo de haver a manifestação do riso, acontece na mente a percepção do fator humorístico de modo que haja a reflexão, uma espécie de riso mental.

Como maneira não-convencional de revelar a realidade dos fatos, o humor pôde ser visto como algo proveniente da mente – um estado mental de construção humorística, como também de percepção dos elementos que a compõem. Sendo assim, deveria haver na linguagem alguma marca que o autor apontasse para formular, despertar riso e/ou reflexão. Raskin (1944), em sua teoria semântica formal do humor verbal, afirma que a percepção do humor verbal parte da ambiguidade; é deflagrada pela linguagem e resultante de uma profunda análise semântica. Nessa perspectiva, o autor destaca a habilidade do falante em perceber um texto como engraçado e a distinção entre uma piada e uma não-piada. Para isso, ele parte da discussão sobre a existência de *scripts*, definindo-o como a articulação de diferentes tipos de representações internas que o sujeito utiliza para a compreensão do mundo.

Sendo assim, os *scripts* compreendem as regras mentais que estabelecem modelos semânticos de representações do tipo “se...então”, tendo cada uma delas uma função e uma gênese particular. Nesse sentido, o sujeito constrói uma relação de sobreposição de dois *scripts*, um esperado e outro inesperado. Na verdade, os *scripts* nada mais são que textos que se justapõem para formar um único.

De acordo com essa teoria, o humor é desencadeado a partir da percepção do segundo *script*, composto pela incongruência ou violação da normalidade. Como representação mental, os *scripts* têm uma forte ligação com a referenciação, pois são compostos a partir da função proposicional que exercem sobre os referentes. Assim, eles se determinam os referentes sobre os quais se formará o humor.

Seguindo a noção de *script*, proposto por Raskin (1944), a teoria semântica do humor é baseada em três específicas categorias do humor verbal: sexual, étnico e político. Nessa concepção, não há nada de extraordinário no humor. As pessoas simplesmente escutam ou veem algo e riem. A pessoa percebe audível ou visualmente um estímulo engraçado, podendo ser tanto uma história como qualquer situação em geral que varie de ocasião para ocasião, de cultura para cultura, independentemente de idade, sexo, *status* social ou época. O humor ainda pode ser descrito como natural e em parte adquirido. Sob esse aspecto, Hazlitt (apud RASKIN, 1994) explica que as pessoas riem do absurdo, da deformidade, ou seja, o risível é produzido pelo que é estranho ou diferente a uma dada “normalidade” das coisas.

Levando para a condição do humor voltado para a comédia e o riso, a deformidade pode ser vista como centrada nos estereótipos. Assim, é bastante comum fazer piada sobre mulher bonita e “burra”; português por também ser considerado como “burro”; gogos, por não conseguirem falar de forma rápida; homossexuais que contenham trejeitos afeminados, imitando a mulher de forma exagerada, entre outros.

3. Estratégias linguístico-discursivas para a construção do humor e o uso da figura do estereótipo

A palavra “Estereótipo” é derivada do grego *stereós* (“sólido”) + *týpos* (“molde”, “marca”, “sinal”). Trata-se de um juízo de valor de preconcebidos, pré-conceitos que se tornam preconceitos. O preconceito do grupo é geralmente da maioria em relação a uma minoria. Assim, o preconceito é um reflexo/refração específica da sociedade (BACEGGA, 1998), portanto, é compartilhado socialmente.

Pode-se dizer que o estereótipo resulta de crenças compartilhadas, de uma espécie de intencionalidade coletiva em segregar um determinado grupo. Para Barthes (1963, p.71), o estereótipo é o “vírus da essência”; reduz as características de um povo a poucos atributos. Em outras palavras, reduz a verdade às crenças particulares, às representações distorcidas. “Os estereótipos, a exemplo de outras categorias, atuam como uma forma de impor um sentido de organização ao mundo social” (FILHO FREIRE, 2004, p.47).

