

Boaventura, Luis Henrique; de Freitas, Ernani Cesar

O estilo como elemento ligamentar entre stand-up comedy e Literatura

Intercom - Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, vol. 37, núm. 2, julio-diciembre, 2014, pp. 223-240

Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação

São Paulo, Brasil

Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=69832559011>



Intercom - Revista Brasileira de Ciências da Comunicação,

ISSN (Versão impressa): 1809-5844

intercom@usp.br

Sociedade Brasileira de Estudos

Interdisciplinares da Comunicação

Brasil

O estilo como elemento ligamentar entre stand-up comedy e Literatura

DOI 10.1590/1809-5844 201410

Luis Henrique Boaventura*
Ernani Cesar de Freitas**

Resumo

Este trabalho discute uma aproximação entre Literatura e *stand-up comedy*. O objetivo é investigar os traços de desfamiliarização do discurso contidos no *stand-up comedy*, do estilo dos seus textos e do que constitui a autoralidade de seus artistas. Vamos examinar o texto do gênero, identificar neles traços deste estilo particular e singularizante e investigar o papel do estilo na *mise-en-scène* desta situação de Comunicação. O marco teórico situa-se em Bakhtin (1997, 2012) e suas propostas acerca do estilo e do ato ético (filosofia do ato responsável), complementado por Charaudeau (2008, 2010a, 2010b), Maingueneau (2008, 2012) e Proença Filho (2005). A pesquisa é descritiva e bibliográfica com abordagem qualitativa. O *corpus* é composto por excertos de textos dos comediantes americanos Jerry Seinfeld e Mitch Hedberg. Verificamos que a habilidade de prospectar o singular no que parece ordinário por meio da linguagem liricamente refigurada, impressão do estilo distintivo do autor, constitui ligamento suficientemente forte para identificar o *stand-up comedy* como variante literário.

Palavras chave: *Stand-up comedy*. Literatura. Estilo. Ato ético. *Mise-en-scène*.

* Mestre em Letras pelo Programa de Pós-Graduação em Letras, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas (IFCH), Universidade de Passo Fundo (UPF), Passo Fundo-RS, Brasil. E-mail: luis@consultordetextos.com

** Professor doutor em Letras (PUCRS), com pós-doutoramento em Linguística Aplicada e Estudos da Linguagem (PUC-SP/LAEL); docente permanente do Programa de Pós-Graduação em Letras, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas (IFCH), Universidade de Passo Fundo (UPF), Passo Fundo-RS, Brasil, e do mestrado em Processos e Manifestações Culturais da Universidade Feevale, Novo Hamburgo-RS, Brasil. E-mail: nanicesar@terra.com.br

Style as a bonding element between stand-up comedy and Literature

Abstract

This paper discusses an approach between Literature and stand-up comedy. The aim is to investigate the traces of defamiliarization of the speech contained in the stand-up comedy, of the style of his writings and of what constitutes the quality of author of its artists. Let's examine the text of the genre, identify its traces of this particular and singularizing style and investigate the role of style in the *mise-en-scène* of this Communication situation. The theoretical framework lies in Bakhtin (1997, 2012) and proposals about the style and the ethical act (philosophy of responsible act), complemented by Charaudeau (2008, 2010a, 2010b) Maingueneau (2008, 2012) and Proenca Filho (2005). The research is descriptive and bibliographic with qualitative approach. The *corpus* is composed of excerpts from texts of American comedians Jerry Seinfeld and Mitch Hedberg. We found that the ability of exploring the abnormal in what seems ordinary by the lyrically reconfigured language, impression of the author's distinctive style, makes a bond strong enough to identify the stand-up comedy as a literary variant.

Keywords: Stand-up comedy. Literature. Style. Ethical act. *Mise-en-scène*.

Estilo como elemento vinculante entre stand-up comedy y Literatura

Resumen

Este artículo discute un acercamiento entre la Literatura y el *stand-up comedy*. El objetivo es investigar las huellas de la desfamiliarización del discurso contenidas en el *stand-up comedy*, del estilo de sus escritos y de lo que constituye la autoralidade de sus artistas. Vamos a examinar el texto del género e identificar los restos de este estilo particular y investigar el papel del estilo en la *mise-en-scène* de la presente Comunicación. El marco teórico se encuentra en Bakhtin (1997, 2012) y las propuestas sobre el estilo y el acto ético (filosofía del acto responsable), complementados por Charaudeau (2008, 2010a, 2010b) Maingueneau (2008, 2012) y Proenca Filho (2005). La investigación es descriptiva y bibliográfica con un enfoque cualitativo. El *corpus* de investigación se compone de fragmentos de textos de cómicos estadounidenses Jerry Seinfeld y Mitch Hedberg. Hemos encontrado que la capacidad de explorar lo exótico en lo que parece ordinario a través del lenguaje reconfigurado líricamente, imprima del estilo distintivo de la autora, es ligamento suficientemente fuerte para identificar el *stand-up comedy* como una variante literaria.

