

Como citar este artigo:

TRAVAGLIA, Luiz Carlos . Recursos lingüísticos e discursivos do humor: humor e classe social na televisão brasileira. In: XXXVI Seminário do Grupo de Estudos Lingüísticos do Estado de São Paulo, 1989, São Paulo. Estudos Lingüísticos - XVIII anais de seminários do Grupo de Estudos Lingüísticos do Estado de São Paulo. Lorena : Prefeitura Municipal de Lorena / GEL-SP, 1989. v. XVIII. p. 670-677.

RECURSOS LINGUÍSTICOS E DISCURSIVOS DO HUMOR. HUMOR E CLASSE SOCIAL NA TELEVISÃO BRASILEIRA (1)

Luiz Carlos Travaglia

Universidade Federal de Uberlândia

O humor tem sido visto como uma atividade ou faculdade humana universal cuja função vai muito além do simples fazer rir. Ele seria uma espécie de arma de denúncia e desmitificação, de instrumento de manutenção do equilíbrio social e psicológico; uma forma de revelar verdades e de flagrar outras possibilidades de visão do mundo e das realidades naturais ou culturais que nos cercam e, assim, de desmontar falsos equilíbrios.

A importância do humor se deduz já de sua enorme presença e disseminação em todas as áreas da vida humana sendo considerado por alguns a linguagem do século. (2) Apesar das resistências acadêmicas, o humor já constitui hoje um campo de estudos multi e interdisciplinar. Em TRAVAGLIA - 1988 propomos as bases de um projeto para o estudo do humor no Brasil, sobretudo, mas não apenas, no campo linguístico-discursivo.

Dentro desse projeto realizamos uma pesquisa com dois objetivos básicos: 1) verificar o que os programas humorísticos da televisão brasileira apresentam e/ou consideram como humor e em que proporção usam cada elemento/recurso humorístico; 2) verificar se existem diferenças entre as características dos programas que justifiquem ou expliquem a divisão que normalmente se faz dos mesmos, segundo o tipo de audiência de que têm a preferência, em programas populares e programas de elite, isto é, de classes mais altas cultural e economicamente, sobretudo culturalmente. Esta comunicação se atém ao que verificamos com relação ao segundo objetivo, através da análise de emissões dos programas "Viva o Gordo" (de elite) e "A Praça é Nossa" (popular) exibidos, em 1987, respectivamente pela Rede Globo e pelo SBT.

A divisão dos programas em populares e de elite se comprova dentro de nossa sociedade e a escolha dos dois programas se justi-

fica por uma série de fatores que o espaço não nos permite arrolar. Como instrumental de análise estabelecemos seis grupos do que chamamos de categorias do humor⁽³⁾.

Antes de examinarmos as seis categorias, é importante lembrar que comumente se faz uma distinção hierárquica entre humor e risismo⁽⁴⁾ o que certamente tem implicações na classificação dos programas como de elite ou populares: alguns fariam humor sendo, portanto, mais nobres, enquanto outros fariam risismo sendo, por isso, menos nobres.

A primeira categoria é a do humor quanto à forma de composição. Nela o humor pode ser descritivo, narrativo e dissertativo⁽³⁾. Observa-se que os dois tipos de programa são basicamente narrativos (cerca de 90% dos quadros)⁽⁵⁾, mas o popular é mais descritivo (50%) que o de elite (26%) enquanto este é bem mais dissertativo (36%) que o popular (12%).

A segunda categoria é a do objetivo do humor. Aqui temos o riso pelo riso, a liberação, a crítica social (política, de costumes, instituições, serviços, caracter ou tipo humano, governo) e a denúncia⁽³⁾. Observa-se que o programa popular tem mais riso pelo riso (30%) que o de elite (18%), denuncia menos (12% contra 32% do de elite). Quanto à crítica, é interessante notar que o programa popular concentra sua crítica quase só no tipo humano (62%), aparecendo a crítica política em apenas um quadro (3%). Já no programa de elite a crítica é mais diversificada abrangendo todas as subcategorias arroladas acima. Dentro das categorias e subcategorias, o programa de elite também apresenta uma diversificação maior: assim, ele faz dez tipos diferentes de denúncia contra dois do popular; na crítica política temos oito fatos, contra dois do popular; na crítica de caracteres o programa de elite enfoca 14 tipos contra 10 do popular e, enquanto este lança mão dos estereótipos reforçando-os, exagerando-os, o de elite, quando usa o estereótipo, faz uma caracterização sem o reforço do exagero. Além disso o programa de elite faz a crítica de costumes (sete itens), das instituições (sete delas), dos serviços (um item) e do governo (dois aspectos básicos). 0

