

**O RISO DOS PRESIDENTES: UM COMPONENTE ESPECIAL DO “PRINCÍPE”  
NOS GUIAS POLITICAMENTE INCORRETOS**

**THE LAUGHTER OF PRESIDENTS: A SPECIAL COMPONENT OF THE “PRINCE” IN POLITICALLY  
INCORRECT GUIDES**

Layla Tonon Reis  
Rony P. G. do Vale

Universidade Federal de Viçosa  
[layla.reis@ufv.br](mailto:layla.reis@ufv.br)  
[ronyvale@ufv.br](mailto:ronyvale@ufv.br)

**RESUMO:** Em pesquisa anterior, buscamos a representação do “príncipe” nos *Guias Politicamente Incorretos da História do Brasil*, chegando a algumas conclusões sobre a construção da imagem dos presidentes nos *guias*. A partir disso, identificamos alguns *ethé* (CHARAUDEAU, 2008b) que contradiziam a imagem do “bom político”, como os de “não-sério”, “tolo” e “adúltero”, indicando a utilização de algumas *formas do riso* por essas figuras. O presente trabalho tem o principal objetivo de analisar as estratégias linguístico-discursivas responsáveis pelo uso do riso nas enunciações dos presidentes nos *Guias Politicamente Incorretos...* através da perspectiva do Discurso Humorístico, da Linguagem do Riso e de suas categorias (CHARAUDEAU, 2006a, 2011; VALE, 2013). Destarte, foi feita uma revisão de literatura para determinar a relação entre o Discurso Humorístico, o “homem urbano” (VALE, 2013) e a representação não-séria do “príncipe”. Além disso, analisamos o *corpus* pelas categorias do humor, que possibilitaram identificar as principais estratégias linguísticas e enunciativas que determinaram a representação do “príncipe” pelo riso; traçaram o limite entre a potência (efeito positivo) e a tolice (efeito negativo); e possibilitaram o desencadeamento do humor pelo próprio presidente, pelo contexto ou pelo enunciado do próprio *guia*.

**PALAVRAS-CHAVE:** análise do discurso; VRBANITAS; *ethos*; politicamente incorreto; humor.

**ABSTRACT:** In a previous research, we tried to find the representation of the “prince” in the *Politically Incorrect Guides of Brazil’s History* and we got some conclusions about the construction of the presidents’ images in the *guides*. From that, we identified some *ethé* (CHARAUDEAU, 2008b) that would contradict the image of a “good politician”, like the one of “non-serious”, “fool” and “adulterer”, which indicated the use of some “humor forms” by these figures. Thereby, this work’s main objective is to analyze the linguistic-discursive strategies responsible for the use of the humor in the enunciations of the presidents on the *Politically Incorrect Guides...* through the Humorous Discourse, the Humor Language and its categories’ perspective (CHARAUDEAU, 2006a, 2011; VALE, 2013). Thus, we did a bibliographic review research to determine the connection between the Humorous Discourse, the “urban man” (VALE, 2013) and the “non-serious” representation of the “prince”. Also, we have analyzed the *corpus* by the humor categories, which made it possible to identify the main linguistics and enunciative strategies that determined the “prince’s” representation by the humor; traced the limit between potency (positive effect) and foolishness (negative effect); and made it possible to notice the humor’s triggering by the presidents themselves, the context or the guide itself.

**KEYWORDS:** discourse analysis; VRBANITAS; *ethos*; politically incorrect; humor.

## Introdução

Em pesquisa anterior<sup>1</sup>, buscamos a representação do “príncipe”<sup>2</sup> nos *Guias Politicamente Incorretos da História do Brasil*, uma série de livros iniciada em 2009 que se tornou grande sucesso editorial na época e ainda continua sendo citada com bastante frequência. A partir disso, traçamos um caminho teórico-metodológico para alcançarmos essa representação. Iniciamos questionando algumas contradições dos autores, como a afirmação de Narloch (2011) de que seu livro “não quer ser um falso estudo”, apesar de possuir diversos problemas com informações e com bibliografias que não são consideradas historiográficas. Além disso, Schmidt (2016) reafirma a seriedade de seu livro, mas também tem como objetivo principal: “resgatar o Henrique VIII, O Don Juan, o Napoleão, o Frankenstein ou o Jeca Tatu porventura existentes em nossos chefes de Estado” (SCHMIDT, 2016: p. 14), revelando intenção de gerar a comicidade a partir de aproximações burlescas. Além disso, ele acrescenta que sua obra se volta a um leitor curioso, enquadrando a série no que ficou conhecido, segundo Mattoso (1997 apud Vale, 2018), como o “discurso da história mais vendido”. Em seguida, foi necessário discutirmos a problemática do gênero textual e a margem de manobra (Bakhtin, 1997) que um texto tem para ser considerado parte (ou não) de certo gênero. Em vista disso, observamos que o *guia* era, na verdade, uma “série de perfis biográficos” (SCHMIDT, 2016, p: 14), que trazia fatos da vida dos presidentes e, até mesmo, a própria voz dessas personagens históricas.

Com base nisso, pesquisamos a representação do “príncipe” pela enunciação, já que a representação pela nomeação/qualificação já estava definida pelo autor como politicamente incorreta. Ao traçarmos um perfil geral dos presidentes pelas categorias da Análise do Discurso, deparamo-nos com o conceito de *ethos* e percebemos a recorrência de alguns *ethé* listados em Charaudeau (2008b), como o *ethos* de sério, virtuoso, inteligente, humilde, solidário etc. Porém, também identificamos *ethé* que contradiziam a imagem do “bom político”, como os de “não-sério”, “tolo” e “adúltero”, por exemplo. A partir disso, notamos a possibilidade de buscar a representação do “príncipe” por uma nova perspectiva: a do Discurso Humorístico, já que os presidentes, representantes políticos, utilizavam do riso de forma esdrúxula, algo que, segundo Vale (2013), não é próprio do homem urbano.

Destarte, o seguinte trabalho, também através da Análise do Discurso e da Teoria Semiolinguística, propõe, como principal objetivo, a análise do *corpus* em busca da representação do “príncipe” pelas estratégias linguístico-discursivas desencadeadoras do riso nas enunciações dos presidentes no *Guia Politicamente Incorreto dos Presidentes da República*, levando em consideração os conceitos de *VRBANITAS*, *Linguagem do Riso* (VALE, 2013), *humor* e *ethos* (CHARAUDEAU, 2006a; 2008b; 2011). Isso tudo pela justificativa de que o uso do riso baseia-se justamente no fato de que o

---

<sup>1</sup> “A representação do ‘príncipe’ nos guias politicamente incorretos da História do Brasil”, pesquisa de Iniciação Científica realizada de agosto de 2019 até julho de 2020 sob o número de registro 80118273332.

<sup>2</sup> Em nosso presente trabalho, e também nos anteriores, a definição da palavra “príncipe” estende-se aos presidentes da República, pois o entendemos como uma autoridade que chegou ao máximo poder do país e não apenas no sentido monárquico. Por esse motivo, a palavra aparece entre aspas.

“discurso da história mais vendido” é caracterizado pela disseminação de conteúdos que não levam em consideração estudos consistentes e influenciam a “publicação de obras superficiais e mistificadoras” (MATTOSO, 1997 apud VALE, 2018: p. 246).

A escolha do tema e da discussão da seguinte pesquisa molda-se, então, na necessidade social e política de compreender o uso do humor por essas figuras históricas e as estratégias de representação das mesmas nesse contexto. Isso porque os *guias* têm um objetivo “descarado” de replicar esse tipo de representação; porém, é preciso diferenciar a História científica da história politicamente incorreta e, além disso, distinguir realidade de ficção.