Palabras clave: Stand-up comedy. Literatura. Estilo. Acto ético. *Mise-en-scène*.

Introdução

Muitos dirão que ponderar o significado da etiqueta divide com o *tour de force* das mais nobres pesquisas estéreis o mesmo princípio. Uma definição direta e satisfatória para “Literatura” e o que a compõe parece longe de ser encontrada, de modo que nos reservamos, neste trabalho, a não compartilhar os válidos esforços dos que tentaram. Preferimos, como notará o leitor, tratar mais dos efeitos que o discurso literário implica do que de características absolutas que em tese o constituem. Abordar o que a Literatura faz pode nos levar a legítimas afiliações dos seus efeitos nos efeitos causados por outras formas de arte, a partir das quais podemos traçar diferenças e descobrir similaridades. Uma forma de arte correspondente a este modelo é o *stand-up comedy*.

O *stand-up comedy* é uma arte jovem (data do século 20) que tem hoje sua difusão impulsionada pela multimodalidade, modelo ideal para testar a flexibilidade dos conceitos que temos em relação à Literatura. Restringir a Literatura às débeis cercanias de uma plataforma nos parece simplista, mas não é raro que muitos, sobretudo os que não habitam nenhum círculo de discussão sobre o tema, liguem mais que depressa Literatura à figura do livro impresso. Há um conflito interessante de perspectivas que circunda esta questão: a Literatura surge na oralidade, na voz que não se prende a um objeto ou um local, mas que se propaga, volátil, sem base cognoscível que não o sujeito ouvinte que servirá de canal para outros. É apenas posteriormente que o “códex literário” passa a ser irremediavelmente anexado à matéria, ao livro impresso. A internet, sua multimodalidade e hipertextualidade, vão devolver à Literatura sua condição de místico ser alado.

A Literatura vence distâncias, entretém, decodifica tempo e cultura, desfamiliariza o ordinário. Parece haver um diferencial entre o discurso literário e o discurso comum que vai além do seu formato físico e sua configuração. Literatura demanda estilo, e estilo demanda autoralidade, identidade, individualidade, localização no tempo e no mundo, elementos disponíveis (se não inevitáveis) ao comediano de *stand-up*.

Neste artigo, propomos a seguinte questão norteadora: o *stand-up comedy* partilha com a Literatura as características de estilo e valoração estética que individualizam seus artistas e os transformam em autores. O objetivo geral é examinar o estilo que em ambas as artes singularizam seus indivíduos e demarcam seus discursos no mundo. Os objetivos específicos são identificar os traços deste estilo singularizante em textos de *stand-up comedy* e examinar o papel do estilo na *mise-en-scène* operada pelo comediante.

O marco teórico situa-se em Bakhtin (1997, 2012) e suas propostas acerca do estilo e do ato ético (filosofia do ato responsável), complementado por Charaudeau (2008, 2010a, 2010b), Maingueneau (2008, 2012) e Proença Filho (2005). A pesquisa é descritiva, bibliográfica com abordagem qualitativa. O procedimento é observacional, e o método de abordagem é dedutivo. O *corpus* de pesquisa é composto de excertos de apresentações dos comediantes americanos Jerry Seinfeld e Mitch Hedberg, sobretudo o primeiro, escolhidos pela forte marca de estilo que possuem e pela feição minimalista de seus textos.

Estilo: uma busca pelo extraordinário

“I'm an ice sculptor. Last night I made a cube”.
— Mitch Hedberg

Se houver verdade no velho lugar-comum “não há boa Literatura sem bom humor”, descrito assim em tom provocadoramente generalista, talvez valha considerar uma inversão do ponto de vista ao conceber possível que o humor não apenas subordine-se a uma arte sublimada nas convenções e na História (como se humor e Literatura configurassem estatutos capazes de se opor), mas também ele, componente inalienável da vida e da epopeia humana, pudesse se imbuir desta qualidade inespecífica (apenas detectável por traços e indícios) que confere a um discurso o *status* de “Literatura”¹.

1 Evitaremos, como será pormenorizado a seguir, tangenciar para a questão da literariedade.

Eddie Tafoya, pesquisador e professor de Literatura americana na New Mexico Highlands University, patrocina a noção de *stand-up comedy* como Literatura logo a partir do título de seu livro *The Legacy of Wisecrack: Stand-up Comedy as the Great American Literary Form*. Apesar de o livro de Tafoya ser basicamente uma linha do tempo da história do *stand-up* circundando um artigo que compara a *A Divina Comédia*, de Dante Aligheri, com *Live on the Sunset Trip*, um show de *stand-up* do comediante Richard Pryor realizado em 1983, há fragmentos interessantes e uma lógica válida que, se não são suficientes para compor um argumento sólido em favor da posição do autor, ao menos tornam possível que perguntas sejam feitas, e esta é uma contribuição relevante a qualquer pesquisa.