programa de elite (Viva o Gordo) em 10% dos quadros parece visar a liberação em primeiro plano ao apresentar homossexuais não estereotípicos agindo como se não houvesse preconceito contra eles, a mulher tomando a iniciativa explícita no relacionamento com o homem e a assunção explícita do prazer sexual. No programa de elite há, portanto, um maior engajamento político e social.

A terceira categoria é a do humor quanto ao grau de politês. Aqui temos o humor de salão, o médio e o sujo ou pesado⁽³⁾. Como era de se esperar o humor sujo não aparece na televisão por causa da censura oficial e social, horários, penetração nos lares. Assim temos só o médio e de salão. O programa popular tem uma porcentagem bem maior de humor médio (53% contra 4% no de elite) do que de humor de salão (47% contra 96% no de elite). Lembrando que o humor médio é mais explícito, pode-se levantar a hipótese de que um tipo de humor mais explícito em seus mecanismos e recursos lingüísticos utilizados tem a preferência de classes mais populares, por ser mais simples de compreender e supondo que estas classes estejam mais interessadas em se divertir com um programa humorístico do que em refletir sobre a sociedade em que vive para modificá-la. É bom lembrar que ZIRALDO⁽²⁾ afirma que, devido às características culturais do povo brasileiro, nosso humor tem tido um tom quase didático, preocupado com informar, o que não ocorre em países como a França, por exemplo.

A quarta categoria é a do humor quanto ao assunto. Nesse caso ele pode ser negro, sexual, social (político, costumes, instituições, serviços, carácter ou tipo humano, governo, classes e língua) e étnico⁽³⁾. Os assuntos mais frequentes são sexo (popular: 68%, de elite: 22%) e social/tipo humano (popular: 94% e de elite: 42%). O programa popular ainda enfoca o assunto político (3%, um quadro), costumes (9% - três quadros) e classes (12% - o mesmo quadro com quatro ocorrências). No programa de elite o assunto político é importante (28% - 14 quadros) e se juntarmos aí as instituições políticas e o governo, teremos 40% de quadros nesta área de assunto. O programa de elite ainda tem

o humor negro (12%) de instituição (10%), de costumes (8%), governo, classes e língua (6% cada um), étnico (4%) e serviços (2%). Aqui podemos levantar a hipótese de que os programas de elite, além de terem uma gama maior de assuntos são mais engajados politicamente o que coincidiria com o que vimos na categoria dois quanto aos objetivos do humor.

A quinta categoria é do humor quanto ao código. Neste caso ele pode ser verbal ou lingüístico e não verbal (situação, gestos, movimentos e atitudes corporais, caracterização, expressão fisionômica, ruídos vocais não-lingüísticos, objetos, voz)⁽³⁾. O código lingüístico é usado praticamente em 100% dos casos, o que evidencia a importância da Lingüística no estudo do humor. A situação é usada de forma mais ou menos igual, quantitativamente falando, pelos dois tipos de programas (em torno de 30%). Os demais códigos exceto a expressão fisionômica, parecem ter sempre uma presença maior no programa popular: gestos (de elite (E): 8%; popular (P): 12%); movimentos e atitudes corporais (E: 6%, P: 30%); caracterização (E: 26%, P: 44%); expressão fisionômica (E: 20%, P: 12%); ruídos vocais não lingüísticos (E: 2%, P: 6%); objetos (E: 4%, P: 6%); voz (E: 0%, P: 21%). Estes são os números, mas neste caso eles revelam pouco. É preciso ver a essencialidade do recurso para o quadro e aí observa-se que, no programa popular, com frequência, os códigos não verbais são mais importantes para provocar o riso do que aquilo que se diz, ou seja, são o recurso base. Já no programa de elite estes códigos, quase sempre são subsidiários e o lingüístico é o recurso base. Parece ser importante também a explicitude ou conhecimento dos elementos apresentados pelo código o que leva a hipotetizar que o popular apresenta elementos mais conhecidos de forma mais explícita (cf. o que já dissemos ao falar da terceira categoria. Outra hipótese é que o humor dos programas de elite é mais verbal que o dos programas populares quanto à essencialidade do código para provocar o riso.

