

Ironia verbal: marcas, funcionamento, efetivação e absurdo

Verbal irony: marks, operation, effectiveness, and absurd

Marcelo da Silva Amorim *
marcsamorim@gmail.com
Universidade Federal do Rio Grande do Norte

Ricardo Alexandre Peixoto Barbosa **
ricardoalex_78@hotmail.com
Universidade Federal do Rio Grande do Norte

Wendell Pereira da Silva ***
wdell.p@gmail.com
Universidade Federal do Rio Grande do Norte

RESUMO: A ironia verbal é tema de inúmeras pesquisas científicas no âmbito dos estudos da linguagem, não reunindo consenso em relação às suas especificidades, nomeadamente quanto à sua natureza e às suas marcas ou índices textuais. Nosso objetivo principal, neste artigo, é questionar o funcionamento da ironia e os recursos mobilizados para sua efetivação e reconhecimento. Para tal, adotamos como aporte teórico Ducrot (1987), Maingueneau (1997), Muecke (2008), Guimarães (2001) e Attardo (2000), sendo o exemplário utilizado oriundo de *Modesta Proposta e outros textos satíricos*, de Swift (2005); um excerto de Montesquieu (*apud* MAINGUENEAU, 1997); e *Cuca fundida*, de Allen (2013). Como resultado preliminar, prevemos que a ironia verbal tem como pressupostos fundamentais a assunção de um enunciador (ou ponto de vista) absurdo e o caráter facultativo de suas supostas marcas intrínsecas.

* Doutor em Língua Portuguesa pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro – UERJ, onde também obteve os graus de bacharel e licenciado em Português, Latim e Respectivas Literaturas. Recebeu o título de PhD em Línguas Românicas pela Universidade da Carolina do Norte (EUA), onde também lecionou Língua Portuguesa e Literaturas Lusófonas por cinco anos. Participou de vários projetos, dentre eles, o de um livro de Português para Estrangeiros, publicado pela Georgetown University Press em 2010. Desde 2009, atua como professor na Universidade Federal do Rio Grande do Norte - UFRN, lecionando na Graduação, no PPGEL (Linguística Aplicada) e no ProfLetras. Atualmente, desenvolve pesquisas sobre interculturalidade e o ensino de Português Língua Estrangeira. Desde 2019, dirige o Instituto Ágora, unidade suplementar para o ensino de línguas e culturas estrangeiras modernas, que atende a comunidade interna da UFRN e o público externo.

** Doutorando em Linguística Aplicada, na linha de Ensino e Aprendizagem de Línguas, na UFRN. Mestre em Estudos da Linguagem (UFRN), na área de Linguística Teórica e Descritiva. Licenciado em História (UFRN) e em Letras - Língua Portuguesa (UNP). Pós-graduado em “A Moderna Educação: metodologias, tendências e foco no aluno” (PUC-RS) e em Psicopedagogia (UNP). Bolsista Capes. Avaliador especializado do Exame Celpe-Bras.

*** Doutorando em Estudos da Linguagem na Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Mestre em Estudos da Linguagem pelo PPGEL, UFRN (2021). Graduado em Comunicação Social (2013) e graduando do curso de Letras, Língua Portuguesa, também na UFRN, com participação em pesquisas sobre texto e discurso. Bolsista Capes. Bolsista CNPq - Brasil de 2019 a 2021. Atualmente, atua como instrutor de Português Língua Estrangeira (PLE) no Instituto Ágora, UFRN.

PALAVRAS-CHAVE: Ironia. Marcas da ironia. Ironia verbal. Absurdo.

ABSTRACT: Verbal irony is the subject of numerous scientific research in the field of language studies, with no consensus as regards its specificities, namely concerning its nature and its marks or textual indexes. In this article, we debate the functioning of irony and the resources mobilized for its fulfillment and detection. To this end, we adopted the studies by Ducrot (1987), Maingueneau (1997), Muecke (2008), Guimarães (2001) and Attardo (2000) as a theoretical framework, with the corpus consisting of *A modest proposal and other satirical texts*, by Swift (2005); an excerpt by Montesquieu (apud Maingueneau, 1997); and *Cuca fundida*, by Allen (2013). As a preliminary result, we anticipate that the verbal irony presupposes the assumption of an absurd enunciator (or point of view) and the discretionary nature of its would-be intrinsic marks.

KEYWORDS: Irony. Irony marks. Verbal irony. Absurd.

Apontamentos introdutórios

Enquanto Preminger e Brogan (1993, p. 633-635) distinguem sete tipos de ironia – clássica; romântica; trágica; cósmica; verbal; dramática; e poética –, Muecke (2008, p. 28), apontando para “as complexidades do discurso sobre a ironia” e ressaltando não ter qualquer pretensão taxonômica, lista um total de quinze: ironia como ênfase retórica; ironia autodepreciativa; zombaria irônica; ironia por analogia; ironia não-verbal; ingenuidade irônica; ironia dramática ou espetáculo de cegueira; ironia inconsciente; ironia autotraidora; ironia de eventos; ironia cósmica; incongruência irônica; ironia dupla; ironia arдил; e ironia romântica.¹ Ducrot (1987, p. 197) lembra que a ironia é uma² das formas destinadas “a mostrar a pertinência linguística da noção de enunciador [...]”. Destacando que ela “[...] é tratada [frequentemente] como uma forma de antífrase: diz-se A para levar a entender *não-A*, sendo considerados idênticos o responsável por A e o por *não-A*” (DUCROT, 1987, p. 197, grifos no original), o autor objeta a essa concepção figurativa os pressupostos de Sperber e Wilson, para quem “um discurso irônico consiste sempre em fazer dizer, por alguém diferente do locutor, coisas evidentemente absurdas, a fazer, pois, ouvir uma voz que não é a do locutor e que sustenta o insustentável” (DUCROT, 1987, p. 197). Dito de outro modo, “[...] falar de modo irônico é, para um locutor L, apresentar a enunciação como expressando a posição de um enunciador. Posição de que se sabe [...] que o

¹ Ver exemplos em Muecke (2008).

² As outras são a negação e a pressuposição (ver DUCROT, 1987).

locutor L não assume a responsabilidade, e, mais que isso, que ele a considera absurda” (DUCROT, 1987, p. 198).

