

Politicamente (in)correto: do léxico para os gêneros do discurso

Prof. Dr. Rony Petterson Gomes do Vale¹ – UFV

Resumo: Tendo por base a ideia de que os **gêneros são tipos de enunciados relativamente estáveis** e adaptáveis às necessidades de uma determinada comunidade discursiva em uma dada época, neste trabalho propomos discutir os limites entre aquilo que é considerado **politicamente correto** e aquilo que não o é, ou melhor dizendo: **o politicamente incorreto**. Nesse passo, desejamos demonstrar que o problema do politicamente (in)correto vai além da questão lexical – muito embora seja o léxico o primeiro lugar onde se pode evidenciar os efeitos nefastos dessa “censura branca”. De fato, diremos que tal “censura” interfere não somente na utilização do signo cujo uso é/foi “condenado” ou do uso do seu “substituto” considerado politicamente correto – o que, por vezes, também gera efeitos de humor –, mas também na reorganização tanto dos mais diversos campos discursivos quanto dos contratos de comunicação, principalmente no que diz respeito às coerções e às estratégias discursivas. Em nossa discussão, por conseguinte, tratamos das querelas entre a antiga geração de humoristas (herdeiros do circo e do teatro de revista) e os novos humoristas (antenados como os modernos meios de comunicação de massa, desde os telefones celulares até os vários canais de TV por assinatura e da internet). Esses novos humoristas, podemos dizer, de certo modo, fazem o discurso humorístico, ao contrário do que se pensa, buscar matéria prima (forma e/ou conteúdo) em outros tipos de discurso, como, por exemplo, o publicitário e o político.

Palavras-chave: politicamente (in)correto; coerções sociodiscursivas; atos de comunicação humorísticos; gêneros do discurso.

Introdução

O movimento **politicamente correto**, de acordo com Pondé (2012, p. 29-31), pode ser definido como “uma mistura de covardia, informação falsa e preocupação com a imagem”. Ainda de acordo com autor, esse movimento tem sua origem num “ramo” do pensamento de esquerda americano que, a partir dos fins dos anos de 1960, assume uma espécie de programa político em defesa das minorias (negros, na década de 1960; gays, a partir da década de 1980), procurando desenvolver um “mal-estar” com relação ao “mau” tratamento dado a esses grupos na vida social comum. Assim, tal programa muda o foco da ação da esquerda da revolução pelo proletariado para uma acomodação do *status quo* desses grupos minoritários, em ascensão econômica e social, ao capitalismo, gerando, para esse fim, leis e políticas públicas que possibilitem a realização do processo. Atualmente, continua Pondé (2012, p. 31), o politicamente correto “se caracteriza por ser um movimento que busca moldar comportamentos, hábitos, gestos e linguagem para gerar a inclusão social desses grupos e, por tabela, combater comportamentos, hábitos, gestos e linguagem que indiquem uma recusa dessa inclusão”.

Diante disso, discutiremos, nesse trabalho, o alcance do **politicamente (in)correto** no que se refere ao humor. Primeiramente, apresentaremos como o campo do humor se organizou/organiza em relação a essa “censura branca”. Em seguida, falaremos de como o

¹ PHD em Linguística pela UFMG. Professor Adjunto I da Universidade Federal de Viçosa, Centro de Ciências Humanas, Departamento de Letras. ronyvale@gmail.com

politicamente (in)correto pode se materializar na língua e no texto. Por fim, apresentarmos algumas estratégias que alguns humoristas utilizam para driblá-lo.