O que provoca o riso constitui a sexta categoria que se subdivide em duas subcategorias: a) scripts (estupidez, esperte-

za ou astúcia, absurdo, ridículo, mesquinhez); b) mecanismos (cumplicidade, ironia, mistura de lugares sociais ou posições de sujeito, ambigüidade, uso de estereótipos, contradição, sugestão, descontinuidade de tópico, paródia, jogo de palavras, quebra-língua, exagero, desrespeito a regras conversacionais, observações metalinguísticas, violação de normais sociais)⁽³⁾. Os números revelam pouco em termos de distinguir os dois tipos de programas. Na verdade os dois programas utilizam quase todos os recursos: o popular utilizou apenas dois a menos que o de elite (a paródia e a ironia), mas isto pode ser circunstancial no caso das emissões analisadas. O popular valeu-se bem mais do absurdo, do ridículo, da ambigüidade, da sugestão, do exagero que o de elite. Neste o ridículo e o absurdo é daquilo que fazem os criticados (sobretudo políticos, governantes e parlamentares), enquanto no popular são do tipo humano em foco, tendo muito a ver com estereótipo e preconceito: o que a sociedade acha ridículo e absurdo. A postura é, pois, diferente: em "Viva o Gordo" (de elite) é de crítica e em "A Praça é Nossa" é de explicitação e utilização de um discurso estabelecido. Em "Viva o Gordo", o estereótipo não é a essência do quadro a não ser em alguns casos. Em "A Praça é Nossa" ele é a essência do humor na maioria dos quadros em que aparece, pois utiliza os preconceitos sociais, apresentando as figuras como ridículas, absurdas e, portanto, risíveis. No programa popular a sugestão é sobretudo de coisas ligadas ao sexo; a violação de normas sociais é representada, quase sempre, pela auto ou hetero depreciação do tipo humano em foco e a ambigüidade é com termos bem conhecidos enquanto sugeridores de duplo sentido (normalmente um de sexo e um de não-sexo), o que é evidência a favor da hipótese de que, nos programas populares, há maior explicitude dos elementos em jogo.

Como se pôde observar, algumas diferenças realmente existem entre o que convencionamos chamar de programas de elite e programas populares, lembrando que esta classificação tem, na sociedade, um sentido mais cultural do que econômico e de poder. As diferenças podem ser assim sumariadas:

a) os programas de elite varrem uma área mais ampla em termos de objetivos e assuntos e os populares têm assuntos e objetivos mais restritos;

b) os dois tipos têm a narração como base, mas os de elite são mais dissertativos e menos descritivos o oposto ocorrendo com os populares;

c) os programas de elite usam mais o humor de salão e menos o médio, já os populares usam mais o médio e menos o de salão;

d) os programas de elite são menos explícitos em seus mecanismos (scripts, sugestão, linguagem), enquanto os populares são mais explícitos. Além disso os populares usam elementos mais conhecidos, mais correntes, o inverso ocorrendo com os de elite;

e) nos programas de elite o código linguístico é o recurso base, enquanto os códigos não-verbais têm papel mais importante, como base para o humor, nos programas populares, quer dizer, os programas de elite são mais verbais que os populares;

f) os programas de elite parecem buscar mais a modificação da sociedade, através da crítica e denúncia do que está estabelecido na sociedade. Neles o humor não é cúmplice com as falhas da sociedade ou é menos. Há mais engajamento, o que parece revelar uma consciência maior dos objetivos do humor, além de divertir e provocar o riso. Eles têm também mais atualidade política. Os programas populares tendem à exploração de estereótipos e preconceitos, mas aí o humor não critica ou denuncia, só apresenta e deixa o julgamento para a audiência o que faz com que acabe, de uma certa forma, sendo cúmplice da sociedade no que ela tem de estabelecido pela confirmação daquilo de que ri. Há, pois, menos engajamento e consciência dos objetivos do humor além da diversão e do riso. A atualidade política existe como condição para funcionamento do humor político.

