

INSOLÊNCIA NA DOSE CERTA: HUMOR E *ETHOS* EM UMA ANÁLISE DE CASSETA & PLANETA

Ana Cristina Carmelino*

Resumo: Partindo de alguns dos pressupostos teóricos da Linguística Textual e da Nova Retórica, este trabalho estuda as dicas-piadas do grupo humorístico Casseta & Planeta contidas no livro *Como se dar bem na vida, mesmo sendo um bosta* (2005) e busca compreender não só as técnicas vinculadas à linguagem envolvidas na construção do humor, mas, também, como o *ethos* do Casseta & Planeta se constitui, retoricamente, nessas piadas. Considerando-se que o *ethos* consiste na imagem que o orador constrói *de si e dos outros* no interior do discurso, observamos que o *ethos* dos Cassetas se revela especialmente a partir de certas seleções lexicais e recortes temáticos que o grupo faz. A essas escolhas e recortes também se deve a produção do efeito de sentido humorístico, que exige, para se instituir, inferência e conhecimento prévio por parte do leitor/ouvinte.

Palavras-chave: Humor. *Ethos*. Dica-piada. Casseta & Planeta.

Abstract: Starting with some of the theoretical assumptions of Text Linguistics and New Rhetoric, this paper studies the *tips-jokes* the comedy group Casseta & Planeta contained in the book *Como se dar bem na vida, mesmo sendo um bosta* (2005) and seeks to understand not only techniques related to the language involved in the construction of humor, but, also, as the *ethos* of Casseta & Planeta is constituted rhetorically, these jokes. Considering that the *ethos* is the image that the speaker constructs of self and others within the discourse, we observed that the *ethos* of Cassetas proves especially from certain lexical selections and excerpts theme that the group does. The choices and these cuttings should also be production of the humorous effect of meaning that demands to be instituted, inference and prior knowledge by the reader / listener.

Keywords: Humor. *Ethos*. Tip-joke. Casseta & Planeta.

Considerações iniciais

Neste ensaio procuramos refletir sobre a construção do humor e a constituição do *ethos* do grupo humorístico Casseta & Planeta. Para isso, analisamos as dicas-piadas do grupo que se encontram na obra intitulada *Como se dar bem na vida, mesmo sendo um bosta* (2005).

* Professora do Departamento de Línguas e Letras e do Programa de Pós-Graduação em Linguística da Universidade Federal do Espírito Santo (UFES), Vitória-ES, Brasil, anacriscarmelino@gmail.com

Além do diálogo que estabelecemos com os estudos que buscam explicar a deflagração do humor por meio de técnicas vinculadas à linguagem – como é o caso de Possenti (1998), Travaglia (1990, 1992) e Grize (1990) –, os principais conceitos teóricos que fundamentam nossas análises são da Linguística Textual e da Nova Retórica, a saber: conhecimento prévio, inferência e *ethos*.

O Casseta & Planeta é um grupo humorístico brasileiro que surgiu na década de 80 com a fusão das turmas de duas publicações de humor do Rio de Janeiro: a revista *Casseta Popular* e o tablóide *O Planeta Diário*. *Casseta Popular* era uma paródia à *Gazeta*, inaugurada em 1978 pelos alunos do curso de Engenharia de Produção da UFRJ – Beto Silva, Hélio de la Peña e Marcelo Madureira – e distribuída apenas na universidade. *O Planeta Diário* foi um influente jornal mensal de humor produzido pelos cariocas Hubert, Reinaldo e Cláudio Paiva, egressos do *Pasquim*, entre 1984 e 1992. Desde sua primeira edição, estabeleceu um padrão de humor gráfico baseado na sátira aos jornais *sérios*, diferente de tudo que se conhecia, apresentando um layout conservador, destinado a se confundir com os periódicos tradicionais nas bancas. O trabalho dessa troupe convergiu em jornais, revistas, *website*, produtos, discos, shows, livros e filmes. No entanto, o principal veículo deles é o programa de TV *Casseta & Planeta, urgente!* exibido desde 1992, nas noites de terça-feira na Rede Globo.

Os temas de suas piadas são bastante diversificados, uma vez que compreendem os clássicos socialmente controversos (como sexo, política, racismo), acontecimentos atuais (geralmente no país) e os problemas do dia a dia (como amor, casamento, trabalho, família, sucesso).