Tafoya (2009) descreve uma tentativa de definição da própria Literatura por teoristas e escritores (como Terry Eagleton e Robert Pirsig) apenas para ratificar que a questão está longe de ser pacificada. Antoine Compagnon (1999, p.44) chamou a atenção para o caráter pouco denso do termo: “a definição de um termo como Literatura não oferecerá mais que o conjunto das circunstâncias em que os usuários de uma língua aceitam empregar esse termo”.

Tafoya (2009, p.22, tradução nossa)² segue nesta linha quando afirma que “ao invés de tentar descobrir o que a Literatura é, talvez seja mais proveitoso examinar o que a literatura faz”. O autor rejeita assim a pretensão de definição absoluta mais afeita à noção jakobsiana de literariedade, que procura investigar o que constitui Literatura, apesar de emprestar dela a questão da “desfamiliarização do ordinário” à qual dedicaremos atenção a seguir. Desse modo, Tafoya (2009, p.22–35, grifo do autor, tradução nossa)³ lista oito “efeitos” e “ações” que a Literatura cumpre: (1) Literatura codifica experiência; (2) Literatura oferece uma catarse emocional; (3)

² Rather than looking at what literature *is*, perhaps it would be fruitful to examine what literature *does*.

³ (1) Literature codifies experience; (2) literature provides an emotional catharsis; (3) literature entertains us; (4) literature defamiliarizes ordinary; (5) Literature reveals the culture; (6) literature invites multiple levels of interpretation; (7) literature is language play; (8) literature engenders wonder.

Literatura nos entretém; (4) Literatura desfamiliariza o ordinário⁴; (5) Literatura revela a cultura; (6) Literatura incita múltiplos níveis de interpretação; (7) Literatura é jogo de linguagem; (8) Literatura engendra o fascínio. Tafoya (2009) demonstra por meio de exemplos que a apresentação de um comediante de *stand-up* pode cumprir todas estas prescrições. A “desfamiliarização do ordinário”, elemento chave em nossa análise, é uma característica que o autor identifica no trabalho do comediante Jerry Seinfeld, comentando que

muito da apresentação de Jerry Seinfeld gira em torno do modo como ele pega objetos e experiências comuns, como uma ida ao supermercado, tomar um banho ou encontrar um sinal de trânsito que diz “conversão à esquerda”, e desfamiliariza o mundano para expor seus absurdos implícitos (TAFOYA, 2009, p.36, tradução nossa)⁵.

Esta “desfamiliarização” é tomada como traço de literariedade por quem explorou esta acepção. Segundo Antoine Compagnon (1999, p.42),

a “literariedade” (a desfamiliarização) não resulta da utilização de elementos linguísticos próprios, mas de uma organização diferente (por exemplo, mais densa, mais coerente, mais complexa) dos mesmos materiais linguísticos cotidianos.

Este fenômeno de distinção, de extrair da trivialidade o que lhe é excepcional, diz respeito igualmente à valoração estética de Bakhtin (1997, 2012), elemento relevante na filosofia do ato responsável. Compagnon (1999) reaquece a noção bakhtiniana de que o sentido não se encontra no sistema da língua, mas se constrói quando este sistema é tomado por um sujeito e enunciado, posto em uso. Da mesma forma, Bakhtin (1997) fala em “estilo” para

⁴ “Defamiliarization” é um conceito cunhado pelo escritor russo Viktor Shklovsky em 1917 para definir o papel da arte em abordar um tópico do cotidiano e torná-lo extraordinário. Teve influência no dadaísmo.

⁵ A great deal of Jerry Seinfeld's act revolves around the way he takes the most unremarkable objects and experiences, such as a trip to the supermarket, taking a shower or encountering a traffic sign that says “left turn okat”, and defamiliarizing the mundane so as to expose the dormant absurdities.

abordar o uso diferenciado dos elementos disponíveis no sistema linguístico, pois

A entonação expressiva, que se entende distintamente na execução oral [...], é um dos recursos para expressar a relação emotivo-valorativa do locutor com o objeto do seu discurso. No sistema da língua [...] essa entonação não existe. [...] Se uma palavra isolada é proferida com uma entonação expressiva, já não é uma palavra, mas um enunciado completo, realizado por uma única palavra (BAKHTIN, 1997, p.309).

As noções de estilo e de literariedade guardam, naturalmente, similaridades. Contudo, ao falar que, como ocorre na Literatura, o *stand-up comedy* desfamiliariza o ordinário, Eddie Tafoya (2009) traz para seu discurso uma inflexão que está mais para Bakhtin (1997, 2012) do que para Jakobson (2005), pois prefere examinar os efeitos deste uso “diferente” ao invés de definir uma qualidade absoluta. Compartilhamos neste estudo o enfoque de Tafoya, visto que damos preferência ao estilo e “valoração estética” de que nos fala Bakhtin para encontrar paridade entre o que a Literatura e o *stand-up comedy* fazem, o que pode contribuir para descobrirmos ou nos aproximar de descobrir o que eles são.