## **1. . História, humor e discurso politicamente incorreto**

### **1.1. O guia, o politicamente incorreto e os presidentes: uma breve revisão**

O *Guia Politicamente Incorreto dos Presidentes do Brasil* (2016), escrito por Paulo Schmidt, escritor, editor, ilustrador e tradutor de São Paulo, faz parte de uma série de livros iniciada em 2009 por Leandro Narloch (jornalista formado pela Universidade Federal do Paraná, repórter da revista *Veja* e editor das revistas *Aventuras na história* e *Superinteressante*), que lançou o *Guia Politicamente Incorreto da História do Brasil* (2011). A série possui uma relação direta com a História e com o “fazer historiográfico”, já que propõe “recontar” os fatos de maneira politicamente incorreta. Porém, como pudemos observar, não faz parte de uma pesquisa realizada por historiadores, o que coloca em xeque a credibilidade de diversas informações apresentadas. Entretanto, Schmidt (2016) busca legitimar sua fala deslegitimando a pesquisa historiográfica tradicional que, conforme o autor, é desinteressante para a maioria dos brasileiros, os quais conhecem os presidentes da República apenas devido às homenagens como nomes de rua, edifícios, escolas etc. Assim, Schmidt completa sua reflexão afirmando que “uma das razões desse desinteresse é o viés exclusivamente político que historiadores e biógrafos dedicam a tais indivíduos, negligenciando-lhes o lado humano, pessoal” (SCHMIDT, 2016: p. 13).

A partir disso, chegamos à conclusão de que o *guia* se enquadra no “discurso da história mais vendido” que, conforme Mattoso (1997 apud Vale, 2018), é um tipo de discurso que gera riscos à ciência e ao “fazer histórico”, pois volta-se para um leitor curioso, o qual busca consumir informação, mas não se preocupa com a origem das mesmas e, tampouco, com seu aprofundamento, contribuindo para a disseminação de obras superficiais e, muitas vezes, tendenciosas. Schmidt (2016: p. 14) opina que

Não existe em todo o mundo uma população leitora com mais interesse em saber os detalhes de uma lei sancionada por um mandatário do que em saber se tal mandatário é epilético. A não ser, naturalmente, que essa lei seja como o Ato de Supremacia de Henrique VIII, promulgado porque o monarca uxoricida queria divorciar-se da mulher e desposar outra sem precisar da autorização do papa. Neste caso, vemos o interesse público e privado se mesclarem de tal forma que a política passa a ser uma extensão das manias e taras de quem a faz. (SCHMIDT, 2016: p. 14)

O autor determina, então, que a população leitora brasileira possui mais interesse na vida privada dos políticos do que em questões administrativas e burocráticas. Com base nisso, buscamos

compreender a representação do “príncipe” no *Guia Politicamente incorreto dos Presidentes do Brasil* (2016). Sabendo que o autor já havia determinado, no título e na introdução, que seria uma representação politicamente incorreta, decidimos analisar o *guia* pelo *modo enunciativo* e suas categorias (CHARAUDEAU, 2016), já que poderíamos buscar a representação através dos *seres de fala* (o que é dito, a quem e como se diz).

Nesse sentido, na jornada pela representação do “príncipe”, foi necessário determinar as modalidades enunciativas – Modo Alocutivo, Elocutivo e Delocutivo (CHARAUDEAU, 2016) – nas falas dos presidentes, as marcas discursivas e suas respectivas marcas linguísticas. Em seguida, delimitamos o quadro de comunicação (CHARAUDEAU, 2016) do próprio *guia* e, não sendo suficiente, de cada uma das cenas ficcionais internas (MELLO, 2004), em que pudemos encontrar a própria voz dos presidentes que, nessas situações, tratavam-se de “personagens [...] que imitam, que representam e ‘fingem’ estar no mundo real, com seus interlocutores comunicantes e interpretantes” (MELLO, 2004: p. 94). Em vista disso, julgamos necessário descrever o contrato de comunicação do *guia* e das cenas internas, já que ele determina “a condição para os parceiros de um ato de linguagem [EU-c e TU-i] se compreenderem minimamente e poderem interagir, *co-construindo o sentido*, que é a meta essencial de qualquer ato de comunicação” (CHARAUDEAU 2008a: p. 130).

Desse modo, conseguimos visualizar e destacar as posições ocupadas pelas personagens políticas na *mise en scène* (CHARAUDEAU, 2016) interna do *guia*, descrever os contratos de comunicação (CHARAUDEAU, 2006b) – *dados externos*, circunstância material na qual ocorre o ato; e *dados internos*, identidades dos parceiros, finalidade, propósito – para vislumbrarmos as possíveis interpretações dos objetivos dos presidentes e, conseqüentemente, das estratégias linguísticas e discursivas utilizadas por eles para atingirem suas finalidades. Deparamo-nos, portanto, com o conceito de *ethos*.

De acordo com Charaudeau (2008b: p. 115), “o *ethos*, enquanto imagem que se liga àquele que fala, não é uma propriedade exclusiva dele; ele é antes de tudo a imagem de que se transveste o interlocutor a partir daquilo que diz”. Dessa forma, a construção do *ethos* faz-se em consideração às identidades do contrato (tanto do circuito externo quanto do interno). Além disso, o contexto também determina se o enunciador busca mostrar-se solidário e humano, ou potente e competente. Assim, pela tipologia do *ethos* proposta por Charaudeau (2008b) e pela análise dos contratos de comunicação das cenas internas, chegamos à interpretação de que os sujeitos se comportaram discursivamente como presidentes sérios, inteligentes, competentes, potentes, virtuosos, humanos, chefes, solidários etc.; porém, pela percepção da presença de, muitas vezes, alvos ou técnicas que estavam além da representação pelo discurso político, identificamos, como Vale (2009: p. 95-96), que:

[...] essas características arroladas por Charaudeau devem também ser vistas pelo seu lado oposto, a partir da falta ou do excesso, ou seja, que elas possam indicar (mostrar), por exemplo, um *ethos* de incompetência ou de fraqueza etc., pela falta de competência ou excesso de solidariedade. (VALE, 2009: p. 95-96)

Assim, tornou-se bastante frequente a verificação de um *ethos* “não-sério”, que se identifica, ao longo do *corpus*, desde a representação de “adúltero” até a de “tolo” ou “bufão”. Isso devido à utilização, pelos presidentes, do *Discurso Humorístico* (DH) e da *Linguagem do Riso* (LR) que, segundo Vale (2013), fazem parte de um tipo de discurso “flutuante” e, por isso, pode mostrar-se presente em outros tipos de discurso.

Entretanto, ainda em concordância com Vale (2013), existem vários tipos de sujeitos que utilizam da LR<sup>3</sup> como modo de se expressar. Porém, o tipo de identidade psicossocial associada a essa linguagem é, justamente, relacionada ao cômico. É possível, então, afirmar que cada *imaginário sociodiscursivo* possui uma função dentro do contrato de comunicação do qual ele pode fazer parte. Portanto, o sujeito político tem um lugar de fala dentro de um tipo de discurso (o Discurso Político), a partir do qual possui caminhos que deve (ou não) trilhar, sendo uns mais adequados que outros a esse imaginário.

Destarte, tendo consciência de que existem graus de adequação e que o político é visto como um “homem urbano”, logo também deve ser considerado *sério*, necessitamos observar, em nossa pesquisa, como o uso desse mecanismo funciona na construção do *ethos* dos presidentes do Brasil, pois o DH e a LR enunciados por certas *identidades psicossociais* podem não ser bem vistos e, inclusive, podem levar ao questionamento da credibilidade dessas identidades.

Nesse sentido, o riso, sendo relacionado ao imaginário do “bufão” ou do “humorista”, pode fazer identificar o *ethos* “não-sério” que, recorrente nas falas dos presidentes no *guia*, faz levantar a seguinte questão: É permitido que o “príncipe” utilize do riso como estratégia no discurso político? Para respondê-la, precisamos traçar os limites do uso da LR nesse discurso, que se faz através do conceito de *VRBANITAS* (VALE, 2013) e que possibilita delimitar a adequação do riso e os limites entre a potência (*ethos* positivo) e a tolice (*ethos* negativo).