1. Um embate entre humoristas e um novo humor

Em todo campo discursivo é possível verificar um conflito entre diferentes **posicionamentos** e, como sugere Maingueneau (1999, p. 49-50), isso é uma tentativa de retorno às “ideias primeiras” – como, por exemplo, o Belo, a Verdade, a Literatura, a Política, o Divino etc. – que alguns posicionamentos dentro de um mesmo campo discursivo teriam desfigurado, esquecido ou subvertido. No campo do humor, não seria diferente: um embate entre diferentes gerações de humoristas gira também em torno de um reestabelecimento da essência do que seja o humor, o humorismo, a comédia, enfim, o *fazer rir*. Nesse sentido, para Ziraldo (cf. PINTO, 1970), por exemplo, todo humorista pode vir a se tornar um *risista* (aquele que busca **fazer rir** a qualquer preço), mas o contrário nem sempre é possível de acontecer, o que, de certo modo, afastaria Ziraldo e sua geração de todo um grupo de humoristas e de comediantes que se estabeleceram nas “zonas suburbanas” da literatura, nos tempos áureos do rádio e nos primórdios da TV.

Diremos que essa diferenciação proposto por Ziraldo se deveu, principalmente, às inovações tecnológicas que geraram outras formas de mídia e de finalidades aferidas ao humor nos meados do século XX. A questão que se coloca é que essas inovações não se estagnaram e, no final do século XX e início do XXI, acabaram por possibilitar o surgimento de novas formas de mídias (como, por exemplo, as TVs “fechadas”, ou por assinatura, e, principalmente, a internet, com a disseminação de vídeos caseiros com *sketches* humorísticos, de animações satíricas e de montagens cômicas em sites como, por exemplo, o *Facebook* e o *Youtube*) que viriam a gerar uma **nova geração** de humoristas que, nos dizeres de Veríssimo, “se livra da velha tradição do circo, do teatro de revista e da caricatura grotesca, como ainda se vê no *Zorra Total*. Independentemente, claro, dos gênios do velho estilo, como Chico Anysio” (VERÍSSIMO, 2013, p. 40).

Na visão Madureira² (*apud* MARTINHO, 2013, p. 63), esse “novo humor” é consequência de uma crise de criatividade humorística, resultante de uma nova forma de **censura branca** fundamentada no **politicamente correto**³. Tal censura, ainda segundo Madureira, é responsável pelo estabelecimento de leis e de processos por difamação que, por detrás, não teriam somente objetivos moralistas a favor de minorias, mas também certas finalidades financeiras⁴:

Essa patrulha do moralismo também tem fins lucrativos. Hoje fundar uma ONG em defesa dos anões caolhos gera dinheiro e é preciso justificar esse dinheiro. Essas representações são muitas vezes questionáveis, veem preconceito em tudo. (MADUREIRA *apud* MARTINHO, 2013, p. 63)

² Marcelo Madureira é humorista, um dos principais integrantes do grupo *Casseta & Planeta*.

³ Especificamente em relação ao humor, Aubert (2013, p. 104) adverte que o que está em jogo é o próprio futuro do riso, uma vez que “o problema maior não é a liberdade de reclamar de algo que se considera ofensivo; a coisa complicada é quando o politicamente correto vira lei e passa a comprometer a liberdade de expressão. Se esse ímpeto coercitivo não for refreado, ele poderá impedir, no limite, que qualquer cartum seja desenhado, que qualquer livro seja escrito, qualquer filme seja filmado [...]. O politicamente correto, à solta e legalizado, acabará por impedir, no fim das contas, o riso.”

⁴ Em relação aos processos do programa CQC, Tas (*apud* HAMA, 2013, p. 100) acredita que a questão não somente gira em torno de objetivos lucrativos, mas também que ela possui motivação política, pois, segundo o humorista, o objetivo de se processar o programa seria evitar que, na campanha eleitoral, perguntas “pontagudas” sejam feitas a determinados candidatos de conduta política e social duvidosa.