Três exemplos são trazidos por Ducrot (1987, p. 198-199, grifos no original):

[1.] anunciei-lhes, ontem, que Pedro viria me ver hoje, e vocês se recusaram a acreditar. Posso hoje, mostrando-lhes Pedro efetivamente presente, lhes dizer de modo irônico: ‘vocês vêem, Pedro não veio me ver’; [...] [2.] Em um restaurante de luxo, um freguês sentou-se à mesa tendo como única companhia seu cachorro, um pequeno teckel. O gerente vem estabelecer uma conversação e elogia a qualidade do restaurante: ‘o senhor sabia que nosso mestre é o antigo cozinheiro do rei Farouk?’ – ‘muito bem!’ diz simplesmente o freguês. O gerente, sem desanimar: ‘e o nosso despenseiro é o antigo despenseiro da corte da Inglaterra... Quanto a nosso pasteleiro, nós trouxemos o do imperador Bao-Dai’. Diante do mutismo do freguês o gerente muda de conversa: ‘O senhor tem aí um belo teckel’. Ao que o freguês responde: ‘Meu teckel, senhor, é um antigo São-Bernardo’.

Nos dois primeiros, o Enunciador (doravante, E) é efetivamente assimilado ao alocutário: em [1], o ponto de vista (doravante, PDV) absurdo (Pedro não veio me ver) é atribuído a “vocês”, que haviam recusado acreditar que Pedro iria ver o locutor; e, em [2], o freguês (locutor L) “expressa por um enunciador, assimilado ao gerente, a opinião sobre o passado do teckel” (DUCROT, 1987, p. 199). Mas em [3], uma autoironia, o E (PDV) é assimilado ao L, como se verifica a seguir: “[3.] Eu lhes havia dito que choveria hoje, e faz um tempo ótimo, o que me leva a zombar de minha competência metereológica [*sic*]: mostrando-lhes o céu azul, observo ‘vocês vêem bem, está chovendo’” (DUCROT, 1987, p. 199).

Esta assimilação do E ao L contradiz a descrição supramencionada sobre a ironia (que consiste em fazer dizer por um E algo que o L não assume e considera absurdo), o que se resolve distinguindo-se o *locutor enquanto tal* (doravante, LET) do *locutor enquanto ser do mundo* (doravante, LESM). Ducrot (1987) afirma que, no caso da autoironia,³ o PDV absurdo é assimilado pelo LET, responsável pelo enunciado, ao LESM. Desse modo, em [3], o LESM é assimilado ao

Metereologista [*sic*] ignorante que se meteu a prever o tempo sem ser capaz. Mas justamente o L, enquanto é responsável pela enunciação, e escolhe o enunciado, não escolhe agir como metereologista [*sic*]: o que ele faz é um ato de zombaria, e isto apresentando uma previsão realizada por um enunciador de que se distancia no interior de seu próprio discurso (mesmo se deve identificar-se a ele no mundo). Por isso, o interesse estratégico da auto-ironia: o [LET] tira proveito das

³ Na autoironia acontece a combinação de *ironista* e *objeto* no drama da ironia (MUECKE, 2008).

besteiras de [LESM], proveito de que [LESM] se beneficia em seguida, como consequência, já que [LET] é uma de suas múltiplas figuras (DUCROT, 1987, p. 200).

Nesta pesquisa, centramos nossa atenção na ironia verbal, aqui tomada como aquela em que “[...] um significado é declarado e um significado diferente, geralmente antitético, é pretendido. [...] o significado expresso é suave e o significado pretendido, muitas vezes, [é] intenso”⁴ (PREMINGER; BROGAN, 1993, p. 635). Os questionamentos norteadores deste trabalho são, portanto, os seguintes: 1. quais são as marcas ou índices textuais da ironia verbal?; 2. como a ironia verbal funciona?; 3. quais os elementos que a constituem?; e 4. como se efetiva e como pode ser reconhecida? Com o propósito de distinguir suas especificidades e/ou materialidades linguísticas, seu funcionamento, constituição, efetivação e reconhecimento, fazemos uma substancial revisão teórica e analisamos excertos de “Modesta Proposta e outros textos satíricos”, de Jonathan Swift (2005); Montesquieu (*apud* MAINGUENEAU, 1997); e Allen (2013). As hipóteses que levantamos são: a. as marcas da ironia verbal são facultativas, isto é, sua efetivação independe de qualquer índice linguístico; b. são elementos constituintes da ironia verbal: o ironista; o público; o texto; os valores; e os sinais (que podem estar ou não presentes); c. a comunhão de valores entre ironista e público é essencial para a efetivação da ironia verbal; e d. a ironia verbal é viabilizada pelo absurdo intencional (aspecto sempre presente em todo o processo irônico).

1 As marcas, o funcionamento e os elementos da ironia

Neste tópico, amparados por um construto teórico que engloba especialmente Maingueneau (1997), Attardo (2000) e Muecke (2008), objetivamos nos debruçar sobre os questionamentos 1, 2 e 3 elencados ao final de nossos Apontamentos Introdutórios: as marcas ou sinais linguísticos da ironia, seu funcionamento e elementos constituintes.

Para Maingueneau (1997, p. 99, grifo nosso), a ironia “[...] é um gesto dirigido a um destinatário [...]” e, para Muecke (2008, p. 58), “[...] um jogo para dois jogadores

⁴ Tradução nossa de: “[...] one meaning is stated and a different, usually antithetical, meaning is intended. [...] the expressed meaning is mild and the intended meaning often intense [...]” (PREMINGER; BROGAN, 1993, p. 635).

[...], jogado quando existe [...] uma ‘anagorise’ ou reconhecimento do ironista e de seu verdadeiro intento por trás da pretensão”.⁵ Maingueneau (2001, p. 175, grifos no original) afirma que a ironia é uma subversão em que “[...] o [locutor] subverte *sua própria enunciação*”. Para o reconhecimento de tal subversão, na enunciação oral, concorre uma dada entonação e, conforme Maingueneau (2001, p. 175), “[...] na escrita, [...] alguns índices que marcam distanciamento [...]”, os quais previnem o leitor da ironia em uma frase. Attardo (2000) enumera alguns deles: 1. entonação; 2. nasalização; 3. padrões de estresse fonológicos mais amplos; 4. outros meios fonológicos (velocidade lenta de fala, alongamento de sílaba, pausas, riso etc.); 5. meios morfológicos (expressões como “por assim dizer”, “alguém poderia dizer” ou “como todo mundo sabe”); 6. meios tipográficos (aspas, exclamação, interrogação, reticências, [sic], [sic!], [!?!], [?!] etc.); 7. marcadores cinésicos (piscadelas, cutucadas etc.); 8. o cotexto; e 9. o contexto. Relativamente ao cotexto, Attardo (2000, p. 9) afirma que “a ironia pode ser sinalizada por sua coocorrência com elementos incompatíveis na mesma frase, parágrafo ou unidade textual maior”.⁶ No que concerne ao contexto, Kerbrat-Orecchioni (1976 *apud* ATTARDO, 2000, p. 10)