## 1.2 O discurso humorístico

O *Michaelis: Dicionário Brasileiro da Língua Portuguesa* (2015) define que o significado do verbete *humor* perpassa pelo “estado de espírito de uma pessoa”, possui uma “tendência para a comicidade” e ainda acrescenta a ele a característica de ser uma “forma inteligente de expressar-se com ironia sobre qualquer fato ou situação do cotidiano”. Já o *Larousse Dictionnaires* afirma que, além de ser um estado de espírito, o humor “busca enfatizar o caráter cômico, ridículo, absurdo ou incomum de certos aspectos da realidade” (tradução nossa<sup>4</sup>) e é, também, uma “marca desse estado em um discurso,

---

<sup>3</sup> “[...] as relações entre os termos ligados ao universo do riso, tanto em língua vernácula quanto em língua estrangeira, mostram, por um lado, que os limites entre eles e suas definições são muito tênues, movediças, aparentemente marcadas por uma univocidade; por outro lado, esses termos nem sempre mantêm entre si uma biunivocidade, ou seja, muitas vezes não há termos que se correspondam minimamente entre sistemas diferentes, dificultando a compreensão do que faz rir entre diferentes sociedades, épocas e culturas” (VALE, 2013, p. 48).

<sup>4</sup> No original: “s’attache à souligner le caractère comique, ridicule, absurde ou insolite de certains aspects de la réalité”.

texto, um desenho etc.” (tradução nossa<sup>5</sup>). Além disso, o *dicionário de língua portuguesa Miniaurélio* (2005: p. 457) atribui ao humor a capacidade de desencadear, a partir de determinados recursos, uma “veia cômica; espírito, graça” e também a “capacidade de perceber ou expressar o que é cômico ou divertido”.

Destarte, ao refletir sobre a questão do cômico e do divertido, também consideramos importante buscar as definições básicas que os dicionários têm do verbete “riso”. O *dicionário de língua portuguesa Miniaurélio* (2005: p. 711) atribui ao riso a “alegria [e o] contentamento”. Já o *Michaelis: Dicionário Brasileiro da Língua Portuguesa* (2015) expõe que se trata de uma questão mais mecânica pela “aparência ou demonstração de alegria, de contentamento, que se caracteriza pelo conjunto de contrações dos músculos da boca e da face”. Ademais, também insere, por extensão, que o riso pode ser o “sentimento ou atitude de zombaria, de desprezo para com alguém ou alguma coisa”. Dessa forma, pelas definições apresentadas, o riso pode ser considerado um dos efeitos gerados pelo humor. Porém, para que isso ocorra, é preciso que o humor se insira em um gênero textual.

De acordo com Vale (2013), o DH pode ser tratado como um tipo de discurso que “flutua” entre os outros. Desta maneira, é possível reconhecê-lo inserido em textos dos discursos midiático e publicitário, por exemplo, através da manifestação da Linguagem do Riso e suas categorias, sendo utilizado como estratégia para convencer o leitor/interlocutor de consumir determinados produtos. Entretanto, existem também gêneros textuais que se pautam pura e exclusivamente no humor, como as piadas ou os chistes. Costa (2008) afirma que as piadas:

Refletem e refratam a sociedade, [...], porque trazem um conteúdo que é, de alguma maneira, reprimido [...] e, por isso, dependem de sua técnica de disparar o humor, ou por uma característica linguística ou pela controvérsia em que um dos pontos de vista é considerado de mau gosto, incivilizado. (COSTA, 2008: p. 23)

Desse modo, podemos afirmar que existem, por um lado, *textos humorísticos* (piadas, chistes, anedotas) e, por outro, *textos que contêm humor*. Isso porque, conforme Vale (2013: p. 107), “os procedimentos linguísticos e discursivos encontrados nos atos de comunicação humorísticos (ACHs) são tão variados que, por vezes, são os mesmos encontrados em outros gêneros considerados sérios”. Por isso, textos provenientes do discurso político e enunciados pelo “príncipe”, como é o caso do *corpus* deste trabalho, podem estar relacionados ao DH e contar com desencadeadores, alvos, categorias e técnicas do riso. Essa relação pode, inclusive, ser considerada uma estratégia linguístico-discursiva para que o sujeito político tenha sucesso em seus objetivos, que podem ir de fazer com que a população se sinta próxima de sua imagem, identificando-se com o chefe de Estado, ou de provocar um adversário em um debate. De acordo com Freud (2017):

Também se poderia lembrar o peculiar e fascinante encanto que o chiste desperta em nossa sociedade. Um chiste novo funciona como um acontecimento de interesse geral; ele é passado de uma pessoa à outra como a mais recente notícia de vitória na guerra. Mesmo homens famosos, que consideram importante contar como se tornaram o que são, as cidades e países

---

<sup>5</sup> No original: “marque de cet esprit dans un discours, un texte, un dessin, etc.”

que visitaram, as pessoas brilhantes com quem tiveram contato, não se envergonham de incluir na descrição de suas próprias vidas este ou aquele excelente chiste que tenham algum dia escutado. (FREUD, 2017: p. 25-26)

Logo, utilizando-se do chiste (gênero que potencialmente pode ser engendrado pelo DH), por exemplo, o sujeito político pode promover, com o intuito de reforçar sua imagem em comparação à imagem de seus adversários, sua solidariedade e humanidade, pois mostra-se próximo ao povo, seu público-alvo, que pode compartilhar do sentimento de identificação pessoal. Além disso, para intensificar o *ethos* de potência, que segundo Charaudeau (2008b: p. 138) “nos remete à imagem de uma ‘força da natureza’, força telúrica contra a qual não se pode grande coisa” e é, muitas vezes, gerado para “exercer uma violência verbal [...] em relação a adversários políticos”, o presidente pode utilizar da ironia e do sarcasmo (CHARAUDEAU, 2006b). Em contrapartida, a estratégia pode não ser acatada pelo TUi (sujeito interpretante – quem realmente recebe a informação) e isso pode, na verdade, reverter o *ethos* do “príncipe” de “sério” para o de “não-sério” e suas variações. Por isso:

Embora o trabalho do chiste seja um excelente caminho para obter prazer dos processos psíquicos, vê-se, contudo, que nem todos os seres humanos são igualmente capazes de servir-se desse meio. O trabalho do chiste não está à disposição de todos, e em geral somente poucas pessoas o têm em abundância. (FREUD, 2017: p. 199)

Nessa perspectiva, Charaudeau (2011: p. 17) explica que a identidade do sujeito, a relação entre os sujeitos, a situação em que a interação ocorre e a posição do sujeito na sociedade e na situação de comunicação são os fatores responsáveis pela validação, ou não, do ato de comunicação humorístico exercido. Desse modo, além das adequações a que se deve prestar atenção ao escolher utilizar a linguagem do riso, “uma vez que as manifestações do riso são diferentes, dependendo da localização – o riso da praça pública, da feira, dos jogos não é o mesmo riso do mosteiro, do palácio e da assembleia” (VALE, 2013: p. 112) – é preciso, também, considerar, pela identidade e pelo contexto, se realmente seria necessário utilizá-la, para evitar a falta de seriedade e a criação de anedotários, como os do *guia*, que são definidos como “fatos curiosos ou jocosos que acontecem à margem dos eventos mais importantes de uma determinada personagem ou passagem históricas” (COSTA, 2008: p. 7).

### **1.3 O homem urbano e o *ethos* “não-sério”**

Ao considerarmos o fato de que houve períodos históricos em que o riso e os estudos do riso foram excluídos de nossa sociedade ou até mesmo proibidos em determinados contextos (VALE, 2013), podemos afirmar que encontrar marcas do DH e da LR no discurso político da República brasileira (de Deodoro da Fonseca a Dilma Rousseff) é, de certa forma, um avanço. Porém, “o riso poderia, entre outras coisas, acarretar, em sua forma exagerada, reações violentas, e, presente na comédia, levar à imitação da bufonaria pelos cidadãos e pelos jovens” (VALE, 2013: p. 211). Assim, sabendo que as personalidades políticas do Brasil exercem grande influência em sua população (em relação à tomada de opiniões sobre determinados assuntos e atitudes sociais, por exemplo), por mais que fosse uma estratégia válida para gerar identificação entre as partes, a utilização inadequada da LR pela “pessoa política” não seria considerada favorável, porque poderia prejudicar sua credibilidade no que diz respeito

à seriedade. Entretanto, ainda cogitando o riso como uma estratégia a ser utilizada a favor do “príncipe”, consideramos o conceito de VRBANITAS. Segundo Vale (2013: p. 212):

Esse conceito diz respeito (i) às características que contribuem para a constituição do *ethos* discursivo do orador, afastando-o de virtudes indesejáveis [...] e (ii) à captação dos afetos dos ouvintes (auditório) para o sucesso da argumentação com a utilização do riso no discurso. (VALE, 2013: p. 212)

Dessa forma, a VRBANITAS delimita o equilíbrio que o homem urbano deveria ter ao submeter-se ao riso e às suas categorias, pois, segundo Vale (2013), o uso do riso pode gerar problemas tanto pelo excesso quanto pela falta, já que utilizadores dos recursos do absurdo são considerados “bufões” e os que não os aproveitam não usufruem de determinadas interações sociais. Isso significa que a pessoa detentora da virtude deve buscar um meio-termo entre o insulto, a zombaria e a apatia.