O estereótipo é armazenado na memória e pode influenciar as percepções e os comportamentos subsequentes em relação a esse grupo e aos seus membros (BERNARDES, 2003, p.308). Nesse sentido, quando o estereótipo é utilizado, bem como reconhecido, como nos casos de humor, em que a figura do estereótipo faz parte do campo estratégico e linguístico-discursivo de produção linguageira, é ativado na/pela memória do interlocutor, o que pode levá-lo a perceber críticas e gerar comportamentos.

Como o estereótipo se estabelece como um padrão, a produção de humor ressalta e trabalha sobre os conceitos que regem o estereótipo. Dessa forma, não é difícil esperar que o riso aconteça, pois já é sabido do que as pessoas normalmente riem. Contudo, o que se questiona neste estudo é o fato de o riso ser provocado e estimulado sob os moldes de estereótipos.

Macrae *et. al* (1994) destacam que ao mesmo tempo em que o uso dos estereótipos ajudam a perceber o complexo mundo social, traz implicações infaustas a quem é vítima, uma vez que o sujeito pertencente ao grupo discriminado passa a ser rotulado pelo próprio estereótipo, gerando sofrimento para o sujeito desse grupo. Bernardes (2003) ressalta que embora haja campanhas de igualdade social, o preconceito ainda se perpetua na sociedade. No caso do humor, entretanto, os estereótipos são alvo do riso e, muitas vezes, nem é percebido como fontes de preconceitos, mas o que compõe a fonte estratégica do humor.

4. Análise da figura do estereótipo presente em programas de humor na televisão brasileira

A partir da leitura e análise das teorias estudadas para dar o embasamento científico a este estudo, foi possível perceber que nos vídeos selecionados para análise, retirados da mídia televisiva brasileira, sobretudo dos programas “Os caras de pau” e “Zorra Total”, o humor é

constituído por meio da linguagem jocosa dos personagens, o uso da imagem e exploração de crenças compartilhadas socialmente. Nessas, a presença dos estereótipos são marcadas pelas figuras: homossexual; pobre; estrangeiro; deficiente; gago; gordo; magro; a loira, como não proveniente de grande inteligência; político corrupto; bêbado; e a figura feminina, como objeto sexual.

O preconceito, para Bobbio (2002), com frequência nasce da superposição de uma desigualdade social a uma desigualdade natural. A questão feminina, a situação dos homossexuais, a condição dos doentes mentais, entre outras, são exemplos claros, nos quais, forçosamente, somam-se diferenças históricas e sociais àquelas oriundas da diversidade natural. O mesmo acontece em relação às diferenças linguísticas e religiosas, resultado de séculos de formação e transformação, produções sociais cujo ideal de universalidade é visto com otimismo embora não passe de utopia. Ressalta-se que a preocupação principal do autor é mostrar que o preconceito é um fenômeno social e é com este objetivo que ele recorre à noção de desigualdade natural e desigualdade social de forma pouco criteriosa.

Em geral, na figura do homossexual é comum encontrar a figuração feminina, isto é, normalmente é o homem vestido de mulher, com trejeitos afeminados, não o gay, em particular, mas o transformista, ou ainda, o que se conhece popularmente como “bicha”. No caso do pobre, a marginalização é apontada por sua característica, normalmente apresentando roupas surradas ou mal vestido, mal arrumado ou maltrapilho e tipicamente sujo. Nesses casos, o estereótipo é marcado por características que lembram a figura do mendigo. O gordo é visto, normalmente, como aquele sujeito louco por comida, sem modos e às vezes infeliz pela sua gordura sendo contrastado com um magro de beleza destacada. Nesse sentido, o estereótipo é construído em torno do gordo infeliz.