[...] distingue entre 1. ironia marcada pelo contraste entre o que se diz e o que se conhece ou se percebe do referente [...]; 2. ironia marcada pela contradição entre o que é dito e o que se sabe sobre o falante e seus sistemas de valores; 3. hipérbole [...].⁷

No entanto, Attardo (2000, p. 6, grifo nosso) preconiza que “a ironia não pode ser *identificada* com seus marcadores”.⁸ Conforme Haiman (1998, p. 18 *apud* ATTARDO, 2000, p. 6), “é possível ser irônico ou sarcástico sem qualquer sinal

⁵ Questionamos se a ironia é uma prerrogativa ou exclusividade do L. Apesar do que preconizam Maingueneau (1997) e Muecke (2008), não há como negar que também o alocutário poderá, por si só, atribuir uma intenção ao enunciado, não pretendida ou imaginada pelo L. Ou seja, o alocutário poderá conferir intenções irônicas a um dito como decorrência de um ato ou efeito perlocucionário – por certo monitorável, mas não completamente previsto nem controlado. Dessa forma, surge espaço para gerar-se uma imprevisibilidade na interlocução. Neste caso, o alocutário percebe o enunciado como irônico por meio de variáveis não reguladas pelos interlocutores do discurso. Pode-se tomar como exemplo um L que, pelo histórico de ironias, tende a ser sempre considerado como um produtor de enunciados irônicos, ainda que eventualmente não o seja.

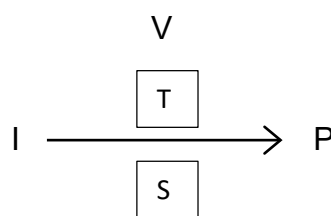
⁶ Nossa tradução de: “irony can be signalled by its cooccurrence with incompatible elements in the same sentence, paragraph, or larger textual unit” (ATTARDO, 2000, p. 9).

⁷ Nossa tradução de: “[...] distinguishes between 1. Irony marked by the contrast between what is said and what is known about or perceived of the referent [...]; 2. irony marked by contradiction between what is said and what is known about the speaker and his/her value systems; 3. Hyperbole” (KERBRAT-ORECCHIONI, 1976 *apud* ATTARDO, [2000], p. 10).

⁸ Nossa tradução de: “irony cannot be identified with its markers” (ATTARDO, 2000, p. 6).

evidente da insinceridade do falante”.⁹ Como “alternativa ou adicionalmente, o ironista pode ser capaz de confiar em seu público que tem os mesmos valores, costumes ou conhecimento que ele mesmo [para entender sua ironia] [...]” (MUECKE, 2008, p. 59). Assim, a ironia apresenta-se do seguinte modo –

Figura 1: Elementos da ironia verbal



Fonte: Elaborada pelos autores

– em que: I representa o ironista; P, o público; T, o texto; S, os sinais; V, os valores; e →, o contato entre I e P.

Um ironista (I)¹⁰ emite um texto plausível (TP),¹¹ acompanhado (ou não) de sinais (S)¹², dirigindo-se a um dado público (P).¹³ O público será perceptivo ou imperceptivo, a depender da sua leitura dos sinais e do seu sistema de valores (V).¹⁴ A este propósito, destacamos o exemplo de Montesquieu, cujo texto sobre a escravatura, segundo Maingueneau, 1997, p. 99), “não foi percebido como irônico pelo *Dictionnaire portatif de commerce* (1762)” na passagem seguinte:

os povos da Europa, tendo exterminado os da América, precisaram escravizar os da África, para conseguirem desbravar tantas terras. O açúcar seria demasiadamente caro se o cultivo da planta que o produz não fosse feito por escravos (MONTESQUIEU *apud* MAINGUENEAU, 1997, p. 99).

Neste caso, o ironista (Montesquieu) emite um texto plausível, acompanhado de sinais (como a hiperbolização do preço do açúcar), com a sociedade moderna

⁹ Nossa tradução de: “it is possible to be ironic or sarcastic without any overt sign of the speaker’s insincerity” (HAIMAN, 1998, p. 18 *apud* ATTARDO, [2000], p. 6).

¹⁰ O ironista (I) é o produtor físico do enunciado, ou seja, o produtor material da ironia (o sujeito falante).

¹¹ Texto plausível é um texto que se pode admitir como possível ou verossímil, acompanhado, conforme Muecke (2008, p. 60, grifos no original), de “[...] sinais ‘no texto’ e ‘com o texto’ [...]”.

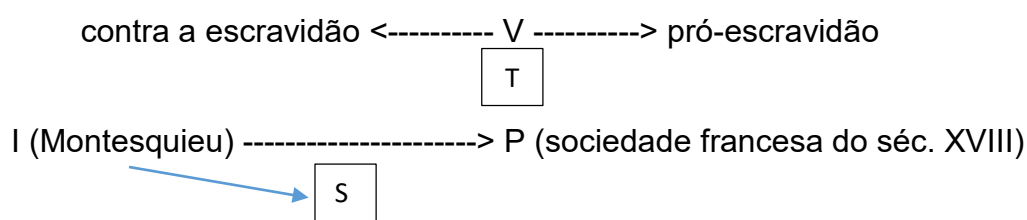
¹² Sinais (S) “podem ser parte do texto (e. g., contradições e exageros) ou podem acompanhar o texto (e. g., gestos)” (MUECKE, 2008, p. 59, grifos no original).

¹³ O público (P) é o destinatário do enunciado irônico, interlocutor do ironista, podendo ser perceptivo ou imperceptivo, a depender de seu reconhecimento da ironia.