Entretanto, quando se trata da pessoa pública e política, encontrar esse meio-termo é um pouco mais complicado, pois, segundo Aristóteles (2011: p. 97), “há coisas que os legisladores nos proibem de insultar (como a política e a religião)”. Nesse sentido, como considerar *sério* alguém que transforma sua posição na sociedade em alvo de “zombaria”? Para isso, Bakhtin (2010: p. 278) propõe que o humor e suas “personagens” (enunciadores, interlocutores e alvos) permitem que o homem utilize uma máscara que lhes dá o direito de “não ser o próprio indivíduo” e, segundo Vale (2013: p. 158), de “ajustar seu *ethos* baseando-se ora num afastamento, ora numa aproximação das representações sócio-históricas dos bufões, bobos, satíricos...”. Ou seja, essa máscara permite que os interlocutores compreendam que se trata de personagens enunciando e não da pessoa verdadeira. Nessa situação, o sujeito político mascara sua identidade e utiliza o riso como estratégia favorável, demonstrando carisma e simpatia.

Todavia, como funciona com a figura política que, nessa mesma posição social, é o alvo do chiste? Sendo o “príncipe” uma figura considerada *séria* pela história tradicional e até, muitas vezes, intocável, pois “a situação, mais ou menos formal, exigia – e ainda exige – uma forma de riso que não atentasse, por exemplo, contra a figura do rei ou do príncipe” (VALE, 2013: p. 112), como tratar a questão do riso utilizado pelo próprio “príncipe” e sobre ele mesmo? Além disso, como encontrar equilíbrio sendo que essas enunciações atravessam o limite?

De acordo com Vale (2013), a VRBANITAS é regida por questões geográficas (o homem do campo e da cidade); pelo refinamento do riso (obsceno x elegante); e pelo modo como se enuncia (em relação ao tom de voz e à pronúncia). Nesse sentido, a partir desse conceito, que funciona como um regulador dos modos de agir do “homem urbano”, buscar-se-á o limite do uso do riso pelos “príncipes” do *guia*. Limite esse que, através da Linguagem do Riso, diferenciará o presidente “não-sério” dos que fazem parte de jogos enunciativos empregadores da LR e suas categorias de forma tão refinada que sequer seria possível reconhecê-los como insultos, preservando o *ethos* de “sério”. Logo, analisaremos nosso *corpus*, a partir da seleção de textos expostos por Schmidt (2016) referentes à enunciação dos

presidentes, com o intuito de identificar e compreender os “príncipes” que tiveram sucesso em suas estratégias e aqueles que apenas reforçaram sua falta de seriedade ou tolice determinadas pelo *guia*.

## **2. Da metodologia utilizada na pesquisa**

A metodologia utilizada para desenvolver este trabalho foi, inicialmente, compreender e evidenciar, através de uma revisão de literatura, a relação entre o Discurso Humorístico e a representação do “príncipe” no *Guia Politicamente Incorreto dos Presidentes da República*, de Paulo Schmidt (2016) e como essa relação foi utilizada como estratégia linguístico-discursiva para atingir os objetivos do *guia*. Destarte, consideramos a seleção do *corpus* realizada em pesquisa anterior, constituído de 128 textos referentes às falas dos presidentes, dentre os quais 52 textos possuem recorrência de Atos de Comunicação Humorísticos por meio de desencadeadores do riso. Em seguida, descrevemos o *corpus*, qualitativamente, de acordo com categorias de análise depreendidas da Teoria Semiolinguística, mais especificamente do Modo de Organização Enunciativo (CHARAUDEAU, 2016), do Contrato de Comunicação (CHARAUDEAU, 2006b) e das Categorias do Humor (CHARAUDEAU, 2006a, 2011; VALE, 2013), tornando possível identificar as principais estratégias linguísticas e enunciativas que contribuíram para encontrarmos a representação do “príncipe”, e os efeitos da mesma, pelo humor.

## **3. Riso e humor no *Guia politicamente incorreto dos presidentes***

### **3.1 A enunciação e a linguagem do riso no *guia***

Charaudeau (2016) afirma que o modo enunciativo tem foco nos *seres de fala*, internos à linguagem, ao contrário da situação de comunicação, que leva em conta as identidades dos parceiros, *seres sociais*, que são externos à linguagem. Em vista disso, o comportamento do enunciador, levando em conta *seres de fala*, pode identificar-se a partir do que é dito, a quem se diz e do modo como se diz.

A partir disso, faz-se uma divisão entre os tipos de enunciação, que pode ser Alocutiva (relação de influência entre locutor e interlocutor); Elocutiva (indica o ponto de vista do locutor. O interlocutor exerce papel de testemunha); e Delocutiva (tanto locutor quanto interlocutor são “apagados” do ato). Isto é, a interação pode ocorrer na forma de diálogos ou monólogos, ora estando ambos inclusos na interação, ora apenas um incluso e ora ambos excluídos. Segundo Charaudeau (2016), a forma como o enunciador busca colocar a si mesmo e a seu interlocutor na interação depende da estratégia linguístico-discursiva da qual o mesmo procura fazer uso.

Desse modo, anteriormente, no *Guia politicamente Incorreto dos Presidentes da República*, de Paulo Schmidt, encontramos um grande número de diálogos e declarações entre os presidentes e seus respectivos interlocutores (adversários, outros presidentes, correligionários, entrevistadores, família, amigos etc.). A partir disso, identificamos o tipo de comportamento realizado nas falas e as modalidades a que se relacionam. Assim, observaremos alguns exemplos selecionados que contenham desencadeadores do riso e buscaremos compreender a relação entre as formas de enunciação e a Linguagem do Riso.

No texto a seguir, referente a Floriano Peixoto, o presidente utiliza do modo elocutivo (o interlocutor é uma testemunha) sobremodalizado pela categoria “aviso” do modo alocutivo. A partir dessa breve análise, entende-se que Floriano, pelo que podemos ver pela narração anterior a sua fala, busca ameaçar aqueles que estão instaurando *habeas corpus* em favor dos presos junto ao STF. Isso porque, pela ameaça, é provável que os que imputam o *habeas corpus* “hoje”, podem não ter esse mesmo poder “amanhã”, como o presidente mesmo afirma:

Modalidades (presentes nas falas dos presidentes): marcas discursivas e respectivas marcas linguísticas
Quando Rui Barbosa impetrou <i>habeas corpus</i> em favor dos presos junto ao Supremo Tribunal Federal, Floriano ameaçou: [Modo Elocutivo: Ignorância (Não saber) sobremodalizado de Aviso/ameaça]: “ <u>Não sei amanhã quem dará habeas corpus aos ministros do supremo</u> ” (SCHMIDT, 2016: p. 39).

**Grade 1:** Modalidades presentes na fala de Floriano Peixoto

Em outra situação, entretanto, Floriano utiliza o modo alocutivo pontualmente, indicando que a injunção e o aviso são feitos de forma diretamente relacionada a seu interlocutor, o Congresso, que também parece ser o alvo da ameaça, já que o presidente busca indicar seu poder pela escolha dos verbos, pois descobriu que o Congresso discutia sobre um assunto contrário ao que ele havia tomado uma decisão (a prisão de seus opositores) e, como forma de mostrar sua relação de influência sobre essas pessoas, o presidente deixa claro que poderiam discutir sobre o assunto, mas que ele tinha autoridade para fazer algo que realmente mudaria a situação (mandar prender), tanto que o *guia* o caracteriza como “novo ditador”.