Em um dos programas “Os caras de pau”, por exemplo, um dos personagens afirma que “a corda sempre arrebenta do lado mais gordo”, em contraste com “a corda sempre arrebenta do lado mais fraco”. Sob esse aspecto, é possível observar que a troca lexical de “fraco” para “gordo” é intencional e pode gerar o efeito de sentido de que o gordo é uma pessoa que tem certa “fraqueza” ou desvantagem, pois, em geral, o gordo não é visto normalmente como uma pessoa fraca, mas “forte”. Quanto aos estrangeiros, o italiano, por exemplo, normalmente aparece representado por um temperamento forte e exaltado, lembrando o sujeito arrogante. Num dos episódios, isso é percebido como se segue:

Quadro 1: transcrição de falas em programa televisivo de humor – “Os caras de pau”

Personagem brasileiro 1: “Senhora, eu vim comprar ovos.
Personagem italiano: “Mas pra quê?”
Personagem brasileiro 1: “Ela só tem que vender, mas perguntou pra quê”
Personagem brasileiro 2: “É o seguinte, o meu amigo vai fazer uma massa e ele quer ovos e queria tomate também”
Personagem italiano: “Mas, <i>mamma mia</i> , mas vai misturar ovos com tomate?! Mas isso no norte da Itália é uma ofensa terrível! A única coisa que vai levar ovo aqui é você!”

Fonte: dados dos autores

Observou-se que, nesse caso, o humor é produzido pela surpresa de em vez de os ovos serem vendidos para os compradores, o vendedor os joga na cabeça deles. Além disso, não é esperado para o telespectador brasileiro que não se possa misturar ovo com tomate, algo cultural da Itália. No que concerne ao discurso, o caráter ríspido do italiano, normalmente conhecido como um estereótipo é observado pelo tom de fala, isto é, percebido pela prosódia do texto.

A figura da mulher como objeto sexual, muitas vezes, é explorada em programas de humor. Num dos episódios, “As olívias”, as personagens femininas apresentam o papel de mulheres intelectuais, cujos discursos são embasados em concepções filosóficas de alguma área do saber, em contraste com a imagem do parceiro do sexo masculino, que a vê apenas como objeto sexual.

No episódio de análise, observou-se que a intelectualidade feminina é ignorada, servindo como alvo de humor, em contraposição à figura masculina puramente sexual. No contexto do episódio, enquanto a mulher discute sobre questões filosóficas, o homem a impulsiona fisicamente para um ato de sexo oral, demonstrando que o interesse da figura masculina apenas para o objeto de desejo sexual e não ao discurso intelectual, deixando-a falando sozinha, como se pôde perceber no diálogo a seguir. Ambos os personagens, que formam um casal, estão assistindo a um filme num cinema.

Quadro 2: transcrição de falas em programa televisivo de humor – “As Olívias”

Personagem feminino: “-Essa visão realista do diretor fica mais clara no contexto do filme. Esse fundo antropológico, sociológico traz um viés hum...existencialista para a história., não? Com esses encontros e desencontros nesse mundo burguês que está se construindo na Itália do pós-guerra.

Personagem masculino: “-Eu não tinha pensado por esse lado não”

Personagem feminino: “- É aí que ele se encontra com Bergman. Impressionante! Porque ele começa a perceber umas sugestões heurísticas muito interessantes! Que tratam no fundo...” [momento em que o personagem masculino abaixa a cabeça da mulher em direção ao órgão genital masculino, indicando que o homem não está interessado no discurso da mulher]

Fonte: dados dos autores

Em se tratando de humor, pode-se dizer que o *script* que o gera se insere no momento em que o personagem masculino quebra a expectativa inclinando a cabeça da mulher para o órgão genital masculino, levando o telespectador a inferir que a mulher está falando demais sobre coisas que não são relevantes para o homem.

Nesse sentido, a figura da mulher é construída nos alicerces de um estereótipo social da imagem da mulher como objeto de desejo sexual masculino. No programa “Pânico”, por exemplo, o humor se respalda na relação corpo, objeto sexual e outro objeto, podendo ser uma tatuagem, a região de origem da mulher entrevistada ou qualquer forma de comparação.

O deficiente aparece algumas vezes como o sujeito que é passado para trás ou enganado por não ouvir ou enxergar com perfeição. Assim, o problema é contextualizado e cercado por características exageradas que levam ao riso. Em outros momentos, a figura do cego, por exemplo, é objeto de humor quando o cego evoca no discurso que está vendo ou visualizando alguma coisa, incitando a memória discursiva do telespectador a lembrar que se trata de um cego, conforme observado no diálogo a seguir:

Quadro 3: transcrição de falas em programa televisivo de humor – Show do Ceguinho em “A Praça é nossa”

Personagem cego: “Tudo beleza?”