¹⁴ Sistema de valores (V) é aqui sinônimo de visão de mundo e/ou perspectiva de mundo.

francesa como público. Porém, o contato efetivo entre o ironista e o público não assegura a efetivação da ironia, uma vez que o público está imerso em um sistema de valores distinto do sistema de valores do ironista. O público é, portanto, em razão dessa distinção, imperceptivo, incapaz de passar da literalidade do enunciado à sua transliteralidade; isto é, não consegue notar o seu significado transliteral ou a sua “esfera semântica latente” (PETERSEN, 1979, p. 15 *apud* MUECKE, 2008, p. 58). Esquemáticamente, temos:

Figura 2: Ironia (Montesquieu *versus* sociedade francesa do séc. XVIII)



Fonte: Elaborada pelos autores

O público (sociedade francesa do século XVIII) não consegue ir além do literal (escravizar os africanos foi uma necessidade econômica) porque a escravidão era, em meados do séc. XVIII, inquestionável.¹⁵ Para o Montesquieu ironista (I), todavia, “o clamor pela escravidão é [...] o clamor pelo luxo e pela voluptuosidade e não pelo amor da felicidade pública” (MONTESQUIEU, 1996, p. 260). Como “iluminado”, “libertar o indivíduo das algemas que o agrilhoavam era o seu principal objetivo [...]” (HOBSBAWN, 1977, p. 37). Ironista e público mantêm valores opostos, encontram-se em planos ideológicos sobremaneira distintos. Por isso, os sinais ou índices da ironia do texto não são recebidos/interpretados pelo público. Para este último, o texto é perfeitamente plausível. É tão plausível¹⁶ que não é tomado como irônico. Neste caso, a interpretação “não inverte”¹⁷ a obra de ironia.

¹⁵ No Brasil, os arquivos da escravidão revelam que, nas últimas décadas do século XIX, ainda eram inúmeros os “[...] negros espancados e supliciados, [...] mães que têm seus filhos vendidos a outros senhores, [...] cativos que são ludibriados em seus constantes esforços para a obtenção da liberdade [...]” (CHALHOUB, 1990, p. 35).

¹⁶ Podemos, nesse sentido, questionar a existência de uma provável relação entre o grau de plausibilidade do enunciado irônico e o reconhecimento da ironia pelo público.

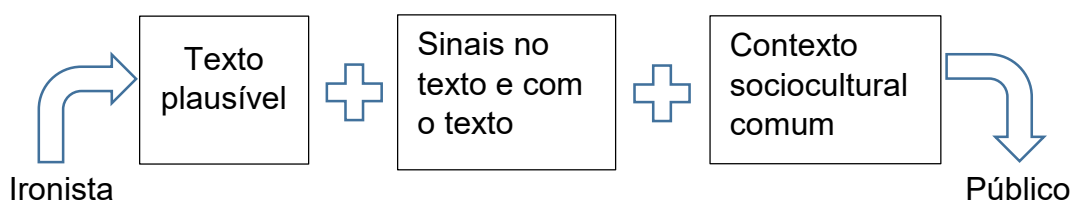
¹⁷ Muecke (2008, p. 60, grifo no original) sustenta que “a interpretação ‘inverte’ a obra de ironia: motivado pelos sinais ou pelo conflito entre mensagem e contexto, o intérprete abandona a plausibilidade [...], chegando assim ao intento do ironista”.

2 A efetivação e o reconhecimento da ironia

Neste tópico, atendendo ao ponto 4 elencado em nossos Apontamentos Introdutórios, ensejamos o delineamento da ironia verbal, visando discernir como, de fato, ela se efetiva e como se dá seu reconhecimento. Para tal, fazemos alguns encaminhamentos teórico-metodológicos de cunho próprio, com base em Muecke (2008) e Guimarães (2001), dentre outros.

Muecke (2008, p. 60, grifos no original) afirma que “o ‘texto’ [irônico] compreende [...] a mensagem plausível juntamente com quaisquer sinais ‘no texto’ e ‘com o texto’, todos os quais o público lera [sic] no contexto sociocultural comum”. Isto é: texto plausível + sinais (“no texto” e “com o texto”) + contexto sociocultural comum = reconhecimento da ironia.

Figura 3: Encaminhamento da ironia verbal (ironista <--> público)



Fonte: Elaborada pelos autores

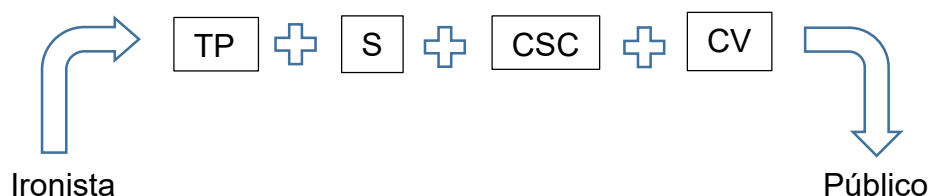
Se atentarmos, todavia, no exemplo supramencionado (Montesquieu vs. sociedade moderna francesa), notamos que: 1. o ironista Montesquieu emitiu um texto plausível; 2. “com o texto” e “no texto” foram emitidos sinais; 3. Montesquieu pertencia ao mesmo contexto sociocultural que os autores do *Dictionnaire portatif de commerce* (França do séc. XVIII); **mas** 4. o público não reconheceu a ironia. Há indícios, portanto, para crer que a emissão de um texto plausível pelo ironista – acompanhado de sinais (tipográficos, por exemplo, no caso do texto escrito) – e o pertencimento do ironista e do público ao mesmo contexto sociocultural não garantem (sempre) o reconhecimento da ironia pelo público. Ou seja, texto plausível + sinais + contexto sociocultural comum ≠ reconhecimento da ironia.

Ao contrário de Montesquieu, Jonathan Swift, em *Modesta Proposta e outros textos satíricos*, vê sua ironia concretizar-se, quando afirma, por exemplo,

que uma criancinha novinha saudável e bem tratada é, com um ano, um alimento realmente delicioso, nutritivo e completo, seja cozida, grelhada, assada ou fervida; e não tenho dúvidas de que possa servir igualmente para um guisado ou um ensopado (SWIFT, 2005, p. 23).

O ironista Swift emite uma mensagem literal/plausível acompanhada de sinais (o contexto),¹⁸ tendo como destinatários os cidadãos irlandeses, os quais pertencem ao mesmo contexto sociocultural que ele. Como observado anteriormente, porém, texto plausível + sinais + contexto sociocultural comum não são garantias suficientes para se obter o reconhecimento da ironia. Neste caso, segundo Muecke (2008, p. 59), é “a inaceitabilidade geral do canibalismo [que] permite que Swift assinale sua intenção irônica”. É essa inaceitabilidade que faz com que o público seja perceptivo. Tal perceptibilidade é derivada não da existência de um contexto sociocultural comum ao ironista e ao público, mas da comunhão de valores entre os dois. Como se percebe, a fórmula se torna um pouco mais complexa: o reconhecimento da ironia, portanto, não resulta de texto plausível + sinais + contexto sociocultural comum, mas de texto plausível (TP) + sinais (S) + contexto sociocultural comum (CSC) + comunhão de valores (CV).