Modalidades (presentes nas falas dos presidentes): marcas discursivas e respectivas marcas linguísticas
O estado de sítio foi declarado de novo e as garantias constitucionais suspensas. Por meio do decreto de 12 de abril de 1892, opositores ao novo ditador foram presos, desterrados ou deportados. Ao saber que o Congresso discutia a legalidade do encarceramento de alguns parlamentares, comentou [Modo Alocutivo]: “ <u>Vão discutindo [Injunção], que eu vou mandando prender [aviso]</u> ” (SCHMIDT, 2016: p. 38).

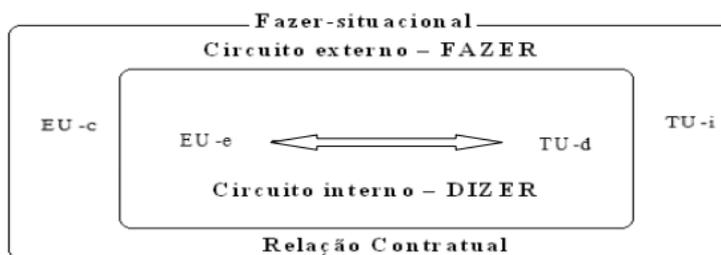
**Grade 2:** Modalidades presentes na fala de Floriano Peixoto

Destarte, como identificar se tais trechos realmente enquadram-se na Linguagem do Riso? O que atribui, em um texto, a característica de desencadeador ou não do riso? Bergson (2007: p. 77 apud Vale, 2013: p. 109-110) “explica que há dificuldades de se saber (e de dizer) do que realmente rimos, pois as frases não se fazem sozinhas, e que, se rimos delas, poderemos estar rindo de seu autor na mesma ocasião”. Ou seja, para determinar se existe um desencadeador humorístico em um texto, é preciso compreender as circunstâncias em que tal texto foi enunciado, pois os contextos histórico, social e de comunicação, os sujeitos da interação, influenciam na possibilidade de comicidade, já que “sabemos que é sobre o sujeito que as influências e as coerções sócio-histórico-culturais recaem. Com efeito, esse mesmo sujeito, visando fazer rir [...] deve [...] escolher, numa determinada linguagem, os elementos para a produção desse discurso em especial” (VALE, 2013: p. 66).

Assim, para compreender como a representação do “príncipe” se passa pelo Discurso Humorístico, é preciso identificar os sujeitos da interação analisada por outra perspectiva. Se anteriormente descrevemos os quadros e contratos de comunicação de todas as cenas internas do *guia* referentes aos presidentes, agora devemos depreendê-los para identificar as estratégias, as categorias e os sujeitos do riso.

### 3.2 Do quadro e do contrato de comunicação: os sujeitos do riso

De acordo com Freud (2017: p. 205), “No cômico são consideradas, em geral, duas pessoas: além de mim mesmo, a pessoa na qual descubro o elemento cômico. [...] Essas duas pessoas, o eu e a pessoa-objeto, são suficientes para o processo cômico; uma terceira pessoa pode aparecer, mas não é requerida”. Nesse sentido, para que o jogo enunciativo do chiste funcione, é preciso um enunciador e um interlocutor (que pode confundir-se com o alvo do chiste). Vale (2009) explica que a *mise en scène* do ato humorístico muda e, por mais que possa confundir-se tanto com enunciador quanto interlocutor, a identificação do alvo mostra-se importante. Para o autor, essa instância enunciativa possui uma natureza cambiante, justamente porque “ora pode representar um sujeito indiretamente presente durante o ato de linguagem, ora se fundir tanto ao locutor [...] ou ao destinatário [...]” (VALE, 2009: p. 54). Por isso, é preciso, primeiramente, retomar as instâncias enunciativa do *guia* depreendidas anteriormente a partir dos quadros comunicacionais de Charaudeau (2016) e Mello (2004), acrescentando a eles uma nova instância (a de alvo) para compreendermos as identidades dos parceiros e os direcionamentos da interação:



**Figura 1:** Quadro comunicacional segundo Charaudeau (2016). Fonte: VALE, 2009, p. 72

Tem-se no circuito externo:

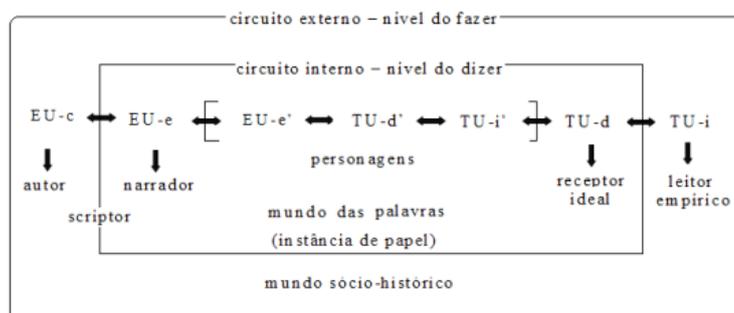
- EUc – Trata-se do autor do *guia*. Nesse caso, Paulo Schmidt: escritor, tradutor, editor e ilustrador.
- TUi – Representa qualquer pessoa que venha a entrar em contato com o *guia*.
- Alvo: os presidentes da República, que serão apresentados de modo politicamente incorreto.

E no circuito interno:

- EUe – Refere-se ao narrador do *guia* predominantemente em terceira pessoa.
- TUD – Público idealizado pelo *guia*: cidadão médio e de escolaridade média. População leitora curiosa, para quem interessa o pitoresco, além do viés técnico da política.

Entretanto, como em nossa pesquisa anterior, apenas a descrição do contrato de comunicação do *Guia* não é suficiente para compreender a representação dos presidentes, ainda mais agora pelos

recursos do DH. Isso porque o foco de nossa pesquisa está na enunciação realizada pelos mesmos. Assim, conforme Mello (2004), “existe, no mínimo, uma dupla enunciação no texto dramático”. Ou seja, os presidentes da República, e seus destinatários, no *guia*, fazem parte de uma cena interna ficcional, na qual eles são vistos como personagens. Dessa maneira, no ato comunicacional das cenas internas “Temos personagens [...] que imitam, que representam e ‘fingem’ estar no mundo real, com seus interlocutores comunicantes e interpretantes” (MELLO, 2004: p. 94). Nesse sentido, torna-se necessária a seguinte descrição dessas cenas, a que acrescentamos o alvo:



**Figura 2:** Quadro comunicacional das cenas internas ficcionais de acordo com Mello (2004). Fonte: VALE, 2009, p. 41

No circuito externo, tem-se:<sup>6</sup>

- EUc – Autor: Paulo Schmidt.
- TUi – Pessoas que venham a ter contato com o *guia*.
- Alvo: os presidentes da República, que serão apresentados de modo politicamente incorreto.

No circuito interno:

- EUe – Narrador predominantemente em terceira pessoa.
- TUD – Público idealizado pelo narrador: Cidadão médio e de escolaridade média. População leitora curiosa, para quem interessa o pitoresco, além do viés técnico da política.

Cena interna ficcional (personagens):

- EUe’ – Refere-se aos indivíduos históricos, presidentes da república do Brasil, como personagens.
- TUD’ – Hipótese do destinatário idealizado pelo presidente.
- TUi’ – Destinatário real; que recebe a fala do presidente.
- Alvo – Possui natureza cambiante entre o próprio presidente, seu destinatário ou um terceiro.