Personagem 2: “Tudo.”

Personagem cego: “Eu fiquei muito feliz porque agora tem mais um humorista cego no Brasil trabalhando aqui na Praça”. (Tomada de turno do personagem 2). “E fazendo muito sucesso!”

Personagem cego: “Que é nosso querido Zé, então agora nós somos três humoristas cegos no Brasil: eu, o Zé e o Lula. Nossa!!! (Risos) Não é uma maravilha?! Isso é democracia”.

Personagem 2: “Ele não sabe de nada, coitado!”

Personagem cego: “O político é uma coisa que a gente tem que ficar de olho na política porque tem muitos políticos que nos deixaram muitas saudades, por exemplo, Clodovil. Clodovil foi um dos poucos políticos que a gente tinha certeza de que não tinha o rabo preso. (Risos) Íntegro...” (Risos)

Personagem 2: “É verdade”. (Risos)

Fonte: dados dos autores

Nesse caso, observou-se que no início da fala do personagem cego, há um elogio ao trabalho dos cegos em programas de humor, levando o telespectador a expectativa de que o discurso prosseguirá sobre essa temática. Contudo, ao listar o ex-presidente Lula como parte do grupo dos humoristas cegos, o personagem conta com a memória discursiva do telespectador para se lembrar de que um dos enunciados mais comentados na mídia brasileira, no momento em que Lula era presidente, era “Eu não sabia...”, referindo-se a posição de Lula frente aos escândalos de corrupção durante o seu tempo de governo. Sendo assim, o termo “Lula”, nesse episódio humorístico entra como o *script* que engendrará o humor, levando também o telespectador a entender a relação entre cego e Lula.

O personagem 2 destaca o velho enunciado de Lula, “Eu não sabia...”, confirmando a intenção do personagem cego em apontar a crítica ao discurso de Lula, dizendo: “Ele não sabe de nada, coitado!”. O termo “coitado”, nesse caso, ressalta a ironia do personagem 2 em afirmar que Lula realmente não sabia dos reais fatos que levaram aos inúmeros escândalos em seu governo. Nesse sentido, a inclusão no rol dos cegos e humoristas, leva o telespectador a refletir sobre a posição de Lula na política, levando a todos a lembrar dos fatos políticos do governo petista e Lula se fazer de cego, ou seja, não enxergar os problemas de corrupção, ao mesmo tempo em que também se enquadra no rol dos humoristas pelo fato de ter se tornado “piada” perante a imprensa, que muitas vezes o criticou por tal conduta.

No trecho “O político é uma coisa que a gente tem que ficar de olho na política [...]”, a expressão “ficar de olho” também gera certo humor, principalmente pelo fato de ser um cego pronunciando-o, pelo fato de não ser possível um cego ficar de olho, em se tratando de uma semântica literal do enunciado. Nesse caso, o humor é visto como a quebra de expectativa com o uso de termos que levam ao contraste de ideias ou mesmo a trocadilhos. A literalidade, nesse enunciado, foi contrastada com o fato de o personagem ser cego. Logo, quem é cego não tem como dizer “ficar de olho”, no sentido literal da expressão.

Ao destacar o político “Clodovil”, o personagem cego faz apologia à homossexualidade quando enuncia “Clodovil foi um dos poucos políticos que a gente tinha certeza de que não tinha o rabo preso”, levando o telespectador a relacionar a expressão “rabo preso” que produz o efeito de sentido de não ter culpa nem algum fato político que o condene, como também o efeito de ambiguidade de ter liberdade sexual por ser homossexual. Nesse caso, o termo “rabo” é que dispara o gatilho do humor, o *script* inesperado.

Em se tratando de política, o político corrupto é representado, muitas vezes, por qualquer político, isto é, a própria imagem “político” já traz consigo a bagagem semântica

estereotipada de corrupção, em função de inúmeros casos de corrupção envolvendo os políticos da sociedade brasileira.