Figura 4: Encaminhamento da ironia verbal (ironista <--> público)



Fonte: Elaborada pelos autores

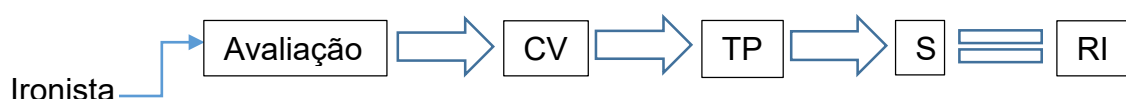
Em outras palavras, a existência de valores comuns ou a afiliação a um mesmo sistema de referências/visão de mundo é imprescindível para a efetivação da ironia. Guimarães (2001, p. 416) afirma que

no domínio específico das intervenções irônicas, o papel do emissor é preponderante. Compete-lhe ir além da informação meramente situacional, tendo também presente toda uma série de outros saberes, concepções e ideologias, que marcam o historial da situação comunicativa e o património comum a emissor e receptor.

¹⁸ Para Lausberg (1993 *apud* GUIMARÃES, 2001, p. 414), “o sinal da ironia é o contexto”.

O ironista tem, portanto, que selecionar como fazer chegar sua ironia ao público, de maneira que este “chegue às conclusões que ele próprio tinha antecipado como sendo as corretas” (GUIMARÃES, 2001, p. 416-417), estando essa seleção dependente dos seus valores e dos valores que atribui ao interlocutor. A falha na concretização da ironia deve-se, então, à seleção inadequada do texto e/ou sinais e/ou contexto resultante da *não* comunhão de valores e de uma má avaliação do ironista dos valores do público. Dito de outro modo, a ironia, hipoteticamente, falha quando: 1. o ironista seleciona inadequadamente o texto; 2. o ironista não emite ou escolhe os sinais adequados ao reconhecimento do seu propósito irônico; 3. o ironista emite o texto despropositadamente, sem nenhuma atenção ao contexto; 4. o ironista não avalia corretamente os valores ideológicos/morais/culturais do público; e 5. não existe comunhão de valores entre o ironista e o público. Os pontos 1, 2 e 3 derivam exatamente dos pontos 4 e 5. A *não* comunhão de valores, juntamente com a incorreção da análise dos valores do público, originam a seleção errada do texto, a inadequação dos sinais e o despropósito contextual. O ironista assume, pois, um papel primordial no reconhecimento da ironia (RI). Este depende, precipuamente, da avaliação que o ironista faz do público. É a partir desta avaliação que o ironista engendra texto plausível + sinais. Isto leva à seguinte conclusão:

Figura 5: Encaminhamento da ironia verbal (ironista <--> público)



Fonte: Elaborada pelos autores

Em um primeiro momento, o ironista avalia seu público (seus valores, posicionamentos etc., formando acerca dele uma imagem) e o contexto, analisando se existe um contexto sociocultural comum e se seu intento irônico é pertinente. Caso, na sua perspectiva, os valores do público sejam distintos dos seus, ele fará um esforço de adequação do seu texto ou desistirá da ironia. Nesse sentido, pode se afirmar que o ironista tem uma vontade de comunhão de valores. Somente a partir da percepção dessa comunhão (que pode ou não ser forçada), o ironista emite um texto plausível e sinais, que são facultativos. Weinrich (1966), Ortega (2006), Guimarães (2001) e Attardo (2000), dentre outros, trazem relações significativas de sinais da ironia, mas

consideramos, como Clyne (1974 *apud* GUIMARÃES, 2001, p. 415), “que quase tudo pode servir para sinalizar a ironia, sendo as possibilidades de escolha de recursos praticamente ilimitadas”. Ademais, como referido por Guimarães (2001, p. 416),

[...] estas marcas não se destinam de forma exclusiva a uma utilização irônica; trata-se de sinais que surgem em todo o tipo de discurso e que, por isso, terão sempre de ser pelo menos acompanhados de uma intenção irônica, para poderem provocar um efeito irônico.

As “marcas da ironia” não constituem, portanto, um requisito fundamental da ironia. É possível que um ironista, consciente do elevado grau de comunhão de valores com seu público (e sendo perfeito conhecedor dele), não necessite “marcar” seu enunciado irônico para obter sucesso. Basta que seu enunciado pareça absurdo para o público. A absurdidade do texto plausível não reside em nenhuma marca textual, mas na percepção do público de que o ironista, atendendo ao sistema de valores daquela comunidade/sociedade/grupo, jamais teria aquele PDV. O público reconhece o absurdo porque reconhece o sistema, os valores, a ideologia e (re)conhece o ironista. Kerbrat-Orecchioni (1978, p. 28 *apud* MAINGUENEAU, 1997, p. 99, grifos no original) dá a esse respeito um exemplo retirado de uma crítica teatral: “As duas jovens fundam, com algumas revoltadas, um jornal, ‘Femmes en colère’. O amor conduz, uma e outra, às mais sadias concepções de sua feminilidade”. Como sustentado por Maingueneau (1997, p. 99), nesse caso, “o contexto indica que o jornalista se distancia ironicamente na segunda frase mas, sem levar em conta as opções ideológicas do próprio jornal, tal fato seria indeterminável”.

Allen (2013, p. 56-57, grifos no original) também tem sucesso no seu intento irônico quando afirma:

Lembro-me de minha reação a uma observação (como sempre, luminosa) de Kierkegaard: ‘toda relação que se relaciona consigo mesma (ou seja, consigo mesma) deve ter sido constituída por si mesma ou então por outra’. O conceito trouxe lágrimas aos meus olhos. Puxa vida! – pensei – isso é que é ser profundo!

Neste caso, o ironista Allen emite um texto plausível (é plausível a filosofia de Kierkegaard ser elogiada), acompanhado de sinais (por exemplo, tipográficos, como os pontos de exclamação), antecipando, a partir da *avaliação* prévia que fez de seu público; um dado contexto sociocultural (seu público será, em princípio, capaz de reconhecer Kierkegaard como filósofo); e uma provável comunhão de valores (o

primado do humor/ironia com relação à filosofia). A ironia, todavia, seria reconhecível mesmo que não atentássemos aos sinais. Sua principal marca (que Allen se esforça por esclarecer) é o absurdo da asserção de Kierkegaard: “[...] ‘toda relação que se relaciona consigo mesma (ou seja, consigo mesma) deve ter sido constituída por si mesma **ou** então por outra” (ALLEN, 2013, p. 56-57, grifo nosso). A conjunção “ou” desvela a assunção de duas alternativas para um dado problema filosófico. Diante da *questão-X* (como se constituíram as relações que se relacionam consigo mesmas?), Kierkegaard, conceituado filósofo, aventa que:

A: devem ter sido constituídas por si mesmas.