Somado ao **politicamente correto**, uma hipótese sugere que esse novo tipo de humor e essa nova geração de humoristas são resultados, em maior ou menor medida, da introdução da cultura norte-americana do *stand-up* no cenário humorístico brasileiro, que, de certo modo, proporcionou, na mente desses humoristas, o direito a certos excessos de liberdade discursiva fora do espaço dos palcos, como, por exemplo, a zombaria ofensiva e gratuita, a chularia, a excrementícia etc. Tas⁵ (*apud* HAMA, 2013, p. 98), por sua vez, acredita que o humor, por si mesmo, é que fornece tais licenças, pois, quando se joga com o humor, pode-se colocar as pessoas despidas; no entanto, admite: “sou muito mais processado hoje do que no regime militar, e por razões muita mais ridículas”. Gentili⁶ (2012, p. 6) admite que nunca foi censurado na TV, “mas é óbvio que alguns temas são mais fáceis de se trabalhar no teatro”.

Quanto a essas condições de produção impostas pela sociedade aos profissionais do riso, Madureira (*apud* XAVIER, 2011) é mais categórico: “quando você ofende alguém, é porque não houve graça, falhou”. Alvo de inúmeros processos por ofensa, Gentili (*apud* MARTINHO, 2013, p. 63) procura relativizar a questão, fundamentando-se na história do humorismo brasileiro: “todo mundo fala de Chico Anysio e Jô Soares como se eles fossem santos, nesse sentido”. [...] Mas eles faziam piadas sexistas, zoando homossexuais, raças e credos”. De um ponto de vista, digamos, quantitativo, Tabet⁷ (2013, p. 20) assume que “o que vai salvar o humor da polêmica é ele ser engraçado, ser bom. Se for ofensivo, pode até ter alguém que ria, mas muita gente não vai rir. E o que a gente busca é isto: quanto mais gente rindo melhor”.

Como podemos depreender do exposto até aqui, os posicionamentos e as discussões **sobre o que é e como se faz** humor alternam de acordo com as condições de produção⁸ do Discurso Humorístico (doravante, DH) e, por que não dizer, das condições de mercado criadas por uma sociedade. Assim, no que se segue, procuramos ver como o DH reflete tais condições e, ao mesmo tempo, como os humoristas, influenciados pela cultura *stand-up* e pelo **politicamente (in)correto**, “jogam” com as coerções sociais e sociodiscursivas estabelecidas, atualmente, na sociedade brasileira.

2. O politicamente (in)correto na língua e no discurso

Fruto da escola americana de humor, o *stand-up* é um tipo de espetáculo apresentado por um único humorista (*one man show*) de cara limpa (sem maquiagem) e em pé (por isso, *stand-up*), e, normalmente, realizado em teatros, cinemas, casas noturnas ou bares. Na maioria dos casos, não são utilizados nenhum dos artifícios da arte dramática, como, por exemplo: cenário, figurino, sonoplastia, trilha sonora, personagens, entre outros. No palco, o humorista tem grande liberdade para dizer aquilo que lhe vem à mente, utilizando-se de vários recursos (verbais e miméticos) e de quaisquer temas (política, sexo, excrementícia, religião, casamento etc.), contanto que faça rir. Enquanto gênero, algumas regras são estabelecidas como a não interpretação de personagens e, principalmente, a não utilização de piadas ou de “causos” já conhecidos, pois, como afirma Gonzaga⁹, “a força está no texto. Muitas vezes, o público

⁵ Marcelo Tas é ator, humorista, apresentador e diretor do programa humorístico CQC da Rede Bandeirantes de TV.

⁶ Danilo Gentili é humorista *stand-up*, fez parte do programa CQC e, atualmente, divide, com o *Programa do Jô*, o horário nobre dos programas no molde *talk-show* com o seu *Agora é Tarde*, pela Rede Bandeirantes de TV.

⁷ Antônio Tabet é humorista, blogueiro e criador do site humorístico *Kibe-Loço*. Atualmente, é um dos responsáveis pelo canal de *sketches Porta dos Fundos*.

⁸ Cf. VALE, 2013, parte II, cap. 03 e 04.