O estereótipo não deixa de assinalar a visão de que o preconceito trata-se de uma opinião ou conjunto de opiniões implantadas socialmente por uma tradição. Constituem em crenças não racionais que julgam criticamente as mais diversas situações. O gago, por exemplo, embora não seja oficialmente considerado deficiente físico, é também visto com preconceito, pois é representado, normalmente, com um sujeito que por ter muitos problemas de ordem fonoaudiológica, é discriminado pela sua forma lenta de falar. Sendo assim, é criticado pelas frequentes repetições de sílabas e pela morosidade ao falar, isto é, pelo tempo de fala.

Em um dos programas “Pânico na TV”, dois apresentadores visitaram Solange, a gaga de Ilhéus, uma portadora de disfemia grave bastante conhecida na Internet. Ao perguntar para ela o site, foram usadas as repetições na tela, conforme eram pronunciadas as palavras, como em: “wwwweisso?pom.pom.comné?AAAAAmeagagadeilheusné?solangeagagadeilheus.pom.br”. Em outras passagens do programa, foi possível observar também que um dos entrevistadores ria enquanto perguntavam para a irmã de Solange, também portadora de disfemia grave, se ela gostava de aparecer em rádio e televisão. Como resposta, a irmã respondeu que sim, gosta de participar mas o “tutu” mesmo não aparece. Durante a fala dela, houve risos por parte dos interlocutores.

Contudo, não se sabe, necessariamente, se se trata do termo “tutu”, empregado como sinônimo de dinheiro, ou a forma como a pessoa falou. A rigor, o que se pôde constatar é que a repetição de sílabas ou palavras provoca certo incômodo em interlocutores não portadores da patologia e, muitas vezes, o riso aparece como uma forma de expor estranheza ao ouvir alguém falar de forma gaguejada. Sob esse aspecto, o estereótipo de “gago é engraçado” é reforçado nesse e em outros programas que usam a imagem do gago para provocar humor. Vale lembrar que, nesses casos, o preconceito é marcado pela estereotipia.

A figura feminina é também vista com preconceito em três instâncias: a primeira, no papel da loira, reconhecida como “burra” perante a sociedade, àquela que comete gafes de diversas formas; a segunda é a figura da mulher bonita, mas pouco inteligente. Nesse caso, semelhante à loira, porém com o impacto maior da beleza exterior, a popularmente chamada de “gostosa”; e a terceira, por sua vez, semelhante às duas primeiras é representada pela mulher como objeto sexual.

Em um dos programas “Mega Senha”, o humor foi constituído em torno da imagem da “loira burra”. Como se trata de um quadro em que a apresentadora diz uma palavra e pede

para o participante emitir outra de sentido equivalente que pertença a uma mesma categoria, por exemplo, “animal – cavalo”, “nome – Maria” etc. Num desses quadros, Babbi Rossi provoca o humor pelas trocas desconexas de sentido, como segue:

Quadro 4: transcrição de falas em programa televisivo de humor – “Mega Senha”

Apresentador: Babbi, a primeira palavra era Einsten
Babbi Rossi: Hospital
Participante: paciente
Babbi Rossi: Robert
Participante: O quê?
Apresentador: (Risos)
Babbi Rossi: Robert Einsten
Apresentador: É..Robert é irmão dele né?
Babbi Rossi: Robert? (Risos) Albert Einsten (Risos)
Participante pergunta para Babbi Rossi: Veado
Babbi Rossi: animal
Participante pergunta para Babbi: nome
Babbi Rossi: pula...
Apresentador pergunta para Babbi Rossi: Veadozinho da Disney. Qual é o veadozinho da Disney?
Babbi Rossi: Ah é o Micknkey
Apresentador: (Risos)

Fonte: dados dos autores

Nesse caso, pôde-se observar que ao enunciar “Robert” com uma categoria, gerou a impressão de que Babbi Rossi não sabia o nome de Einsten e, possivelmente, quem ele foi. Ao pular a categoria “nome”, a ignorância é ressaltada pelo estranhamento da participante e pelos risos da plateia, assim como em afirmar que Mickey Mouse, famoso personagem da Disney, não se trata de um rato, mas de um veado. Dessa forma, é possível verificar que o humor realmente se encontra na incongruidade, como aponta Raskin (1944), no *script* que subverte o sentido para outro lugar.