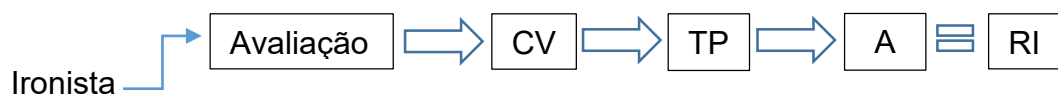
ou

B: devem ter sido constituídas por outras.

Ou isto ou aquilo é o seu princípio argumentativo. Para o ironista, isso é absurdo,¹⁹ pois a declaração das duas alternativas (A e B) viola a *lei da informatividade* – a qual “[...] estipula que não se deve falar para não dizer nada, que os enunciados devem fornecer informações novas ao destinatário” (MAINGUENEAU, 2001, p. 36) – e a *lei da pertinência*, que “[...] estipula que uma enunciação deve ser maximamente adequada ao contexto em que acontece, deve interessar ao destinatário, fornecendo-lhe informações que modifiquem a situação” (MAINGUENEAU, 2001, p. 34).

Retomando os postulados de Ducrot (1987) e atentando aos exemplos supramencionados (Montesquieu, Swift, Maingueneau e Allen), verificamos que a ironia é marcada, em todos os casos, pela assunção de um E: um L dá voz a um E com o qual não se identifica e cujo PDV absurdo não pode assumir. Os sinais (da ironia) – ao contrário desse E irônico e absurdo sempre presente – são itinerantes, podendo, como observado, ir da hiperbolização ao contexto ou aos sinais tipográficos (são inúmeras as possibilidades). O reconhecimento e a efetivação da ironia não dependem, em suma, de sinais/índices/marcas, mas do reconhecimento do absurdo assinalado pelo E. A marca mais profunda e indelével da ironia é o absurdo, que está na sua gênese. Nosso esquema do funcionamento da ironia é, portanto:

¹⁹ O absurdo, aliás, se inicia com a repetição despropositada do operador discursivo “ou seja”. Esse operador sugere uma explicação que é abortada pelo autor, pois o que se segue é a repetição da expressão “consigo mesma”.

Figura 6: Encaminhamento da ironia verbal (ironista <--> público)

Fonte: Elaborada pelos autores

Resumindo, a efetivação (e reconhecimento) da ironia dependem de: 1. avaliação do ironista do público e do contexto; 2. da comunhão de valores (CV), ou esforço de comunhão; 3. da emissão de um texto plausível (TP); 4. da colocação em cena de um E (PDV) absurdo (A).

3 O absurdo e a ironia

Neste tópico, explanamos a relação simbiótica existente entre o absurdo e a ironia, fundamental para a compreensão da sua efetivação e reconhecimento. Em outras palavras, partimos do pressuposto de que a existência de um E cujo PDV é absurdo é condição *sine qua non* do enunciado irônico.

Para Camus (2014, p. 21), o “[...] divórcio entre o homem e sua vida, o ator e seu cenário é propriamente o sentimento do absurdo”. Esse é o sentimento que experimenta o L na ironia. Na ironia, o L envereda pela fuga e pelo suicídio, pois “[...] o suicídio é uma [ou a] solução para o absurdo” (CAMUS, 2014, p. 22). Ao dar “voz” a um E – e ao dele se distanciar, distancia-se do que não se pode assumir ou daquilo pelo que não se pode responsabilizar; distancia-se da sua própria gênese discursiva – uma ficção. Se o L é uma ficção discursiva (DUCROT, 1987; MAINGUENEAU, 1997) “que não coincide necessariamente com o produtor físico do enunciado [...]” (MAINGUENEAU, 1997, p. 76), na ironia ele se aproxima de forma inequívoca desse produtor, pois a ironia é eminentemente experiencial e humana; é uma forma de ver o mundo²⁰ que implica a assunção do eu-Sísifo.²¹

²⁰ A ironia proporciona, segundo White (1995, p. 51, grifos nossos), “[...] um paradigma linguístico de um modo de pensamento que é radicalmente *autocrítico* com respeito não só a uma dada caracterização do mundo da experiência mas também ao próprio esforço de captar adequadamente a verdade das coisas na linguagem. É, em resumo, um modelo do protocolo linguístico em que o *ceticismo* no pensamento e o relativismo na ética são convencionalmente expressos”.

²¹ Sísifo era “[...] filho de Éolo, bisneto de Deucalião, rei [...] de Corinto, [e] passava por ser o mais astuto e menos escrupuloso dos homens” (HACQUARD, 1996, p. 266). “Quando [...] morreu finalmente [...], foi submetido a uma dura prova, eternamente renovada: ele devia empurrar um enorme rochedo,

O ironista é aquele que reconhece, na sua própria vida, o absurdo cotidiano e o mais completo sem-sentido da pena imposta a Sísifo. É, em certa medida, um indivíduo resignado cuja psiquê o obriga à descarga e ao alívio – ao riso e ao escárnio. Cômico da sua humanidade, prefere, em nome da sua sanidade, inventar para si um lugar e papel distintos dos demais atores humanos. É, nesse sentido, uma espécie de personagem fora do quadro ou fora de cena. Ao enunciar a ironia, o ironista engendra, portanto, um convite: o público é chamado a participar do plano superior que ele (o ironista) inventou para si próprio. Toda a ironia é ativa, em maior ou em menor grau. E, principalmente, não existe sem absurdo. Mas o absurdo é subjetivo, porque pressupõe a norma, a moral e o aceitável, que não são estanhos nem universais. O que é absurdo para os franceses ou ingleses não é absurdo para os Sâmbia;²² o que é aceitável para um marxista pode ser inaceitável para um conservador. Isto obriga fundamentalmente ao seguinte em termos de ironia verbal: que o absurdo irônico deva ser consciente e/ou voluntário. Dito de outro modo, a qualidade de absurdo não garante por si mesma a ironia: o que viabiliza a ironia é o *absurdo intencional*. O ironista tem consciência do desvio *normal x absurdo* e opera esse desvio intencionalmente. Cabe ao público o reconhecimento dessa intenção, o que não é, em todo caso, tarefa simples.