Tafoya (2009, p.39, tradução nossa)⁶ conclui que uma percepção objetiva de Literatura não será vista tão cedo, mas que “até lá, ao que parece, mesmo que a forma de arte em questão não seja a Literatura, [o *stand-up*] tem a capacidade para fazer tudo o que a literatura supostamente faz”.

Apesar de ter surgido oralmente, partilhada ao redor de fogueiras ou cantada por aedos na Grécia antiga, o que atualmente é tido por “Literatura”, em seu conceito mais rudimentar, parecia até pouco tempo inalienavelmente soldado à noção de escrita, de registro em papel, algo incompatível com a fragmentação narrativa e pulverização dos suportes que presenciamos hoje. Maingueneau (2012, p.236) aponta que “o que denominamos ‘texto’ não é um conteúdo fixado nesse ou naquele suporte, mas algo que forma unidade com seu modo de existência material”. O desenvolvimento

⁶ Until then, it appears that even if the art form is not literature, it still has the power to do everything literature is supposed to.

do *stand-up* no Brasil — e o novo fôlego que ele parece ganhar ao redor do mundo — obedece não às cercanias de uma plataforma imóvel, mas à rede de fibra óptica do hipertexto. O canal de compartilhamento de vídeos YouTube, por exemplo, é uma rede hipertextual e multimodal de informações que desempenhou papel decisivo na popularização do gênero *stand-up* no Brasil.

O texto do *stand-up comedy* é literalmente escrito em um primeiro momento, mas somente vem a público oralmente, pela voz do comediante, pois o gênero literário não está amarrado a nenhuma plataforma física ou a qualquer limite de formato. Segundo Maingueneau (2012, p.214),

a literatura não passa necessariamente pelo código gráfico [...]. De um lado, os enunciados em que são abundantes os indicadores paraverbais (a gesticulação em particular), as redundâncias e as elipses, as referências à situação de enunciação (embreagem linguística) [...]. Em suas formas dominantes, a literatura hoje é associada aos enunciados independentes do contexto.

O estilo é componente singularizante do discurso, contribui para localizá-lo em um lugar único no mundo e para individualizar seu autor. É o que aponta Bakhtin (2012, p.141) quando diz que o “ato-valoração [...] procura a sua própria justificação, não no interior de um sistema, mas em uma realidade única e concreta, irrepetível”. Quando Maingueneau (2012) trata da maneira com que o texto se institui como parte integrante de seu estilo, reafirma que o estilo impresso no texto contém em si um universo de tempo e de espaço, do local onde o texto foi escrito e do *zeitgeist*⁷ da época, ou seja, da realidade única, concreta e irrepetível de que fala Bakhtin (2012).

No sentido de compreendermos o estilo em Bakhtin, é preciso visitarmos o conceito de ato ético ao qual está vinculado. Bakhtin (1997, 2012) descreve o ato ético como a ocupação de um lugar ímpar, a partir do qual ele deve responder – “ato responsável”, como o chama Sobral (2008) – por este movimento que o individualiza no panorama universal dos sujeitos. De acordo com Bakhtin (2012), não existe alibi na vida. Se, por um lado, isto significa que

⁷ Atmosfera cultural de uma determinada época.

não podemos nos abster da responsabilidade por nossos atos, este inescapável preceito bakhtiniano aponta para a constituição da própria identidade do sujeito, do seu posicionamento enquanto indivíduo; na arte e na Literatura, a impossibilidade de fuga significa também a característica inviolável da integridade do artista, ou seja, de sua condição de autor. A partir do momento em que o sujeito aplica sobre o objeto de sua arte (a escrita, compartilhada entre Literatura e *stand-up comedy*) seu tom “emotivo-valorativo”⁸ (BAKHTIN, 1997), seu estilo, ele o marca como seu e se *demarca* no mundo. “A escrita [...] é o reflexo impresso no dado do material por seu estilo artístico [...]; o estilo artístico não trabalha com as palavras, mas com os componentes do mundo [...]” (BAKHTIN, 1997, p.208).

Percebemos, então, que moram na valoração estética do texto os mais importantes recursos de que lança mão um comediante para ter sucesso em seu show, ou seja: fazer o público rir, tarefa complexa, sobretudo no caso do *stand-up comedy*, que renuncia ao cenário, ao figurino e a qualquer elemento de natureza cênica que não seja a própria voz do artista. De acordo com Charaudeau (2010b), é a situação que determina o gênero de discurso. Esse linguista assinala três elementos essenciais para definir a situação de Comunicação: “[...] a ‘finalidade’ do ato de fala, a ‘identidade’ dos parceiros e do lugar que eles ocupam na troca, [e] as ‘circunstâncias materiais’ nas quais a troca se realiza” (CHARAUDEAU, 2010b)⁹. Em se tratando do objeto deste estudo, podemos antecipar que “fazer rir” corresponde à “finalidade”, “comediante” e “audiência” correspondem a “parceiros”, e “circunstâncias materiais” envolvem geralmente o comediante sobre o palco sem elementos de cena que se dirige a uma plateia ocupante de uma posição de inferioridade camouflada pelas características do gênero.