A obra *Como se dar bem na vida, mesmo sendo um bosta* consiste numa divertida sátira aos livros de autoajuda. Nela, os politicamente incorretos PHDs – Dr. Hélio de la Peña, Dr. Beto Silva, Dr. Marcelo Madureira, Dr. Bussunda (falecido em 2006), Dr. Cláudio Manoel, Dr. Hubert e Dr. Reinaldo – ensinam vários truques e quebra-galhos para as pessoas se darem bem na vida, como vemos nas informações retiradas da capa:

Nada na sua vida dá certo,
você é um incompetente no trabalho,
um perna de pau no futebol e
um mané com as mulheres?
Não se desespere, nem tudo está perdido!
Com este maravilhoso manual
para se dar bem na vida,
você vai aprender a reverter este
quadro que tanto te atormenta!

Dicas sensacionais ao alcance de qualquer um,
até mesmo de um bosta como você! (2005)

As dicas-piadas, objeto de nosso estudo, aparecem diluídas nos dez capítulos que compõem a obra e podem ser entendidas como informações-chave para a resolução de problemas ou dificuldades de diferentes situações próprias da vida de qualquer pessoa comum, fazendo, portanto, parte do domínio discursivo cotidiano, uma vez que tratam de questões de ordem social, como podemos verificar a partir dos títulos dos capítulos: *Como se dar bem... no amor, (...) no trabalho, (...) com o seu corpinho, (...) com a família, (...) no sexo, (...) nos esportes, (...) socialmente.*

Conforme veremos, embora a finalidade discursiva principal das dicas-piadas do Casseta & Planeta seja provocar risos, o objetivo da construção humorística é a denúncia e a liberação.

O humor e o *ethos* do Casseta & Planeta

Os textos humorísticos podem tanto tender à busca de uma originalidade instigante, como podem seguir uma direção oposta, repetindo esquemas estereotipados. Ademais, o riso pode se manifestar de forma inofensiva ou não. Segundo entendemos, o humor vai muito além do simples ato de fazer rir. De acordo com Travaglia (1992, p. 55), é “uma forma de revelar e de flagrar outras possibilidades de visão do mundo e das realidades naturais ou culturais que nos cercam”. As piadas, por exemplo, para Possenti (1998), podem revelar os problemas sociais e culturais existentes em uma sociedade.

A construção humorística de um texto pode estar relacionada a diferentes recursos linguísticos. Conforme Grize (1990, p. 48), o riso pode ser gerado por recursos como o léxico, as especificações (feitas por meio de apostos e de orações adjetivas, elas podem colocar em destaque aspectos de um objeto), a questão absurda e a ironia. Possenti (1998), ao falar dos mecanismos envolvidos na construção das piadas, ressalta como recursos linguísticos: a fonologia, a morfologia, o léxico, a dêixis, a sintaxe, a pressuposição, a inferência, o conhecimento prévio e a variação linguística. Travaglia (1992), em um estudo de programas humorísticos veiculados na TV, considera como técnicas a cumplicidade, a ironia, a mistura de lugares sociais ou posições de sujeito, a ambiguidade, o uso de estereótipos, a contradição, a sugestão, a descontinuidade de tópico, a paródia, o jogo de palavras, o quebra-língua, o

exagero, o desrespeito a regras conversacionais, as observações metalinguísticas e a violação de normas sociais explícitas.

Dentre todas as técnicas que podem ser os responsáveis pela produção do humor, verificamos que muitas delas se fazem presentes nas dicas-piadas do Cassetta & Planeta contidas em *Como se dar bem na vida, mesmo sendo um bosta*. A *paródia*, a *inversão*, a *comparação*, o *jogo de palavras* ou *trocadilho*, a *ambiguidade*, o *estereótipo* e a *violação das normas sociais*, no entanto, são as mais recorrentes. Convém ressaltar, contudo, que esses recursos só geram o efeito de sentido humorístico se o leitor fizer inferências e ativar seus conhecimentos prévios; conceitos discutidos pela Linguística Textual de base sociocognitivista e interacionista.

Para a Linguística Textual, o texto não consiste em um artefato linguístico, um depósito de informações construído previamente; mas sim em um ato enunciativo em permanente elaboração, cuja compreensão não requer apenas o ato de decodificar, mas o de inferir e mobilizar conhecimentos. Os conhecimentos ativados no processamento textual resultam das inúmeras atividades nas quais nos envolvemos ao longo de nossa vida e podem estar relacionados à língua, ao mundo e às práticas interacionais.