A partir disso, é possível identificar que o *guia* e suas cenas internas ficcionais determinam um novo quadro de comunicação, inserindo-se uma nova instância que permite identificar os sujeitos da interação humorística. Tendo isso em mente, é preciso, então, determinar quem são esses sujeitos em cada uma dessas cenas humorísticas, quais suas finalidades (visadas), seus propósitos (temas), circunstâncias e alvos. Poderemos, finalmente, compreender qual o grau de adequação da utilização da LR e do DH, pois será possível determinar se se trata de um anedotário ou de uma estratégia de potência

<sup>6</sup> Não evidenciaremos, aqui, o *scriptor*, pois, segundo Mello (2004), “julgamos que não há como determinar o nível exato de identificação entre autor – sujeito histórico e o *scriptor*.” Sabemos, porém, que ele é “aquele que exerce função literária, enquanto o autor sujeito histórico, além dessa, exerce outras funções discursivas.”

e identificação por parte do enunciador. Desse modo, descrevemos as cenas internas dos excertos que apresentam o DH acrescentando-lhes os alvos:

EUe'	TUd'	TUi'	Alvo
Deodoro da Fonseca	Possível confidente	Interlocutor indeterminável	República/Monarquia

**Grade 3:** quadro comunicacional de uma das falas de Deodoro da Fonseca

Para o quadro de comunicação descrito na grade 3, temos a fala de Deodoro da Fonseca, o primeiro presidente da República que, como Marechal, afirma “República no Brasil é coisa impossível, porque será uma verdadeira desgraça. Os brasileiros estão e estarão muito mal educados para republicanos. O único sustentáculo do nosso Brasil é a Monarquia; se mal com ela, pior sem ela”. Estando a República na posição de alvo, Deodoro confessa, por mais que faça parte dela, que a mesma não seria a melhor opção e que o país deveria voltar ao que era antes, fazendo com que a autoridade do presidente seja, no *guia*, descredibilizada.

Entretanto, considerando-se que as categorias do riso utilizadas pelos presidentes se baseiam na ironia e no sarcasmo (Cf. seção 3.3.), é preciso inferir outros sujeitos nos quadros de comunicação, pois:

Partindo da hipótese geral de que o ato de fala põe em cena um locutor, um enunciador, um destinatário e um receptor, podemos dizer que o ato humorístico é produzido por um determinado locutor com determinada identidade social [...], que se estabelece como enunciador com identidade discursiva (aquele que enuncia), ao endereço de determinado interlocutor com identidade social própria, via imagem de determinado destinatário tendo uma identidade discursiva construída pelo locutor, visando um determinado alvo. (CHARAUDEAU, 2011: p. 12)

Além disso, a ironia parte do pressuposto de que o que é dito não condiz com o que é pensado (CHARAUDEAU, 2006a). Ademais, para que se considere o sucesso do ato de comunicação, o interlocutor deve compreender essa estrutura, sendo ele o alvo ou cúmplice da ironia. Assim, é preciso acrescentar mais dois sujeitos, duplicando a cena interna ficcional (que já é, de certa forma, uma duplicação da cena externa):

EUc'	EUe'	TUd'	TUi'	Alvo
Deodoro da Fonseca (presidente da República)	Deodoro da Fonseca (diz ser contra a República)	Possível confidente	Interlocutor indeterminável/ Possibilidade: o povo brasileiro	República

**Grade 4:** quadro comunicacional humorístico de uma das falas de Deodoro da Fonseca

Desse modo, temos um presidente da República que propõe ser contrário à República da qual faz parte. Para que a ironia funcione, espera-se que TUd' (o destinatário) compreenda a identidade do presidente e sua proposição, além disso, também é preciso que TUi' interprete a compreensão do TUd'. No caso apresentado na grade 4, o presidente enuncia que “O único sustentáculo do nosso Brasil é a Monarquia; se mal com ela, pior sem ela” (SCHMIDT, 2016: p. 22). É irônico porque espera-se que um

presidente defenda a República. Porém, é preciso lembrar que as circunstâncias são outras e, como afirma Fausto (2018: p. 139), os anos de poder de Deodoro tratavam-se de um período de transição, já que “os anos posteriores ao 15 de novembro se caracterizaram por uma grande incerteza” e “Deodoro da Fonseca tornou-se chefe do Governo Provisório e algumas dezenas de oficiais foram eleitos para o Congresso Constituinte”. Em vista disso, “o jogo enunciativo consiste, portanto, para o falante em colocar o destinatário em uma posição em que ele deve descobrir a relação entre o que é dito explicitamente pelo enunciador e a intenção oculta do falante que esse explícito encobre” (CHARAUDEAU, 2011: p. 14 – tradução nossa<sup>7</sup>).

Já em relação ao contrato de comunicação, focamos nas finalidades que os presidentes exprimem ao utilizarem o DH. Isso porque, como podemos observar na fala de Jânio Quadros, que diz “O homem não é de trabalho, mas de paz mesmo” (SCHMIDT, 2016: p. 252), conseguimos compreender a causa das escolhas discursivas dos presidentes:

Contrato			
Identidade das personagens	Finalidade	Propósito (tema)	Circunstâncias
Jânio Quadros/ Secretário da Justiça	Exigir	Demissão do juiz de paz	Recado escrito

**Grade 5:** contrato comunicacional de uma das falas de Jânio Quadros

Logo, as finalidades das figuras históricas utilizando o DH e a LR vão de “informar” e “opinar” a “exigir”, “provocar”, “fazer-sentir”. Porém, “embora o sujeito do discurso possua certa margem de manobra (as estratégias discursivas) dentro dos mais diversos contratos de comunicação, ainda assim seu discurso é regulamentado por certas pressões do campo discursivo ao qual ele, o sujeito, está, de certo modo, subordinado” (VALE, 2015: p. 267). Ou seja, ainda é preciso que compreendamos as categorias do humor (CHARAUDEAU, 2006a; 2011) utilizadas pelos presidentes e os efeitos *ethóticos* (CHARAUDEAU, 2008b) que elas podem gerar.

### 3.2 As categorias do humor e o riso dos presidentes

Lipps (1898 apud Freud, 2017: p. 17) afirma que “o chiste seria, em geral, toda evocação consciente e habilidosa à comicidade, seja a comicidade da observação, seja da situação”. Já para Charaudeau (2006a), o humor pode ser feito através de jogos enunciativos (ironia e sarcasmo) e semânticos (trocadilhos, isotopias etc.), algo que dialoga com Freud, (2017: p. 22), o qual define que “a classificação [dos chistes] que encontramos na literatura descansa, por um lado, nos recursos técnicos empregados (trocadilhos e jogos de palavras) e, por outro lado, no uso que se faz deles no discurso”.

<sup>7</sup> No original: “Le jeu énonciatif consiste donc pour le locuteur à mettre le destinataire dans une position où il doit découvrir le rapport entre ce qui est dit explicitement par l'énonciateur et l'intention cachée du locuteur que recouvre cet explicite” (CHARAUDEAU, 2011, p. 14).

Além disso, Possenti (2008: p. 46) afirma que são as chaves linguísticas (técnicas) as responsáveis por “desencadear o riso” e “o que faz com que uma piada seja uma piada não é seu tema, sua conclusão, mas uma certa maneira de apresentar tal tema, sua tese sobre o tema.”

Nesse sentido, consideramos as definições anteriores para classificar os textos selecionados em nosso *corpus* como exemplos do Discurso Humorístico (ou não), pois “a menção do tema não é necessariamente uma piada” (POSSENTI, 2008: p. 46). Inclusive, pode apenas ser motivo de “chularia”, como percebemos em certos exemplos do *guia*. Em contrapartida, observamos que esses textos constituem *formas do riso*<sup>8</sup>. Além disso, existem evidências, a serem expostas na seguinte seção, de que o riso pode ser desencadeado pela enunciação do presidente, pelo contexto e pelo narrador, que introduz a enunciação.

A partir disso, é possível, também, inferir as categorias de Charaudeau (2006a) que explicam o tipo de humor e, em alguns textos, certas técnicas do chiste (FREUD, 2017) utilizadas para desencadear as categorias de ironia ou sarcasmo. Ademais, pela análise enunciativa, interpretamos o *ethos* dos locutores e identificamos se se trata de uma imagem positiva e mediada pela VRBANITAS ou negativa gerada pelo riso, pois “um jogo de palavras [...] responsável, muitas vezes, por certas *mudanças de isotopia*, pode implicar tanto um *barbarismo* [...] quanto uma *ironia/sarcasmo*” (VALE, 2013: p. 110 – grifos do autor).

### 3.2.1. A ironia

Segundo Charaudeau (2006a: p. 27-28 – tradução nossa<sup>9</sup>), as características da ironia consistem no fato de que “o ato de enunciação produz uma dissociação entre o que é dito e o que é pensado” e também no “ato de enunciação [que] faz coexistir o que é dito e o que é pensado”<sup>10</sup>, diferenciando a ironia da mentira. Ou seja, a ironia consiste em uma antífrase que, para funcionar e, provavelmente, gerar o riso, deve ser enunciada pelo locutor de modo que o interlocutor compreenda que se trata de um jogo enunciativo da mesma.