Visando cumprir a finalidade de “fazer rir”, o sujeito faz uso de

⁸ Em *Para uma filosofia do ato responsável* (BAKHTIN, 2012), Valdemir Miotello e Carlos Alberto Faraco traduzem o termo como “tom emotivo-volitivo”, nomenclatura adotada neste trabalho.

⁹ Citação retirada de página única, artigo disponível no site de Patrick Charaudeau.

estratégias discursivas, principalmente da estratégia de captação. O objetivo desta estratégia discursiva é a sedução ou persuasão do sujeito destinatário, levando-o a “entrar no universo do pensamento que é o ato de comunicação” para que assim “partilhe a intencionalidade, os valores e as emoções dos quais esse ato é portador”. (CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2008b, p.93). Os recursos de que dispõe o comediante para exercer a estratégia de captação são os paraverbais e os recursos de estilo, literários, de desfamiliarização do discurso. Como veremos a seguir, para transmitir com sucesso uma ideia ou para ilustrar com precisão uma analogia, o comediante precisa fazer uso de uma organização diferente em seu discurso com o objetivo de “ganhar” o público, de transportá-lo para o seu “universo do pensamento”.

O *stand-up comedy* tem o potencial para (e muitas vezes a necessidade de) fazer basicamente o mesmo que faz a Literatura (codificar experiência, entreter, jogar com linguagem, desfamiliarizar o ordinário). E a constituição da autoralidade em ambas as artes advém, sobretudo, do estilo. É para apurar este estilo como vínculo entre o *stand-up comedy* e a Literatura que procederemos na sequência à análise de alguns excertos de textos dos comediantes Jerry Seinfeld e Mitch Hedberg.

O estilo em Jerry Seinfeld e Mitch Hedberg

Domício Proença Filho (2005, p.41) destaca que a “complexidade” do discurso literário é um diferencial em relação ao discurso comum. O poder de não apenas significar, mas de ressignificar, de operar ligações extraordinárias entre signos e referentes, ligações que não podem ser previstas nos dicionários, fora do raio de alcance do léxico comum. Um texto preparado para um espetáculo de *stand-up* é, em todos os níveis, diferente de uma fala cômica que integra o rol dos falantes cotidianos, como anedotas contadas entre amigos; volta-se novamente à distinção entre produzir e reproduzir, que Proença Filho (2005) destaca. Em 2001, Jerry Seinfeld voltava a fazer *stand-up* depois de ter cocriado *Seinfeld*, a *sitcom*¹⁰ mais bem-sucedida de todos os tempos, que fora ao ar de

¹⁰ *Situation comedy* ou “comédia de situação”.

1989 a 1998. Ele tirou de dois a três anos de férias. Ao brincar com a fase atual de sua carreira, Seinfeld apresentou no tradicional talk show de David Letterman um texto não convencional, desfamiliarizante por lançar mão de um jogo de palavras que possuem o mesmo sufixo (em função disso, inclusive, o texto perde o sentido se traduzido para o português).

The question is this: what have I been doing? People say “you don’t do the show anymore, what do you do?”. I tell you what I do. Nothing. And I know what you’re thinking: “yeah, that sounds pretty good. In fact I would like to do nothing myself”. Well, let me tell you, doing nothing it’s not as easy as it looks. You have to be careful. Because the idea of doing *anything*, which can easily lead to doing *something*; that would cut in to your *nothing*, and that would force me to have to drop *everything*.[grifos nossos]

Como destaca Carlos Reis (1997, p.124), “a linguagem, quando liricamente refigurada, escapa aos padrões dos discursos não literários”. É esse escape, esse desvio, que separa a linguagem literária da não literária em sua acepção mais primitiva: o fato de ser esta a linguagem do cotidiano, a linguagem comum, encontrada de modo amplamente similar em todos os seus refúgios. As palavras dispostas no texto de Seinfeld, “anything”, “something”, “nothing” e “everything”, são palavras comuns, parafusos na velha caixa de ferramentas da linguagem. O estilo reside na capacidade de fazer a valoração estética do que é comum para transformá-lo em algo singular, em cuja superfície esteja impressa a digital da individualidade, do autor. O que passa não apenas por jogos de linguagem, mas por enxergar a realidade por uma perspectiva única, de *desfamiliarizar* os acontecimentos ordinários da vida. Todo artista singulariza-se por sua visão de mundo, e é para entrar em contato com esta visão singular que assistimos a determinados filmes, visitamos galerias de arte e lemos Literatura.

A fuga do padrão é fundamental para a constituição da ideia de autor, pois o que corrompe uma ordem, uma simetria (discurso comum), também compõe identidade, ou seja: identifica o sujeito como um indivíduo, cujo “existir é único”.

[...] eu também sou participante no existir de modo singular e irrepetível, e eu ocupo no existir singular um lugar único, irrepetível, insubstituível e impenetrável da parte de um outro. [...] A singularidade do existir é irrevergavelmente obrigatória. [...] cada existir é único (BAKHTIN, 2012, p.96).