Como nenhum texto traz toda a informação que se quer comunicar por meio dele, visto que a maioria dos sentidos repousa no conhecimento partilhado pelos interlocutores, a mobilização dos conhecimentos armazenados na memória só se torna possível graças à inferência, estratégia cognitiva por meio da qual o interlocutor constrói, a partir da informação veiculada no texto e do contexto, “novas representações mentais e/ou estabelece uma ponte entre segmentos textuais, ou entre informação explícita e informação não explicitada no texto” (KOCH, 2003, p. 36).

Tais considerações permitem dizer, portanto, que o conhecimento prévio e a inferência são essenciais para o estabelecimento do efeito de sentido que um texto é capaz de produzir entre interlocutores em uma situação de interação comunicativa.

Vejamos, agora, como se efetiva a construção do sentido humorístico nas dicas-piadas a partir das técnicas mais recorrentes e dos conceitos acima mencionados.

A *paródia*, segundo Travaglia (1992), “alude ao original ridicularizando-o, normalmente pelo caricatural” (p. 62). Esse fenômeno lança mão apenas da forma de um texto e altera o conteúdo para criticar seja o texto fonte, seja qualquer elemento da sociedade. É o que vemos em “Se for dirigir, não olhe para a bunda. Se for olhar para a bunda, não dirija” (*Como se dar bem socialmente*, 2005, p. 123), em que há subversão da construção de

advertência instituída pelo Ministério da Saúde “Se for beber, não dirija”, a qual acompanha as propagandas de bebidas alcoólicas. Nesse caso, a paródia só surte o efeito de sentido esperado, se o leitor ativar seu conhecimento de mundo a respeito da postura de muitos homens no trânsito (a de desviar a atenção sempre que vê uma bunda de mulher) e estabelecer relação entre esse conhecimento e o da advertência instituída pelo Ministério da Saúde. Desse modo, o humor, aqui, é gerado pela relação que se estabelece entre a informação explícita e a informação não explicitada na dica-piada.

A inversão, tipo de contradição, pode ser entendida como o ato de trocar a ordem em que se acham quaisquer elementos. No caso das dicas-piadas dos Cassetas, observamos que esse é um recurso bastante comum. No enunciado:



Figura 1: Algumas piadas para levantar o astral de seu casamento (2005, p. 33)

a inversão pode ser vista por meio da estrutura que contradiz algo estabelecido ou esperado pelo leitor, como é o caso de “o ódio entre os cônjuges é a base de um bom casamento”, já que se tem o conhecimento prévio de que a base do bom relacionamento é o amor e o respeito (pelo menos é o que se apregoa).

A comparação presente nas dicas-piadas consiste, muitas vezes, em veículo de ironia. Em:

A economia do Brasil deveria se comportar como um casal da terceira idade. O dólar tinha que ser como bilau de velho, sem subir nunca. E os juros que nem peito de velha: caindo direto! (*Como se dar bem socialmente*, 2005, p. 125).

a comparação da *economia do Brasil* com *casal da terceira idade* a partir do marcador *como* deve-se ao fato de os significantes *dólar* e *bilau* e *juros* e *peito de velha* poderem se referir às mesmas ações, quais sejam a de *subir* e *baixar*. A comparação de efeito irônico é construída principalmente quando a transposição de sentido entre realidades distintas é feita para o plano sexual. Para a construção do sentido desse enunciado, o leitor necessita ativar não só o conhecimento de mundo em relação às duas realidades, mas principalmente inferir que o sistema econômico no Brasil varia tanto a ponto de ser ridicularizado.

O jogo de palavras ou trocadilho, que geralmente é garantido “pela semelhança fônica entre termos de sentidos diferentes” (TRAVAGLIA, 1992, p. 64), pode ser visto em,

Você perdeu o emprego? Seu filho assumiu a sua condição de *gay* confesso? Sua mulher está te traindo com seu melhor amigo? Cuidado! Você pode ter contraído febre *sifóide*. Depois que você pega essa doença, só *sifóide*. (*Como se dar bem socialmente*, 2005, p. 126)

exemplo no qual os Cassetas fazem um trocadilho semântico de *febre tifóide* (doença infecciosa provocada pela bactéria Gram-negativa *Salmonella typhi*, endêmica na África, na Ásia e na América do Sul, transmitida pela água ou por alimentos contaminados pelos excrementos humanos infectados e caracterizada por febre alta, prostração, diarreia, podendo também gerar graves problemas cardíacos, digestivos e neurológicos, devido à liberação de toxinas bacterianas na corrente sanguínea) com *febre sifóide*. O termo *sifóide* consiste em um neologismo cuja criação pode ser inferida a partir da junção do pronome *se* com o verbo *foder* (*se foder* > *si fode* > *sifóide*) e cujo sentido é *danar-se, sair-se muito mal, entrar pelo cano*.