No seguinte exemplo, temos a fala de Deodoro da Fonseca, que afirma: “Só tive um protetor: Solano López”, diria mais tarde; “devo a ele, que provocou a Guerra do Paraguai, a minha carreira” (SCHMIDT, 2016: p. 23). O Trecho é irônico pelo assunto. No quadro de comunicação, Deodoro seria o EUc’ enquanto presidente da República; EUe’ enquanto detentor do poder resultante de um inimigo político; seus destinatários seriam possíveis entrevistadores; e os interpretantes não são identificáveis, mas devem ser capazes de compreender a ironia da associação do sucesso a um dos maiores inimigos para que o ato comunicativo funcione. Assim, a ironia funciona, nesse caso, pelo contexto da situação e

---

<sup>8</sup> Ao seu ministro das Relações Exteriores, que, recém-chegado dos Estados Unidos, enaltecia Nova York, São Francisco e Washington, indagou: — Visitaste o Washington? Tenho um busto dele” (SCHMIDT, 2016: p. 111). O excerto exemplifica uma das ocorrências das *formas do riso*, que, no guia, aparecem nas configurações de anedotas e piadas. Além disso, há, ainda, a presença de chistes, formas reduzidas do riso.

<sup>9</sup> No original: “Un acte d’énonciation qui produit une dissociation entre ce qui est dit et ce qui est pensé” (CHARAUDEAU, 2006a: p. 27).

<sup>10</sup> No original: “l’acte d’énonciation fait coexister ce qui est dit et ce qui est pensé” (CHARAUDEAU, 2006a: p. 28).

pela enunciação do presidente, desencadeando um *ethos* de potência, pois Deodoro exerce, de uma forma mais implícita e, logo, mais nobre, “uma violência verbal [...] em relação a adversários políticos” (CHARAUDEAU, 2008b: p. 138).

No entanto, em nossa análise, a ironia também pode desencadear-se devido às escolhas que o narrador faz ao introduzir a enunciação dos presidentes. Temos, por exemplo, a enunciação de Jânio Quadros: “No entanto, a doença da sua companheira inseparável era bem real. Com a sensibilidade que sempre o caracterizou, ele a apresentava no palanque dizendo: “Aqui está minha mulher, Eloá, segurando o microfone, CAN-CERO-SA!” (SCHMIDT, 2016: p. 258) A ironia desse trecho desencadeia-se devido ao fato de que o narrador propõe indicar a “sensibilidade” de Jânio Quadros, porém, o que vemos na fala do presidente é exatamente o contrário, desencadeando, portanto, o *ethos* de insensível e tolo de Quadros, mostrado como um presidente que usaria até mesmo da doença de sua esposa com a intenção de gerar identificação de humanidade entre seu público e ele mesmo.

Além disso, há, também, a “autoironia” (CHARAUDEAU, 2006a), em que o alvo do ato humorístico consiste no próprio locutor, que zomba de si mesmo e, conseqüentemente, mostra-se “não-sério”. Nessa situação, observemos Deodoro da Fonseca que, “Doente de cama, [...] rubricou o documento de renúncia, em 22 de novembro, declarando: – Assino o decreto de alforria do derradeiro escravo do Brasil” (SCHMIDT, 2016: p. 33). Temos, então, um presidente da República como comunicante, que tem a imagem de si mesmo como a de uma vítima, um “escravo” sendo libertado. Ou seja, o presidente via-se encarcerado na posição de poder e, ao deixá-la, ironiza, demonstrando sua falta de seriedade aos destinatários e interpretantes.

Entretanto, por mais que a ironia possa desencadear o riso, não se deve tomá-lo “como garantia do fato engraçado. Se o riso precisa ser desencadeado por um fato engraçado, isso não necessariamente desencadeia o riso” (CHARAUDEAU, 2006a: p. 20 – tradução nossa<sup>11</sup>), mas sim mostra, como nos casos descritos, as estratégias utilizadas pelos enunciadores para conquistarem seus objetivos (potência, simpatia, identificação), que são contemplados ou não.

### 3.2.2 O sarcasmo

Conforme Charaudeau (2011: p. 11 – tradução nossa<sup>12</sup>), “o humor corresponde sempre a uma finalidade lúdica, mas a esta podem ser acrescentadas outras finalidades mais críticas, mesmo agressivas, que envolvem o sujeito humorista e o seu interlocutor a partilhar um compromisso muito mais profundo.” Tendo isso em mente, “No sarcasmo, a relação entre o pensamento e o dito não é a mesma [da ironia]” (CHARAUDEAU, 2006a: p. 29 – tradução nossa<sup>13</sup>) e “está em desacordo com o decoro: diz

---

<sup>11</sup> No original: “il faut éviter d’aborder cette question en prenant le rire comme garant du fait humoristique. Si le rire a besoin d’être déclenché par un fait humoristique, celui-ci ne déclenche pas nécessairement le rire” (CHARAUDEAU, 2006a, p. 20).

<sup>12</sup> No original: “l’humour correspond toujours à une visée ludique, mais à celle-ci peuvent s’adjoindre d’autres visées plus critique, voire agressive, qui engage le sujet humoriste et son interlocuteur à partager un engagement bien plus profond” (CHARAUDEAU, 2011: p. 11).

<sup>13</sup> No original: “Dans le sarcasme, le rapport entre pensé et dit n’est pas le même (CHARAUDEAU, 2006a: p. 29).

o que não deve ser dito; portanto, deixa o interlocutor constrangido, mas ao mesmo tempo o falante fica à mercê de uma resposta do interlocutor que lhe indica sua impropriedade” (CHARAUDEAU, 2006a: p. 31 – tradução nossa<sup>14</sup>). Ou seja, se na ironia EUc’ pensa o contrário do que enuncia pelo EUE’, no sarcasmo ocorre o contrário e EUE’ enuncia o que EUc’ pensa, e o que fará com que TUD’ e TUI’ entrem em concordância para que o ato humorístico do sarcasmo funcione será o modo como ocorre a enunciação, isto é, tom de voz, expressões faciais e corporais. Trazendo, então, para o *guia*, temos o seguinte excerto, em que Getúlio Vargas critica seu opositor (e alvo) Osório Borba ao entrevistador Vergara:

Está aí outro adversário que precisamos conquistar. É também, dizem, um da feiura nacional. Se pudesse trazê-lo para a minha equipe ganharia duas vantagens de uma só vez: enriqueceria a minha galeria de feiosos e me livraria de um opositor inteligente, corajoso e de muito caráter. (SCHMIDT, 2016: p. 182)

Nesse caso, o presidente busca demonstrar sua potência ao provocar o adversário, o mesmo que ocorre na fala de Epitácio Pessoa, em que o alvo se trata de Arthur Bernardes: “Bernardes não aguentará 24 horas no Catete” (SCHMIDT, 2016: p. 141). Em ambas as situações, os enunciadores “ferem” a moral/honra de seus alvos, demonstrando que aquilo o que falam é aquilo o que pensam dessas pessoas. Essa situação pode, sim, elevar o *ethos* de potência pela violência verbal e pela demonstração de força, porém, também indica a falta de seriedade dos presidentes, que insultam e, logo, não condizem com o comportamento do “homem urbano”.

O mesmo ocorre com Juscelino Kubitschek, que consegue, por um lado, demonstrar sua potência no seguinte fragmento: “quando um repórter de *O Cruzeiro* lhe perguntou, maliciosamente, ‘E o problema do café?’, o mineiro respondeu [...]: “O vegetal ou o animal?” (SCHMIDT, 2016: p. 227). Isto é, ao ser perguntado sobre Café Filho (presidente na época), JK, que havia rompido com ele, zomba do adversário ao indicar, implicitamente, sua opinião sobre a figura (“animal”). Por outro lado, o sarcasmo de JK também indica insensibilidade, pois, por uma analogia, ele confessa a um amigo que sua vida “é um inferno... aqui são os militares, em Portugal é a Sara!” (SCHMIDT, 2016: p. 237-238). Assim, o presidente vê Sara, na identidade de esposa, do mesmo modo como vê os militares que o exilaram e exercendo o mesmo tipo de poder que eles exercem sobre ele, o de uma ditadura, desencadeando, então, um *ethos* “não-sério” e insensível por sua parte.