⁹ Cláudio Torres Gonzaga é humorista e, na época da matéria, era redator chefe do programa do *Zorra Total* da Rede Globo de TV.

aplaude mais uma observação inteligente, com que ele se identifica, do que o engraçado” (apud MENDONÇA, 2007). No entanto, essas regras, como ridiculariza Marrom¹⁰, nem sempre são obedecidas e, por vezes, também servem de motivo de piada:

Falá pra vocês o que é o *stand-up*: o *stand-up* é isso aqui... a pessoa chega aqui e fala o que tiver na cabeça dela, importante que seja engraçado... que arranque risada, não é isso? Isso é o *stand-up*. Mas tem algumas regras. Sabe que não pode ter um cenário [...], por exemplo, se eu colocar um peruca, deixa de ser *stand-up* e passa a ser *personagem*. Isso é uma pequena aula que eu tô dando pra vocês, viu... Quiser botar um jaleco branco, por exemplo, e quiser fazê um médico alemão... não! alemão, não... médico. Ah... não pode, sabia? E uma das coisas que é abominável no meio *stand-up* é contar uma piada que já existe. Isso mata qualquer um que é do meio *stand-up*, mata de raiva, não pode! É regra. Mas, como diz no ditado, que “quando não caga na entrada, caga na saída”... eheheh... Eu vou sair com uma piada que já existe. E que se foda o *stand-up*!.. E suas regras.¹¹

Autoderrisão, uso de termos chulos, quebra das coerções do gênero: tudo é matéria para fazer rir. No *stand-up*, não há a proteção da máscara do palhaço ou da personagem, sob a qual o ator cômico poderia se esconder: “não fui eu quem disse aquelas barbaridades; foi a personagem”. O humorista está totalmente exposto: seu *ethos* prévio e discursivo se consubstanciam, e o seu discurso, quando relatado pela mídia, por vezes, não é devidamente contextualizado, o que resulta em dificuldades – às vezes, jurídicas – para desqualificar certas acusações de racismo, homofobia, machismo etc. E, como a base do *stand-up* é o texto verbal, a linguagem se volta para uma tendência do humor americano e mundial, ou seja, para o **politicamente incorreto** (OLIVETTO, 2003, p. 33).

Com base em Possenti (1995, p. 125-129), podemos dizer que uma linguagem politicamente incorreta é perceptível a partir de formas linguísticas que veiculam, com maior ênfase, ideias de segregação de classe, de raça, de sexo etc. Nessa linha de raciocínio, a utilização dessa linguagem pode acarretar, entre outras coisas: i) tornar o vocabulário de determinada língua marcado em relação a qualquer grupo discriminado (por exemplo, negro, gay, sapatão, gordo, bicha etc.); e ii) fazer com que os sujeitos produtores de práticas discursivas que utilizam, consciente ou inconscientemente, essa linguagem sejam julgados como preconceituosos (machistas, homofóbicos, racistas...) a partir dos efeitos sentidos que possam ser depreendidos na/pela enunciação de tal vocabulário.

Numa tentativa de reverter essa situação, os partidários de uma linguagem **politicamente correta**, conforme explica Possenti (1995, p. 131; 138), acabam caindo, do ponto de vista linguístico, em erros banais, como, *verbi gratia*, propor a substituição do termo marcado por outro – teoricamente, não marcado –, pois se “considera que a troca de palavras marcadas por palavras não marcadas ideologicamente pode produzir a diminuição dos preconceitos”; entretanto, se o preconceito existe, é somente porque a sociedade gera condições para que o preconceito e os discursos que o justificam aconteçam.

À reboque dessa substituição, se segue, muitas vezes, a inexistência na língua de um termo sinônimo, criando, como sugere Possenti (1995, p. 139), “eufemismos de certa forma cômicos, ou verdadeiras definições”, como, por exemplo, “indivíduo casado com atividade

¹⁰ Marcelo Marrom é um humorista *stand-up* cuja principal característica discursiva é a utilização da autoderrisão pelo fato de ser negro. Com isso, Marrom é alvo de inúmeros processos legais por prática preconceituosa contra brasileiros afrodescendentes.