Em termos da relação *intencionalidade do absurdo x ironia*, podemos nos deparar com quatro situações: 1. o absurdo é intencional e efetiva-se a ironia, como nos casos de Allen (2013) e de Swift (2005); 2. o absurdo é intencional e não se efetiva a ironia, como no exemplo de Montesquieu (*apud* MAINGUENEAU, 1997); 3. o absurdo não é intencional, mas o enunciado é tomado como ironia; e 4. o absurdo não é intencional e o enunciado não é tomado como ironia. Nos casos correspondentes ao ponto 1, a ironia tem sucesso na sua efetivação e reconhecimento, seguindo o esquema: ironista → avaliação → comunhão de valores → texto plausível [+sinais]²³ → absurdo intencional; nos casos que se enquadram no ponto 2, a ironia falha por: a. avaliação do ironista equivocada; b. *não* comunhão de valores; c. *não*-plausibilidade

e subir com ele a determinado lugar, mas mal conseguia o feito, o bloco de pedra escapava-lhe e voltava para baixo. Sísifo recomeçava assim, de novo, a empurrar a sua pedra, sem remissão e sem resultado” (HACQUARD, 1996, p. 267). Para Camus (1942 *apud* HACQUARD, 1996, p. 267), “ele é o símbolo do homem na sua luta absurda contra um destino obstinado”.

²² Sociedade da Nova Guiné em que, “desde o seu sétimo ano, na Casa dos homens, o rapaz vai ser inseminado, de maneira regular, por felação, primeiro pelos maridos das irmãs e das primas paralelas patrilaterais do pai, em seguida pelos jovens adolescentes ainda não casados” (HÉRITIER, 1998, p. 190).

²³ A emissão de sinais é uma escolha do L. Ele pode optar pela não emissão.

do texto; e d. ausência ou má escolha/leitura de sinais; em 3, situam-se os casos em que o absurdo é “confundido” pelo público com ironia por inadmissibilidade do PDV expresso; e, em 4, os casos em que o absurdo é reduzido ao simples absurdo, sem nenhuma pretensão irônica e/ou confusão com ironia.

Vejamos mais um caso, desta vez, tomando-se como exemplo um enunciado de uma figura do cenário internacional, o ex-pré-candidato à presidência dos Estados Unidos da América Donald Trump: “Está congelando e nevando em Nova York – **precisamos do aquecimento global!**” (FELIPE, 2015, grifo nosso).²⁴

Não existe nenhuma dificuldade em se reconhecer que a asserção do ex-pré-candidato apresenta um ligeiro desvio dos padrões de normalidade, ou admissibilidade, podendo, em outras palavras, admitir-se que é, “aparentemente”, absurda. Esse desvio *normal x absurdo* é notório quando atentamos no seguinte: 1. que o enunciado é da responsabilidade de um pré-candidato a ocupar a mais importante função de Estado, a de presidente da república, cujo discurso institucional pressupõe polidez, seriedade e *justificativa*;²⁵ e 2. que o candidato, podendo ocupar, de fato, o cargo de presidente da república, figura eleita democraticamente por uma maioria que lhe atribui a força e a criatividade de uma “minoría criadora” capaz de responder aos desafios contemporâneos,²⁶ resolve, desse modo, o desafio das mudanças climáticas, contrariando o que Charaudeau (2016, p. 19, grifos no original) denomina de “contrato de *idealidade social* entre dirigentes e cidadãos”. Porém, se o absurdo é indisfarçável, é questionável ou dúbia a sua intencionalidade. Seguindo os princípios supracitados, pode ser intencional e objetivar à ironia (que se efetiva ou não); e pode ser não intencional, “confundido” ou não com ironia. Aqui, todavia, não se trata tanto do tropos quanto da manipulação da opinião pública. O absurdo, neste caso, é intencional, mas não tem propósito irônico. O L visa, antes, à comunicação de uma crença implícita: a mudança climática é um problema inexistente. Segundo Van Dijk (2005, p. 27), “[...] um traço típico da manipulação é o de comunicar crenças implicitamente, isto é, sem as afirmar de facto, havendo por isso menos hipóteses de elas serem postas em causa”. Este L, ocupando posição de poder privilegiada, sabe:

²⁴ A matéria completa em que o pré-candidato às eleições presidenciais dos Estados Unidos da América de 2016 Donald Trump faz a afirmação em destaque pode ser acessada aqui: <https://noticias.r7.com/internacional/muculmanos-nos-estados-unidos-rejeitam-proposta-antimigracao-de-candidato-donald-trump-29062022?amp>.

²⁵ Charaudeau (2016, p. 71) sustenta que um político em situação de exercício do poder adota um discurso de justificativa, isto é, produz “explicações de maneira a lembrar a razão de ser da decisão”.

²⁶ Ver teoria do desafio-resposta de Toynbee (1965).

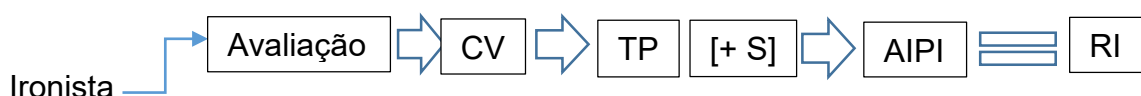
a. que “os receptores [seus potenciais eleitores] tendem a aceitar as crenças, o conhecimento e as opiniões [...] divulgadas através do discurso produzido por quem vêem como sendo uma fonte de confiança ou credível” (NESLER *et al.*, 1993 *apud* VAN DIJK, 2005, p. 26), onde ele se enquadra; b. que “[...] os participantes são obrigados a serem receptores do discurso” (GIROUX, 1981 *apud* VAN DIJK, 2005, p. 26), haja vista a enorme exposição cotidiana às mídias (telejornais, internet, redes sociais – Twitter, por exemplo); c. que, “[...] em muitas situações, não há discursos públicos ou *media* que forneçam informação a partir da qual [seus potenciais eleitores] possam[...] derivar crenças alternativas” (DOWNING, 1984 *apud* VAN DIJK, 2005, p. 26, grifo no original) – observe-se seu esforço para o controle dos meios de informação; e d. “[...] que os receptores [seus potenciais eleitores] podem não ter o conhecimento e as crenças necessárias para desafiar os discursos ou a informação a que estão expostos” (WODAK, 1987 *apud* VAN DIJK, 2005, p. 26).