A construção de sentido desse enunciado, bem como seu efeito humorístico dependem de um leitor que realize inferências a partir de seu conhecimento de mundo (o que vem a ser febre tifóide) e de seu conhecimento linguístico (já que esta piada pode ser considerada de ordem morfológica pelo fato de envolver processo de formação de palavras).

A ambiguidade como gatilho da construção humorística pode ser vista em:

Mas não se desespere. Nem tudo está perdido. Faça uma REFLEXÃO. Pegue um espelho bem grande, de mais ou menos 2m x 3m (reflexão tem que ser com espelho grande, porque se o espelho for pequeno é só um reflexo). Olhe-se no espelho. Ponha a mão na CONSCIÊNCIA. Agora LAVE BEM a mão. Passe CREOLINA e

DESINFETANTE na mão. Enxugue a mão. Agora pergunte a si mesmo: Eu sou realmente um bosta ou eu não passo de uma molécula infinitesimal da menor partícula da titica de galinha? (*Antes de mais nada...*, 2005, p. 10).

Nesse caso, a obscuridade de sentido é gerada pela possibilidade do termo *reflexão* referir-se tanto ao aumentativo de *reflexo* (um reflexo grande) quanto ao ato de *refletir* (meditar). O duplo sentido envolve conhecimento de mundo e linguístico por parte do leitor.

O estereótipo, outro mecanismo gerador do humor, diz respeito ao “uso de elementos próprios de uma classe ou grupo social que aparecem normalmente caricaturados” (TRAVAGLIA, 1992, p. 61). Ele pode ser valorado socialmente de forma negativa (quando não são do grupo dominante) ou positiva (como elemento de identidade do grupo respaldada por sentimentos de solidariedade). No humor, conforme ressalta o estudioso, esse mecanismo é sempre usado numa dimensão social negativa, pois “o riso advém da desvalorização social, do estigma que faz do estereótipo algo ridículo”.

Nas dicas-piadas analisadas encontramos estereótipos do tipo: a loira burra, a mulher interesseira, o chefe safado; o adolescente esquisito e revoltado, o funcionário puxa-saco, como vemos em:

Não seja machista, as mulheres não são tão interesseiras assim. As únicas que vão dar para você por dinheiro são as prostitutas. As outras vão dar pra você, se você tiver um carro maneiro. Gastar no carro acaba saindo mais em conta, afinal você poupa o transporte e o motel (*Por que uma mulher daria pra você*, 2005, p. 23).

Em alguns casos, vemos que o Casseta & Planeta foge do estereótipo como meio de garantir o humor e denunciar. É o caso do próximo exemplo, no qual há uma inversão no papel da funcionária que é assediada pelo chefe safado: de coitadinha ela passa a esperta:

ASSÉDIO SEXUAL

Se você é uma mulher bonita, ou razoavelmente bonita, ou pelo menos que dê para encarar, uma boa fórmula para se dar bem no trabalho é dar em cima do chefe (*). Mas é claro que você não vai dar em cima dele para cair em sua cantada, sair com ele, jantar com ele e dar para ele! Pelo amor de deus, isso é muito antigo! O negócio é colocar aquele decote provocante, colocar as pernocas de fora numa superminissaia e, quando o chefão partir com tudo pra cima de você, gravar tudo e ameaçá-lo de assédio sexual. Dependendo da escrotidão da cantada do chefe, você pode até pegar o lugar dele!

(*) Se você é homem e o seu chefe é gay, essa dica também é válida. (*Como se dar bem no trabalho, mesmo sendo um incompetente retardado*, 2005, p. 47)

A denúncia, que segundo Travaglia (1992) consiste em uma forma de crítica, ocorre quando se mostra o absurdo e o ridículo de muitos comportamentos do homem, os quais, embora não sejam escancarados, são admitidos e até mesmo incentivados pela sociedade: como o fato de se dar bem no emprego não importa por que meios.