Os programas de elite parecem ser mais criativos na medida em que buscam mostrar verdades ainda não reveladas, rebelar-se contra opressões ainda não atingidas. Já os programas populares insistem em verdades já muito faladas, em rebelar-se contra opressões sobejamente conhecidas, elementos da estrutura social cuja exis-

tência é mais do que conhecida, mesmo que ainda não tenham sido superados, assim é mais fácil identificar e daí serem preferidos pelas classes populares. No sexo o que se coloca é mais a expressão grotesca e cômica do inconsciente o que sem dúvida explora uma identificação do público com o personagem. No popular a surpresa, quando existe, passa muito pela obviedade do chocante.

É evidente que os programas de elite também usam o já visto, a facilidade da repetição dos quadros de sucesso há muito tempo, mas parece que o fazem menos.

Apesar dessas diferenças objetivas, cumpre lembrar que essa classificação dos programas sofre a influência da luta entre as redes de televisão pela audiência, sobretudo das classes A e B, principalmente se lembrarmos que isto tem implicações diretas na obtenção de patrocinadores. Observe-se que os dois programas de elite (Viva o Gordo e Chico Anísio Show) eram da Rede Globo a que todas as demais se opõem. Em 1988, "Viva o Gordo" passou da Rede Globo para o SBT (que sempre foi classificado como tendo audiência só da classe C e tem feito guerra aberta à Globo e declarado querer a audiência das classes mais altas) onde era anunciado da seguinte forma: "Segunda, às 21:30h, assista o humor inteligente de Jô Soares", onde o uso do adjetivo "inteligente" é bastante sintomático, discursivamente falando, nesta situação de produção.

Uberlândia, novembro de 1988

Luiz Carlos Travaglia

NOTAS

1. Esta comunicação é um excerto dos primeiros resultados da pesquisa do autor sobre humor e que aparecem em TRAVAGLIA - 1988 a ser publicado em breve, talvez com o título de " Introdução ao estudo do humor (O que faz quem rir: o humor brasileiro na televisão) .
2. Cf. ZIRALDO in Revista de Cultura Vozes vol. 64 nº 03.
3. Para detalhes sobre estas categorias cf. TRAVAGLIA - 1988.
4. Cf. TRAVAGLIA - 1988.

5. As porcentagens dirão respeito sempre ao número total de quadros de cada programa que foram analisados: de "Viva o Gordo" 50 quadros e de "A Praça é Nossa", 34 quadros - duas emissões de cada programa.

BIBLIOGRAFIA

- APTE, Mahadev L. (ed.). International Journal of the Sociology of Language nº 65: Language and Humor. Berlin, Mouton de Gruyter, 1987.
- BERGSON, Henri. Le rire: essai sur la signification du comique. Paris, Presses Universitaires de France, 1947 (82ª edição).
- JOHNSON, Ragnar. "Two realms and a joke: bisociation theories of joking" in Semiótica 16(3). The Hague, Mouton Publisher, 1976: 195-221.
- RASKIN, Victor. "The interdisciplinary field of humor research" in Semiotica 66(4). Amsterdam, Mouton de Gruyter, 1987: 441-444.
- Revista de Cultura Vozes. vol. 64 nº 3 - ano 64. Petrópolis, Vozes, abril/1970.
- TRAVAGLIA, Luiz Carlos. O que faz quem rir: O humor brasileiro na televisão. Uberlândia/Campinas, texto inédito, 1988. 106 pp. (no prelo).