¹¹ *Comedy Central Apresenta Stand-up* com Marcelo Marrom. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=014FjRwzFFk>>. Acesso em: 14 mar. 2013.

sexual paralela” e “prestadora de serviços sexuais” em vez de adúltero e de prostituta, respectivamente. Ou seja, o politicamente correto se torna politicamente incorreto dependendo da visada impressa no enunciado pelo sujeito:

Oh, desculpa! Eu não sei fazê esse negócio de *stand-up*... Tô meio nervoso, não tô acostumado a falá no microfone; na verdade, tô aqui só para cumprir a cota de negro no elenco... Queria fazê um protesto: que é muito difícil ser negro no Brasil, é muito difícil ser negro nesse País; tem país que mais fácil você ser negro... Tipo, sei lá: Nigéria, Angola... Uh, hu! Lá só dá *nóis*! Mas aqui é muito preconceito contra o negro. Negro, não! Que agora mudou, vocês tão sabendo? Agora, não pode mais chamar o coleguinha de negro, de preto; agora vocês são obrigados a me chamar de? [“**Afrodescendente!**” – responde a plateia] É... agora sim... é um puta respeito comigo, cara. Eu passo na rua e as pessoas falam: “Afrodescendente, só faz merda hein!”¹²

No caso do DH, para além do uso restrito de um vocabulário, a cultura do *stand-up*, com toda sua liberdade discursiva, e a **linguagem politicamente incorreta**, confusamente cerceada pelo **politicamente correto**, influenciam a própria estrutura dos gêneros do humor e a posição do humorista e dos demais sujeitos do riso dentro da sociedade. Isso porque, numa sociedade midiaticizada como a nossa, mesmo os humoristas acreditando que estão “protegidos” pela condição de espetáculo do *stand-up* restrito ao teatro, ao cinema, às casas noturnas... seus enunciados politicamente incorretos acabam, por vezes, “vazando” para a mídia aberta (TV, rádio, jornais, internet etc.) em forma de **discurso relatado** (direto livre, indireto, indireto livre). Com efeito, o que se pode perceber é que, nessa situação, certos humoristas, de forma mais ou menos premeditada, fazem dessa reutilização de seus enunciados estratégias discursivas. Essas estratégias, além de mantê-los em evidência no cenário humorístico nacional, fazem desses humoristas alvos de interesses comerciais de grandes marcas e corporações nacionais e internacionais. Vejamos.

TAS: — Gente, que bunitinha que tá a Wanessa Camargo, grávida... isso...
RAFINHA BASTOS: — Comeria ela e o bebê!
TAS: — Mas... que isso?
RAFINHA BASTOS: — Tô nem aí! Tô nem aí!
TAS: — Aliás, esse bebê vai ser sortudo... Esse bebê vai ser acalentado por vozes...
RAFINHA BASTOS: — Ah, de cantores da família... Mas tá aí um bebê que vai dormir rápido. Os cara chega pra ele e diz assim: “Ou você dorme agora, ou a gente vai cantá... É o Zezé de Camargo... Ó!”¹³

O excerto acima é um fragmento do programa humorístico CQC, exibido em horário nobre (22h) na Rede Bandeirantes de TV. Formato importado da Argentina, esse programa é liderado por Marcelo Tas que recruta, no cenário nacional, outros humoristas para compor uma equipe em prol de um humor moderno que a crítica, atualmente, considera como inteligente. Numa bancada, os principais do programa (sempre Tas e mais dois humoristas reconhecidos) comentam e criticam os principais fatos do País e do Mundo, da TV e do entretenimento. No entanto, a edição do dia 29 de setembro de 2011 ficaria conhecida como a última da qual Rafinha Bastos participaria.