Dentre todos os recursos linguísticos envolvidos na construção do humor, o mais frequente em *Como se dar bem na vida, mesmo sendo um bosta* é o uso da violação das normas sociais. Sabendo-se que um dos objetivos do humor é contestar, romper com a estrutura social vigente, a forma mais comum de se fazer isso é violando aquilo que é considerado norma social, que tem caráter oficial. Os Cassetas, então, lançam mão desse mecanismo e escancaram tudo o que a norma da boa educação manda calar, não só explicitando comportamentos que contrariam o que a sociedade estabeleceu, mas também depreciando tudo e a todos. Para isso, o grupo utiliza-se de uma linguagem característica: escrachada, obscena, repleta de baixo calão, gíria, palavrão. É o que vemos em:

MASTURBAÇÃO PRECOCE

Também se costuma confundir masturbador precoce com o ejaculador precoce. A ejaculação precoce, mal que mela, emporcalha e preocupa milhares de pessoas, ocorre quando o sujeito se esporra todo apenas ao ver que a moça deu bola, sem a utilização das mãos ou qualquer outro tipo de instrumento. O masturbador precoce, ao sentir que a moça caiu no seu papo, corre ao banheiro e usa de suas mãos, na prática da malfadada covardia, do popular cinco contra um, da punheta, bronha ou coisa que o valha, com a ajuda de cuspe, sabão, xampu ou qualquer outra porra que o ajude a produzir porra (*Como se dar bem no sexo*, 2005, p. 99).

O uso da linguagem sem polidez consiste em um meio de romper com os tabus impostos, com a censura social.

Conforme Amossy (2005) – que afirma que basta tomar a palavra: o estilo, o jeito de se expressar, as crenças implícitas são suficientes para construir uma imagem de si diante de um auditório – e levando em consideração a linguagem (sem limites) e os mecanismos linguísticos provocadores do humor em *Como se dar bem na vida, mesmo sendo um bosta* (2005), é possível verificar como se constitui o *ethos* do Casseta & Planeta.

O *ethos* – uma das três provas engendradas pelo discurso nas quais a Retórica¹ está embasada para a obtenção do sucesso no processo de persuasão – diz respeito ao caráter que o

¹ Conforme Aristóteles (1964), a retórica (ciência mais prestigiada da antiguidade) consiste numa argumentação rigorosa, mas diferente da lógica que busca uma verdade irrefutável: os argumentos são convincentes, porém, por não serem verdades absolutas, podem ser questionados. O orador, que pode sustentar ou anular uma tese, deve descobrir pelo pensamento, pela reflexão o que cada questão tem de persuasivo. Persuadir, portanto, é o

orador deve assumir para inspirar confiança no seu auditório. O *pathos* – que está relacionado às emoções e sentimentos despertados pelo orador no auditório – e o *logos* – que está intimamente ligado a todo argumento e deriva da razão – são as outras duas provas.

Dentre essas três provas, de acordo com Eggs (2005, p. 29), o *ethos* é a mais importante, visto que contribui para a persuasão. Na leitura que faz da Retórica de Aristóteles, Eggs (*op. cit.*) observa a existência de sentidos opostos ligados ao *ethos*: um, com sentido moral, que engloba atitudes e virtudes como honestidade, benevolência ou equidade; e outro, de sentido neutro, que reúne termos como hábitos, modos e costumes ou caráter.

O argumento ético (do grego *ethos*) é a imagem que o orador transmite de si mesmo ao auditório, mesmo utilizando argumentos bastante lógicos, o orador não consegue persuadir seus ouvintes se não tiver despertado sua confiança. Essa imagem varia de acordo com o objetivo da persuasão e não é necessário que o orador fale explicitamente sobre ele mesmo. O *ethos* é construído através dos implícitos contidos nos discursos. O sucesso da persuasão está diretamente relacionado à sua construção e não há preocupação com a sinceridade, o caráter transmitido é aparente, não precisa ser real. Tringali (1988) chega a conceituá-lo como a máscara que o orador assume.

As teorias da argumentação contemporâneas, conhecidas como Nova Retórica, atualizam a noção de *ethos*. Perelman e Olbrechts-Tyteca (1996) enfatizam a necessidade que o orador passa a ter de adaptar-se a seu auditório. De acordo com Amossy (2005), o orador deve “fazer uma imagem” do auditório e, “correlativamente, construir uma imagem confiável de sua própria pessoa, em função das crenças e valores que ele atribui àqueles que o ouvem” (p. 19). Esse dinamismo realça uma imagem de si no discurso. Para isso, não é preciso fazer um autorretrato ou descrever-se explicitamente para construir uma imagem diante de um auditório, basta tomar a palavra.