Em resumo, é incontornável a existência de uma relação simbiótica entre o absurdo e a ironia. Mas o absurdo, que é elementar na ironia, também serve a outros propósitos comunicativos, tais como à minimização de um tópico/tema e sua redução ao ridículo. Pode, portanto, ser intencional e não-irônico.

Considerações finais

A ironia, em suma, pressupõe: 1. uma avaliação por parte do ironista do público e do contexto, visando aferir se ambos (ele e o público) pertencem ao mesmo contexto sociocultural; 2. uma comunhão de valores entre ironista e público (essencial na sua efetivação e reconhecimento, pois a não comunhão de valores compromete a interpretação ou, ao menos, obriga à emissão de sinais); 3. a emissão de um texto plausível, acompanhado ou não de sinais, pois estes são opcionais (dependem, por exemplo, da avaliação dos valores do público que o ironista faz: se este julgar que existe uma comunhão de valores ampla, pode optar por não emitir sinal nenhum); 4. a colocação em cena de um E (PDV) absurdo, de forma intencional e com propósito irônico (absurdo intencional com propósito irônico); e 5. o reconhecimento do público, que depende dos pressupostos anteriores. O esquema explicativo do funcionamento e efetivação da ironia que propomos é, enfim, o seguinte:

Figura 7: Encaminhamento da ironia verbal (ironista <--> público)



Fonte: Elaborada pelos autores

Relativamente aos questionamentos que originaram este trabalho, podemos, então, afirmar que as marcas ou índices textuais da ironia são opcionais. O exemplo de Allen (2013) deixa em evidência seu caráter secundário na efetivação e reconhecimento do enunciado irônico. Se essas marcas podem auxiliar o público no reconhecimento da ironia, elas não são, todavia, indispensáveis, pois a ironia pode se concretizar (e concretiza-se efetivamente) independentemente delas. O indispensável na constituição, funcionamento, efetivação e reconhecimento da ironia verbal é o absurdo intencional com propósito irônico, isto é, a emergência de um E cujo PDV é distinto do PDV do locutor. A ironia verbal tem, portanto, um funcionamento complexo, que envolve desde a avaliação primária que o ironista faz do público até a comunhão de valores (requisito fundamental), emissão de texto plausível e assunção do absurdo contextual. Constituem-na o ironista (sua gênese material), o público (seu reconhecedor e autor complementar), o texto (plausível), os sinais (opcionais; prescindíveis ou imprescindíveis, a depender dos outros elementos) e os valores (que se exigem comuns – ou, ao menos, próximos – ao ironista e ao público). A ironia verbal efetiva-se quando os fatores supramencionados se conjugam e se complementam em favor da concretização do propósito irônico do ironista, seu reconhecimento sendo viável quando se toma como modelo o esquema que propomos: o público reconhece o absurdo intencional com propósito irônico do ironista no texto plausível emitido por este último, acompanhado ou não de sinais, e, pertencendo ao mesmo contexto sociocultural e tendo valores similares ou próximos dos dele, efetiva a ironia. É a perceptibilidade do público que, em última instância, viabiliza a ironia.

Referências

ALLEN, W. *Cuca fundida*. Tradução: Ruy de Castro. Porto Alegre: L&PM, 2013.

ATTARDO, S. Irony markers and functions: towards a goal-oriented theory of irony and its processing. *Rask*, vol. 20, 2000. p. 3-20. Disponível em: <https://www.sdu.dk/~media/Files/Om_SDU/Institutter/ISK/Forskningspublikationer/Rask/Rask%2012/Page%203%20Irony%20markers%20and%20functions%20-%20Towards%20a%20goal-

oriented%20theory%20of%20irony%20and%20its%20processing%20by%20Salvatore%20Attardo.pdf>. Acesso em: 23 ago. 2020.

CAMUS, A. *O mito de Sísifo*. Tradução: Ari Roitman; Paulina Watch. 5. ed. Rio de Janeiro: BestBolso, 2014.

CHALHOUB, S. *Visões de liberdade: uma história das últimas décadas da escravidão na corte*. São Paulo: Companhia das Letras, 1990.

CHARAUDEAU, P. *A conquista da opinião pública: como o discurso manipula as escolhas políticas*. São Paulo: Contexto, 2016.

DUCROT, O. *O dizer e o dito*. Campinas, SP: Pontes, 1987.

FELIPE, L. Muçulmanos nos Estados Unidos rejeitam proposta antimigração de candidato Donald Trump. Disponível em: <<https://noticias.r7.com/internacional/muculmanos-nos-estados-unidos-rejeitam-proposta-antimigracao-de-candidato-donald-trump-29062022?amp>>. Acesso em: 31 jul. 2022.

GUIMARÃES, M. J. Ironia: uma primeira abordagem. *Revista da Faculdade de Letras da Universidade do Porto*, v. 18, 2001, pp. 411-422.

HACQUARD, G. *Dicionário de mitologia grega e romana*. Lisboa: Edições Asa, 1996.

HÉRITIER, F. *Masculino, feminino: o pensamento da diferença*. Lisboa: Instituto Piaget, 1998.

HOBBSAWN, E. J. *A era das revoluções: 1789-1848*. Rio de Janeiro: Editora Paz e Terra, 1977.

MAINGUENEAU, D. *Análise de textos de comunicação*. São Paulo: Cortez, 2001.

MAINGUENEAU, D. *Novas tendências em análise do discurso*. 3. ed. Campinas, SP: Pontes; Editora da Universidade Estadual de Campinas, 1997.

MONTESQUIEU, C.-L. S. *O espírito das leis*. São Paulo: Martins Fontes, 1996.

MUECKE, D. C. *Ironia e o irônico*. São Paulo: Perspectiva, 2008.

PREMINGER, A.; BROGAN, T. V. F. *The new Princeton encyclopedia of poetry and poetics*. New Jersey: Princeton University Press, 1993.

SWIFT, J. *Modesta Proposta e outros textos satíricos*. Tradução: José Oscar Almeida Marques; Dorothée Bruchard. São Paulo: Editora UNESP, 2005.

VAN DIJK, T. A. *Discurso, notícia e ideologia*. Porto: Campo das Letras – Editores S.A., 2005.

WHITE, H. *Meta-história: a imaginação histórica do século XIX*. São Paulo: EDUSP, 1995.

Recebido em 07/08/2022

Aceito em 17/08/2022

Publicado em 25/08/2022