¹² *Comedy Central Apresenta Stand-up* com Marcelo Marrom. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=014FjRwzFFk>>. Acesso em: 14 mar. 2013.

¹³ Fragmento do programa CQC. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=41THTgLWYDc>>. Acesso em: 24 nov. 2012

Humorista do meio *stand-up*, Rafinha Bastos, antes mesmo do enunciado “comeria ela e o bebê”, já era considerado um dos novos humoristas mais polêmicos e também mais bem sucedidos do Brasil, lotando shows por onde passava. Alvo de processos pelos membros da família Camargo, Rafinha foi obrigado a deixar o programa CQC, uma vez que pessoas influentes intervieram perante a diretoria da Rede Bandeirantes, pedindo sua “cabeça” pelo “caco” de enunciado politicamente incorreto (cf. XAVIER, 2011). Todavia, o que parecia ser o fim para Rafinha, se mostrou o início de uma rentável estratégia (discursiva) para angariar fundos para esse **bobô da corte moderno**. Poucos meses depois de deixar a Rede Bandeirante, Rafinha assina um contrato milionário com o canal por assinatura FX (filiado à americana FOX ENTERTAINMENT GROUP) no qual o humorista transforma em “piada” os próprios problemas com a arte da comédia, principalmente seus processos na justiça e seus desafetos declarados. Para termos uma ideia de como funciona o programa, o *teaser*¹⁴ promocional de *A vida de Rafinha Bastos* se mostra providencial. Nesse *teaser*, são apresentados, dentro de um elevador, uma grávida (sósia da cantora Wanessa Camargo) e o humorista, ambos em silêncio. Quase mortal para a *pseudo* Wanessa, o silêncio cria uma tensão, um mal-estar, enquanto o elevador vai subindo os andares. No nosso modo de ver, a instauração do silêncio no *teaser* é significativo, pois, como assevera Mello (2002, p. 87-88), o **silêncio** “fala tanto ou mais que as palavras, tornando-se uma forma estratégica de expressão e até mesmo uma tática de comportamento deliberado”. Ou seja, além de mostrar o desconforto que o enunciado de Rafinha causou a todas as mulheres grávidas do País, a presença do silêncio no *teaser* ganha função de estratégia discursiva: a ausência de enunciado é uma forma de remissão não somente ao “comeria ela e o bebê”, mas também a toda repercussão gerada com esse enunciado.

Ainda sobre as “artimanhas” de Rafinha (sátiro) Bastos, podemos dizer que elas vão muito mais além. Considerado um dos “twiteiros” mais influentes do Mundo pelo *New York Times* (cf. HONORATO, 2011), Rafinha Bastos faz de seu *Facebook* e do seu *microblog* uma arma contra tudo e contra todos. Por exemplo, diante do caso de um apresentador da Rede Globo de TV pego em uma blitz policial contra o uso de álcool na direção, Rafinha diz:

Luciano, você bebeu antes de dirigir. Fez merda. Mas não se preocupe: Para a maioria do país, comunicador FDP não é aquele coloca a vida dos outros em risco, é aquele que fala o que pensa. Fique tranquilo. No fundo você está pensando: “Só bebi um pouquinho e estava a 20 Km/h”.¹⁵

Rafinha, entretanto, parece saber da repercussão de qualquer palavra que emite e, rapidamente, no seu *Twitter* pede “desculpas” ao apresentador:

Li e reli o meu post anterior e decidi escrever. Personifiquei a minha ira contra a hipocrisia do planeta na figura do Luciano Huck. Fiquei indignado ao saber que o caso poderia morrer com uma simples “nota para a imprensa”, mas não sou eu o responsável por puni-lo. A princípio, existe Justiça pra isso. Dirigir alcoolizado é um crime grave e este deveria ser o tema do meu *post*. Acabei transformando o caso em um palanque para despejar uma série de ofensas pessoais contra o trabalho do apresentador. Atitude desnecessária. Feia. Eu poderia ter exposto a minha opinião de uma forma muito mais inteligente e eficiente. Não sei se haverá algum processo

¹⁴ *A vida de Rafinha Bastos. Teaser* disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=BySDjFEIQs>>. Acesso em: 5 maio 2013.