Considerando que toda forma de se expressar resulta de uma escolha entre várias possibilidades linguísticas e estilísticas e que isso, então, é suficiente para a construção do *ethos*, podemos dizer que o *ethos* do Casseta & Planeta se constitui como escrachado, demolidor, esculhambador, desconcertador e irreverente; o que se confirma a partir dos mecanismos linguísticos mobilizados na construção do humor e da linguagem: elementos que denunciam o absurdo e o ridículo de muitos comportamentos do homem, bem como rompem com a proibição e a censura social imposta à sociedade. Vejamos mais alguns exemplos:

objetivo do orador, o qual tem a incumbência de levar alguém a crer em alguma coisa. Nesse processo, o importante, em si, não é a *verdade*, mas o verossímil.

Você pode ser aquela gordinha simpática, carente e fofoqueira que sua amiga gostosa adora levar pras festinhas em que ela vai se dar bem. Mas se você é uma mocréia do tipo popular e fogosa, pode se dedicar à política e se eleger deputada federal. Assim vai poder fazer um monte de sacanagem e foder com todo o povo brasileiro (*Como uma adolescente pode se dar bem no primeiro encontro*, 2005, p. 31).

Quem nunca sai de cima, um dia trepa (*Como se dar bem com as mulheres, mesmo sendo um merda*, 2005, p. 26).

Bom, pra quem é, realmente, um bosta, este capítulo traz excelentes notícias. Esta é uma das áreas mais propícias para você e seu solitário neurônio alcançarem aquilo de que todo mundo gosta, aquilo que todo mundo quer: boceta, xoxota e mulé! (*Como fazer sucesso na TV, mesmo sendo um merda*, 2005, p. 58).

Desse modo, em *Como se dar bem na vida, mesmo sendo um bosta*, há um misto de originalidade e repetição de esquemas estereotipados que consagra o grupo Casseta & Planeta, tornando-o referência no humor brasileiro.

O cômico presente nas dicas-piadas não é inofensivo, funciona, na maioria dos casos, como liberação e denúncia e é gerado pela mobilização de uma série de recursos linguísticos, a saber: paródia, inversão, comparação, ambiguidade, jogo de palavras, estereótipo e violação às normas sociais. No entanto, convém salientar que a construção do sentido das dicas-piadas não seria possível se não levasse em conta as inferências e os conhecimentos prévios do leitor.

Assim, seja pela linguagem, seja pelos recursos provocadores do humor de que se utilizam, os Cassetas criam uma imagem de irreverentes e escrachados.

Referências

AMOSSY, R. *Imagens de si no discurso: a construção do ethos*. São Paulo: Contexto, 2005, p. 9-27.

ARISTÓTELES. *Arte retórica e arte poética*. Tradução de Antonio Pinto de Carvalho. São Paulo: Clássicos Garnier, 1964.

CASSETA & PLANETA. *Como se dar bem na vida, mesmo sendo um bosta*. Rio de Janeiro: Objetiva, 2005.

EGGS, E. Ethos aristotélico, convicção e pragmática moderna. In: AMOSSY, R. *Imagens de si no discurso: a construção do ethos*. São Paulo: Contexto, 2005, p. 29-52.

GRIZE, J. B. *Logique e langage*. Paris: Orphy, 1990.

KOCH, I. V. G. *O texto e a construção dos sentidos*. 7 ed. São Paulo: Contexto, 2003.

PERELMAN, C.; OLBRECHTS-YTECA, L. *Tratado de argumentação: a nova retórica*. São Paulo: Martins Fontes, 1996.

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

TRAVAGLIA, L. C. Uma introdução ao estudo do humor pela linguística. *D.E.L.T.A*, v. 6, n. 1, 1990, p. 55-82.

_____. O que é engraçado? Categorias do risível e o humor brasileiro na televisão. *Leitura: Estudos linguísticos e literários*. Maceió, Universidade Federal de Alagoas, n. 5, 6, p. 42-79, 1992.

TRINGALI, D. *Introdução à retórica: a retórica como crítica literária*. São Paulo: Duas Cidades, 1988.