Dotado de estilo (único, individual), o sujeito passa a ocupar um lugar singular no mundo, passa a enunciar de um ponto específico e irrepetível no tempo e no espaço, o que é chamado pelo Círculo de Bakhtin de “entoação avaliativa”, “a expressão do Círculo para designar o fato de que sempre se diz algo a alguém a partir de uma dada posição” (SOBRAL, 2009, p.124). Sob a sombra da entoação avaliativa, não é permitido ao sujeito apresentar seu “álibi da existência”. O ato ético está posto, o sujeito existe, escapa à condição de mero reproduutor da linguagem para ocupar a posição de *autor* do seu discurso.

A língua comum, em âmbito geral, não tem autor, não tem dono, não tem quem reclame seus direitos. É somente quando se interfere no padrão vigente que se obtém o traço do extraordinário, do (literalmente) fora de série, imprimindo nesta fonte comum suas próprias marcas. O comediante americano Mitch Hedberg, morto em 2005, caracterizou-se por um estilo único de apresentação que envolvia, dentre outros fatores, o uso massivo de *one-liners*¹¹. Suas opções de estilo e sua visão peculiar do mundo o singularizaram como artista. Tome-se como exemplo a seguinte frase de Hedberg: “Minhas plantas de plástico morreram porque eu não fingi regá-las”¹² (tradução nossa). Observa-se o uso do *nonsense* nesta linha de texto e fica evidente (a quem a carreira do comediante é familiar) como ela se torna engracada pela intersecção com o absurdo com que Hedberg flertou ao longo de toda sua obra.

Jerry Seinfeld, como Mitch Hedberg, caracterizou-se ao longo de sua carreira como um comediante do “humor observacional”, aquele que, em essência, fortalece o argumento elementar aqui tratado: a desfamiliarização do que é trivial. O estilo de Seinfeld é marcado pela observação do cotidiano por pontos de vista inéditos, em geral apontando fatos comuns de modo não imaginado pela maioria das pessoas, pondo em prática tanto a questão do uso extraordinário da língua quanto da singularização, do que define o autor, como na decomposição feita, neste exemplo, do termo “best-man” (literalmente, “melhor homem”; neste contexto, “padrinho

¹¹ Piadas curtas, compostas geralmente de uma única frase.

¹² My fake plants died because I did not pretend to water them.

de casamento”), para o seu sentido primário: “I was the Best man at the wedding. If I’m the best man, why is she marrying him?”. Muito do que constitui fundamentalmente o *stand-up comedy* reside em colocar a linguagem em situações excepcionais como esta, em que o objetivo básico é o riso, manifestação espontânea diante de uma determinada ruptura de um estado vigente (a banalidade do mundo, da sociedade, da própria língua).

O fato de ser uma arte de criação solitária (ao contrário de outras como o cinema e o teatro) aproxima o *stand-up comedy* da Literatura, na qual importa ao resultado final a individualidade do artista, um determinado olhar (único) sobre a realidade que o rodeia. Quando este olhar tem a intenção de transformar, não apenas de *utilizar*, a língua sai de seu eixo ordinário para ocupar um novo panteão (*extraordinário*) – em que sua forma, e não apenas sua função primária, passa a importar. Neste novo universo importa também o autor, o ritmo, as escolhas lexicais; elementos geralmente atropelados ou ignorados quando interessa ao falante utilizar-se da língua em sua acepção básica. Importa, acima de tudo, o estilo do usuário. Se emprega estilo, ele já não é mais um “simples” usuário, ele é um agente da linguagem.

A língua coloca à disposição de cada um, um múltiplo repertório de possibilidades. Ao assumir o discurso, o indivíduo busca escolher os meios de expressão que melhor configurem suas ideias, pensamentos e desejos. Essa escolha é que caracteriza o estilo (PROENÇA FILHO, 2005, p.26).

A questão da escolha, da seleção lexical, é fundamental na apreensão do estilo. É claro que não se trata apenas da seleção de cada palavra individualmente, mas na relação que se estabelece entre elas para criar construções originais. O estilo reside na apropriação do valor das palavras e na combinação entre elas para que se lhes imprima novos valores. Comediantes geralmente rodam o país com espetáculos escritos e preparados previamente. Neste aspecto, a preparação cuidadosa do texto torna-se elemento basilar da arte do comediante. Ainda que eventualmente, por seu estilo particular de apresentação, o comediante passe a impressão de que está apenas conversando com o público, conferindo a seu

espetáculo uma atmosfera de espontaneidade, ele possui seu texto, de modo geral, rigidamente delimitado para não intervir no *timing* do show e na eloquência correta dada a cada frase. Uma piada pode desmanchar-se com a escolha de uma única palavra, ou de uma pausa mais longa, de uma ênfaseposta no lugar errado.