Por fim, as estratégias utilizadas por qualquer enunciador, mas principalmente pelo sujeito político, devem ser empregadas com muita inteligência, pois, além de indicar uma falta de credibilidade do “príncipe”, o ato de humor ainda pode, “dependendo do caso [...] magoar o outro ou torná-lo cúmplice” (CHARAUDEAU, 2006a: p. 22). Isso porque a legitimidade que autoriza alguém a produzir atos humorísticos depende, segundo Charaudeau (2011), das identidades do locutor/interlocutor, de suas

---

<sup>14</sup> “est en décalage avec la bienséance : il dit ce qui ne devrait pas se dire ; il met donc l’interlocuteur mal à l’aise, mais en même temps le locuteur est à la merci d’une réplique de l’interlocuteur qui lui signifie son inconvenance” (CHARAUDEAU, 2006a: p. 31)

relações e das circunstâncias e, além disso, algo que é considerado como humorístico em certas situações, pode passar a ser considerado uma ameaça em outras.

## Conclusão

Podemos concluir que as possíveis representações discursivas dos “príncipes” no *Guia Politicamente Incorreto dos Presidentes da República* construída pelas estratégias linguístico-discursivas referentes às categorias do humor e as características dos *ethé* (CHARAUDEAU, 2006a, 2008b, 2011; VALE, 2013) identificadas (e analisadas seguindo o modelo dos exemplos anteriores) nas falas do *corpus* são:

- Ironia: 28 recorrências
- Sarcasmo: 24 recorrências

Nesse caso, é importante ressaltar a presença dessas estratégias de modo quantitativo após análise qualitativa de cada um dos textos, pois, a partir disso, foi possível interpretar que, dentre as recorrências apresentadas, o sarcasmo é identificável em maior quantidade em relação a opositores ou a pessoas do próprio partido (família, secretários), enquanto a ironia também ocorre nas situações citadas, mas acrescenta-se a ela a autoironia e alvos mais abstratos (a República, por exemplo). Ambas as categorias desencadeiam tanto *ethé* positivos (potente, solidário, humano) quanto negativos (não-sério, insensível, tolo, adúltero, desumano etc.), o que deve ser levado em consideração, como afirma Charaudeau (2006a), é o interlocutor ao qual ocorre o direcionamento e os efeitos que o ato humorístico pode gerar (o riso ou a ameaça). Além disso, o desencadeador do riso pode achar-se na enunciação, no contexto histórico e no texto-suporte do narrador que, para atingir os objetivos do *guia*, direciona certas interpretações para o leitor, que deve escolher interpretar da mesma forma ou não.

Por fim, é sempre importante recordar que existe uma cena mais externa, composta pelos autores. Essa cena externa, sendo a que determina a relação entre o contexto interno do *guia* e o público que busca consumir o *discurso mais vendido da história*, é a que estabelece, também, a relação do *guia* com seus destinatários e as visadas do *guia* que se baseiam em reproduzir um conteúdo politicamente incorreto equiparado ou sobreposto ao discurso historiográfico brasileiro.

## Referências

- ARISTÓTELES. *Ética a Nicômaco*. 5 ed. São Paulo: Martin Claret, 2011. 119 p.
- BAKHTIN, M. M. Os Gêneros do Discurso. In: BAKHTIN, M. M. *Estética da Criação Verbal*. 2a ed. São Paulo: Martins Fontes, 1997. p. 277-326
- BAKHTIN, M. M. *Questões de literatura e de estética: a teoria do romance*. 6 ed. São Paulo: Hucitec, 2010. 440 p.
- BERGSON, H. *O riso: ensaio sobre significação da comicidade*. 2 ed. São Paulo: Martins Fontes, 2007. 168 p.
- CHARAUDEAU, P. Contrato de comunicação. In: CHARAUDEAU, P.; MAINGUENEAU, D. *Dicionário de análise do discurso*. 2 ed., São Paulo: Contexto, 2008a, p. 130-133.
- CHARAUDEAU, P. *Des Catégories Pour L'Humour? Revue Questions de communication*. nº10, Presses Universitaires de Nancy, Nancy, 2006a, p. 19-41.
- CHARAUDEAU, P. *Des catégories pour l'humour*. Précisions, rectifications, compléments. In: Vivero Ma.D. (dir.), *Humour et crises sociales. Regards croisés France-Espagne*, L'Harmattan, Paris, 2011. p. 9-43.
- CHARAUDEAU, P. *Discurso das mídias*. São Paulo: Contexto, 2006b. 288 p.
- CHARAUDEAU, P. *Discurso Político*. 1 ed., São Paulo: Contexto, 2008b. 328 p.
- CHARAUDEAU, P. *Linguagem e discurso: modos de organização*. 2 ed., São Paulo: Contexto, 2016. 256 p.
- COSTA, S. R. *Dicionário de Gêneros Textuais*. Belo Horizonte: Autêntica, 2008. 289 p.
- FAUSTO, B. *História Concisa do Brasil*. 3. ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2018. 310 p.
- FERREIRA, A. B. H. *Miniaurélio: o dicionário da língua portuguesa*. Coordenação de edição Margarida dos Anjos, Marina Baird Ferreira. 6 ed. Curitiba: Positivo, 2005. 896 p.
- FREUD, S. *Obras completas, volume 7: Os chistes e a sua relação com o inconsciente*. 1 ed., São Paulo: Companhia das Letras, 2017. 347 p.
- HUMOR. In: *Michaelis: Dicionário Brasileiro da Língua Portuguesa*. São Paulo: Editora Melhoramentos Ltda, 2015. Disponível em: <https://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/busca/portugues-brasileiro/humor/> Acesso em: 22 jul. 2021.
- HUMOUR. In: *Larousse Dictionnaires: Langue Française*. Paris: Larousse. Disponível em: <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/humour/40668> Acesso em: 16 ago. 2021.
- MATTOSO, J. *A escrita da história: teoria e métodos*. Lisboa: Editora Estampa, 1997. 216 p.
- MELLO, R. Teatro, Gênero e Análise do Discurso. In: MACHADO, I. L. & MELLO, R. (orgs) *Gêneros: Reflexões em Análise do Discurso*. Belo Horizonte: NAD/FALE/UFMG, 2004. Cap. 5, p. 87-106.
- NARLOCH, Leandro. *Guia Politicamente Incorreto da História do Brasil*. São Paulo: LeYa, 2011. 367p.

- PLATÃO. *República*. São Paulo: Martin Claret, 2012. 459p.
- POSSENTI, S. *Os humores da língua: análise linguística de piadas*. 5 reimpr. Campinas, SP: Mercado das Letras, 2008. 160 p.
- RISO. In: *Michaelis: Dicionário Brasileiro da Língua Portuguesa*. São Paulo, SP: Editora Melhoramentos Ltda, 2015. Disponível em: <https://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/busca/portugues-brasileiro/riso/> Acesso em: 22 jul. 2021.
- SCHMIDT, P. *Guia politicamente incorreto dos presidentes da república*. São Paulo, SP: Leya, 2016. 431 p.
- VALE, R. P. G. Suetônios maquiavélicos made in Brazil: construindo biografias politicamente incorretas. In: Maráisa Lopes; José Ribamar Lopes Batista Jr.; João Benvindo de Moura. (Orgs). *Linguagem, discurso e produção de sentido*. 1 ed. São Paulo: Pá de Palavra, 2018, v. 1, p. 245-259.
- VALE, R. P. G. *A mulher nas piadas de almanaques: estratégias discursivas e representações sociais*. 2009. 135f. Dissertação (mestrado) – Faculdade de Letras, POSLIN, UFMG, Belo Horizonte.
- VALE, R. P. G. *Humor, humoristas e problemas de topia discursiva*. *Linguagem em (Dis)curso – LemD*, Tubarão, SC, v. 15, n. 2, p. 267-283, maio/ago. 2015.
- 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.