Não é de se estranhar que Bobbio (2011) aponta os estereótipos como preconceitos socialmente construídos, ou seja, preconceitos coletivos por serem compartilhados por um grupo social. Na raiz de todo estereótipo está a discriminação, que vai sempre contra os fundamentos de justiça e cidadania. Então por que se ri dos estereótipos? A resposta para essa pergunta está centrada na separação entre o que se considera sério e o que é piada. Sendo assim, é possível rir da “desgraça” de alguém quando se sabe que não se trata de algo sério ou

real, mas construído semanticamente no discurso como forma de humor. Assim, é a subversão que torna possível o humor sobre as mais diversas condições.

5. Considerações finais

A partir deste estudo foi possível compreender como os estereótipos são formados no seio da sociedade brasileira e a influência desses na produção de humor da mídia nacional. Observou-se de maneira clara como os brasileiros reagem às crenças coletivas e como compartilham entre si dessas crenças em situações de humor e riso.

Verificou-se que o riso está atrelado ao humor e que este é constituído por estratégias semanticamente estruturadas em modelos de scripts, nos quais a subversão de sentido e as quebras de expectativas geram estímulos para o gatilho do humor. Com isso, pode-se perceber a forma intencional do humor e como os estereótipos, fundamentados em preconceitos coletivos estão presentes em cada tipo de humor.

Contudo, notou-se que é algo inerente à construção humorística, uma vez que é comum rir dos mais variados temas, sejam cercados de estereótipos ou não, tratar de problemas graves ou não. O que se pode concluir é que a estratégia semântica ultrapassa os limites e as leis humanas. Tudo é permitido e possivelmente risível, desde que não seja algo tão sério como a vida real.

Referências

- BACCEGA, Maria Aparecida. Os estereótipos e as adversidades. **Comunicação & Educação**. São Paulo, n.13, set./dez. 1998, p. 7-14.
- BARTHES, Roland. **Mythologies**. Paris: Seuil, 1963.
- BEEMAN, William. Humor. **Journal of linguistic anthropology**. Vol:9 iss:1-2, 1999, p.103-106.
- BERGSON, Henri. **O Riso**. 2. ed. Presses Universitaires de France, Paris, 1978.
- BERNARDES, Dora Luisa Geraldês. Dizer «não» aos estereótipos sociais: As ironias do controlo mental. **Análise Psicológica**, 3 (XXI), 2003, p. 307-321
- BOBBIO, N. A Natureza do Preconceito In: **Elogio da Serenidade e Outros Escritos Morais**. Trad. M. Nogueira São Paulo: Editora UNESP, 2002. p.103-118

FREUD, Sigmund. **Os chistes e sua relação com o inconsciente**. Coleção Sigmund Freud nº 08; Ed. Imago, 2006.

FILHO, João Freire. Mídia, estereótipo e representação da minoria. **Eco – pós**, v.7, n.2 agosto-dezembro, 2004, p.45-71.

MACRAE, C. N., BODENHAUSEN, G. V., MILNE, A. B., & JETTEN, J. Out of mind but back insight: Stereotypes on the rebound. **Journal of Personality and Social Psychology**, 67, 1994, p. 808-817

POSSENTI, Sírio. **O Humor da Língua: Análises Lingüísticas de Piadas**. Campinas, SP : Mercado de Letras, 1998.

RASKIN, Victor. **Semantic Mechanisms of Humor**, 1985.

SILVA, PRISCILLA C. DUARTE. **A intencionalidade discursiva: Estratégias de humor crítico usadas na produção de charges políticas**. Disponível em: <http://bibliotecapucminas.br/teses/Letras_SilvaPC_1.pdf> Acesso em: 12 dez. 2013.