¹⁵ Disponível em: <<http://contigo.abril.com.br/noticias/rafinha-bastos-critica-luciano-huck-por-se-recusar-ao-teste-do-bafometro>>. Acesso em: 29 maio 2013.

judicial contra mim. Não é esta a questão. Estou aqui apenas para deixar claro que desta vez sinto que me equivoquei. Errei e por isso peço desculpas. PS1: Se você trabalha em um jornal ou portal e pretende reproduzir este texto, peço que o faça na íntegra (inclusive com os PSs). PS 2: Aproveito a oportunidade para avisar a todos que estou vendendo uma moto 250 cc por apenas R\$ 5.500. Excelente estado. Tratar aqui. PS 3: Votem na Amanda França para a Menina Fantástica e votem para eliminar a Ísis na Fazenda de Verão. Ela só chora e não ajuda no dia-a-dia da casa.¹⁶

Não entraremos na querela entre Rafinha Bastos e Luciano Huck. O que nos interessa aqui é mostrar que, para além de representar uma pitada de chocarrice no *pseudo* pedido de desculpas, os PSS de Rafinha nos indicam mais uma de suas estratégias: a venda de caracteres do seu *Twitter*. De acordo com Honorato (2011), Rafinha comercializava, até 4 de maio de 2011, um *Twitter* (140 caracteres) patrocinado por, aproximadamente, R\$ 6.400,00, contabilizando, para cerca 2 milhões de seguidores, o valor de R\$ 0,03 para cada caractere. Ou seja, o bobo mais uma vez mostra que de bobo não tem nada: utiliza a repercussão negativa do seu discurso em prol de um objetivo financeiro. Finalidade, aliás, que indica uma nova característica do DH encontrada por essa nova geração de humoristas.

Considerações finais

Para encerrar, no que se refere à relação entre os *gêneros* (discursivos/textuais) e os **atos de comunicação humorísticos** (cf. CHARAUDEAU, 2006; 2011), podemos dizer que os efeitos do politicamente (in)correto interferem diretamente na utilização desses atos como estratégias: os sujeitos do discurso (humoristas ou não) podem, por um lado, correr o risco de pagar um alto preço, como processos legais, sanções várias e indenizações milionárias; por outro lado, podem contar com a previsibilidade de tais sanções para fazer sucesso com seu discurso. Expostos tais pontos, impõe-se dizer que, pensando nos exercícios escolares de leitura e interpretação das materializações textuais de gêneros engendrados pelo discurso humorístico ou atravessados por **atos de comunicação humorísticos** ou ACHs (como, por exemplo, as propagandas e as crônicas jornalistas), apontar essa forma nova de “censura” têm o potencial de desvelar tanto certos efeitos de sentido quanto o caráter maleável dos gêneros em relação às mudanças sociais. Nesse ínterim, vale lembrar também que os ACHs podem ser utilizados por outros tipos de discurso enquanto estratégia discursiva, principalmente na literatura e na publicidade, o que faz com que os ACHs atravessem esses discursos e, por vezes, cheguem a ser considerados uma característica essencial de alguns gêneros discursivos, como, por exemplo, as propagandas. Todavia, com a “sombra” do politicamente correto pairando sobre vários temas, o que evidenciamos é, por vezes, a proibição descabida de enunciados marcados menos pelo politicamente incorreto do que pelo sucesso das campanhas que promovem. Como exemplo, podemos citar o caso da proibição feita pelo CONAR (Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária) à propaganda da OLX (site de negócios), na qual o ex-vocalista do grupo de música baiana *É o Tchan* (Compadre Washington) chama uma personagem feminina de “ordinária”, jargão utilizado “n” vezes pelo vocalista nas épocas de áurea do grupo pelo País – hipocrisia? “Sabe de nada, inocente!”