Em entrevista ao *The New York Times*, em dezembro de 2012, Jerry Seinfeld contou ao repórter Jonah Weiner a respeito de uma piada que procurava acertar.

“Eu tinha uma piada: ‘o casamento é um pouco como um jogo de xadrez, exceto que o tabuleiro é feito de água corrente e as peças são feitas de fumaça’”, disse ele. “Esta é uma boa piada, eu adoro, eu passei anos nela. Há um pequeno problema: ‘o tabuleiro é feito de água corrente’. Eu sempre perdia o público aqui. Água corrente? O que ele quer dizer? E repetindo ‘feito de’ estava prejudicando as coisas. Então como eu posso dizer o tabuleiro é feito de água corrente sem dizer ‘feito de’? Um pequeno problema, mas eu podia ouvir a confusão. Uma risada para mim não é uma risada. Eu a ‘vejo’, como no Caltech quando eles olham para as placas tectônicas (WEINER, 2012, tradução nossa)¹³.

A repetição de “feito de” é um problema de estilo identificado por Seinfeld, quebra o ritmo da analogia que o comediante pretende fazer. A solução encontrada por Seinfeld foi retirar ambos “feito de” e substituí-los por um indicador paraverbal.

“Então”, continuou ele, “eu estava obcecado em descobrir isso. A forma como resolvi foi experimentar coisas diferentes, noite após noite [...]. A solução foi fazer isso” – Seinfeld traçou um quadrado no ar com os dedos, desenhando o tabuleiro. “Agora eu posso simplesmente dizer: ‘o tabuleiro é água corrente’, e fazer isso, e eles entendem. Um tabuleiro que era ‘feito de’ água corrente era informação demais (WEINER, 2012, tradução nossa)¹⁴.

¹³ “I had a joke: ‘Marriage is a bit of a chess game, except the board is made of flowing water and the pieces are made of smoke’”, he said. “This is a good joke, I love it, I’ve spent years on it. There’s a little hitch: ‘The board is made of flowing water.’ I’d always lose the audience there. Flowing water? What does he mean? And repeating ‘made of’ was hurting things. So how can I say ‘the board is made of flowing water’ without saying ‘made of’? A very small problem, but I could hear the confusion. A laugh to me is not a laugh. I see it, like at Caltech when they look at the tectonic plates”.

¹⁴ “So,” he continued, “I was obsessed with figuring that out. The way I figure it out is I try different things, night after night [...]. The breakthrough was doing this” – Seinfeld traced a square in the air with his fingers, drawing the board. “Now I can just say, ‘The board is flowing water,’ and do this, and they get it. A board that was made of flowing water was too much data.”

Este é um trabalho meticoloso de valoração estética, de como decompor uma boa premissa, uma boa ideia, na sua forma verbal mais perfeita, mais refinada, para que funcione da melhor maneira diante do público. Como aponta Maingueneau (2012, p.214), “a literatura não passa necessariamente pelo código gráfico”. Na mesma entrevista, por exemplo, Seinfeld revela que está trabalhando em uma piada há mais de dois anos. No *stand-up comedy* cada palavra escolhida (ou suprimida) terá um efeito estético; trará, como na Literatura, uma carga de referências específica, e essas referências serão responsáveis por comunicar ao público a mensagem que o comediante deseja transmitir (no caso exposto, a analogia entre o casamento e um jogo de xadrez). Preparar um texto significa afinar a linguagem à ideia de humor que o comediante possui, para que seja possível também ao público assimilar esta ideia, compartilhá-la, procedendo, dentre as *estratégias discursivas* assinaladas por Charaudeau e Maingueneau (2008), à estratégia de *captação*.

Os elementos que identificamos em um texto cômico como componentes de seu estilo são fundamentais na constituição das visadas discursivas, sobretudo a de “fazer-fazer” (CHARAUDEAU, 2010a), ou seja, para cumprir a ‘finalidade’ discursiva de, neste caso, “fazer-rir”. Este objetivo demanda o uso de estratégias discursivas, sobretudo da estratégia de captação, cuja finalidade é fazer o interlocutor “entrar no universo do pensamento que é o ato de comunicação” para que assim “partilhe a intencionalidade, os valores e as emoções dos quais esse ato é portador” (CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2008, p.93). Desempenha um papel de vital importância na performance de um comediante a preparação do texto para fortalecer o poder de captação de seu discurso. Na linha “Sometimes the Road less traveled is less traveled for a reason”, também de tradução contraproducente, com a qual Jerry Seinfeld desfaz o aforismo comum entre falantes de língua inglesa que surgiu após o famoso poema de Robert Frost, *The Road Not Taken*, o minimalismo empregado na concepção do texto, composto de uma única sentença, imita a forma comum dos ditados de sabedoria popular ao mesmo tempo em que a repetição de “less traveled” lhe confere um ritmo, um *timing* cômico.