¹⁶ Disponível em: <<http://ego.globo.com/famosos/noticia/2012/12/rafinha-bastos-pede-desculpas-luciano-huck.html>>. Acesso em: 13 mar. 2013

Referências

- GENTILI, D. Irreverência. *Jornal Pampulha: o semanário de Belo Horizonte*. Belo Horizonte: Sempre Editorial, n. 1144, 30 jun. 2012.
- HAMA, L. Maluf, o senhor é ladrão? *Trip*. São Paulo: Trip Editora e Propaganda, n. 221, maio, 2013, p. 96-101.
- HONORATO, R. Campeões de audiência no twitter vendem de tudo na rede. *Veja São Paulo* (edição on-line). Editora Abril, maio, 2011. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/noticia/vida-digital/campeoes-de-audiencia-do-twitter-vendem-de-tudo-na-rede#texto1>>. Acesso em: 28 maio 2013.
- MAINGUENEAU, L. L'analyse des discours constituants. In: MARI, H. et al. (orgs) *Fundamentos e dimensões da análise do discurso*. Belo Horizonte: Carol Borges-NAD/FALE/UFMG, 1999, p. 45-58.
- MARTINHO, T. Tá rindo do quê? *Trip*. São Paulo: Trip Editora e Propaganda, n. 221, maio, 2013, p. 58-65.
- MENDONÇA, M. A stand-up comedy vira sucesso no Brasil. *Época* (on-line), n. 469, jul. 2007. Disponível em: <<http://revistaepoca.globo.com/Revista/Epoca/0;EDG77345-6006;00.html>>. Acesso em: 29 maio 2013.
- MELLO, R. Análise discursiva do(s) silêncio(s) no texto literário. In: MACHADO, I. L. et al. *Ensaio em análise do discurso*. Belo Horizonte: FALE/UFMG, 2002, p.87-123.
- OLIVETTO, W. Uma conversa séria sobre humor. Favor não rir. In: FEDRIZZI, A. (org.) *O humor abre corações. E bolsos*. Rio de Janeiro: Campus, 2003, p. 29-61.
- PINTO, Z. A. Ninguém entende de humor. *Revista de Cultura Vozes*. Rio de Janeiro: Editora Vozes, n. 3, vol. LXIV, 1970, p. 21-37.
- PONDÉ, L. F. *Guia politicamente incorreto da filosofia*. São Paulo: Leya, 2012.
- POSSENTI, S. A linguagem politicamente correta e a análise do discurso. *Revista Estudos da Linguagem*. Belo Horizonte: FALE/UFMG, ano 4, v. 2, jul./dez. 1995, p. 123-140. Disponível em: <<http://www.periodicos.letras.ufmg.br/index.php/relin/article/view/1016/1127>>. Acesso em: 24 maio 2013.
- TABET, A. Saída pelos fundos. *Trip*. São Paulo: Trip Editora e Propaganda, n. 221, maio, 2013.
- VALE, R. P. G. *O discurso humorístico: um percurso de análise pela linguagem do riso*. 2013. 279f. Tese (doutorado) – Faculdade de Letras, POSLIN, UFMG, Belo Horizonte.
- VERISSIMO, L. F. Amor nos tempos de comédia. *Trip*. São Paulo: Trip Editora e Propaganda, n. 221, maio, 2013, p. 40.
- XAVIER, M. Rafinha bastos, o novo rei da baixaria. *Veja São Paulo* (edição on-line). Editora Abril, out. 2011. Disponível em: <<http://vejasp.abril.com.br/materia/rafinha-bastos-comediante-acha-engracado>>. Acesso em: 11 jun. 2012.