Conforme Domício Proença Filho (2005, p.40), “o código em que se pauta o discurso literário guarda estreita relação com o código do discurso comum, mas apresenta, em relação a este, diferenças singularizadoras”. A diferença, neste último caso, entre um aforismo popular e uma grande *one-liner*, guarda consigo o conceito acabado de *stand-up comedy* como forma de Literatura. O aforismo é por definição um tipo de texto em cíclica e infinita reprodução, processo que não envolve qualquer inventividade (estilo, valoração estética) de quem o reproduz. Apesar de dividirem o léxico e a forma, as “diferenças singularizadoras” no texto criado por Seinfeld são notáveis, assim como o são entre uma notícia de jornal e uma crônica de Fernando Sabino.

O desenho desta situação é o seguinte: o comediano estabelece com seu público um jogo interdiscursivo em que o primeiro procura implicar um comportamento ao segundo. Este comportamento (visada do fazer rir, finalidade a ser cumprida) é condicionado em função da estratégia discursiva de captação e da desfamiliarização do discurso comum, ou seja, a partir de uma valoração estética específica que singulariza seu discurso; a partir do seu estilo, impresso em um uso extraordinário da língua, constitui-se sua condição de autor, indivíduo determinado em um lugar irrepetível no mundo.

Considerações finais

Acompanhamos, no desenvolvimento deste trabalho, a possibilidade de abordagem do *stand-up comedy* como uma forma de Literatura. Para tanto, baseados predominantemente em Bakhtin (1997, 2012), Charaudeau (2008, 2010a, 2010b) e Maingueneau (2008, 2012), analisamos alguns casos que compuseram o corpus de análise deste estudo, excertos de textos dos comediantes americanos Jerry Seinfeld e Mitch Hedberg.

É de Hedberg uma conhecida linha de texto que diz: “uma vez, esse cara me mostrou uma foto dele e disse ‘Aqui está uma foto de quando eu era mais jovem’. Toda foto é de você quando você era mais jovem”¹⁵. Esta capacidade de notar um absurdo implícito numa banalidade (no caso, em um determinado modo,

¹⁵ One time, this guy handed me a picture of him, he said, “Here’s a picture of me when I was younger”. Every picture is of you when you were younger.

extremamente comum, de se dizer alguma coisa) é o que desfamiliariza o cotidiano e o que singulariza o artista. O *stand-up comedy*, enquanto forma de arte, exige de seus artistas o tratamento refinado ao texto. Mora na singularidade da visão de mundo do artista e na sua capacidade única de valoração estética do texto a constituição do que o legitima enquanto autor.

Da mesma forma, é intrínseco ao *stand-up comedy* uma necessidade de *mise-en-scène* (CHARAUDEAU, 2010a), de jogar dentro de uma situação de Comunicação por meio de estratégias discursivas e de visadas, um processo também operado por escritores de Literatura, que, para comunicar além da finalidade primária da língua, precisam “captar” seu público (o leitor) e trazê-lo a seu universo de discurso (CHARAUDEAU, 2008, 2010a, 2010b).

A Literatura é fecundante da realidade, demanda das impresões descritas ali que se perpetuem muito além do tempo em que foram registradas. Só é possível essa perpetuação porque a própria escrita, e não apenas a respeito de quê se escreve, é atraente em si mesma, seja por sua força, sua beleza, seu grau de ineditismo ou o quanto ela “desfamiliariza”, o quanto ela joga com elementos ordinários para alcançar um resultado que é extraordinário, caso da obra de Seinfeld e Hedberg.

Não sabemos se algum dia os textos voláteis e multimodais do *stand-up comedy* serão absorvidos como “Literatura” por algum inconsciente coletivo chamado “cultura” ou outro de seus correlativos, mas sabemos que a eles é possível aplicar o mesmo olhar crítico e desafiador que a boa Literatura provoca, e esta é uma vitória para as formas nobres de arte.

Referências

- BAKHTIN, Mikhail. *Estética da criação verbal*. São Paulo: Martins Fontes, 1997.
- _____. *Para uma filosofia do ato responsável*. São Paulo: Pedro & João Editores, 2012.
- CHARAUDEAU, Patrick; MAINGUENEAU, Dominique. *Dicionário de análise do discurso*. São Paulo: Contexto, 2008.
- _____, Patrick. *Linguagem e discurso: modos de organização*. São Paulo: Contexto, 2010a.

_____. Uma problemática comunicacional dos gêneros discursivos. *Revista Signos*, Valparaíso, v. 43, n.1, p.77-90, 2010b. Disponível em: <<http://www.patrick-charaudeau.com/Uma-problematica-comunicacional.html>>. Acesso em: 12 nov. 2012.

COMPAGNON, Antoine. *O demônio da teoria: literatura e senso comum*. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 1999.

JAKOBSON, Roman. Lingüística e poética. Lingüística e comunicação. São Paulo: Cultrix, 2005. p. 118–162.

. Linguística e comunicação. São Paulo: Cultrix, 1971.

MAINIGUENEAU, Dominique. *Discurso literário*. São Paulo: Editora Contexto, 2012.

PROENCA FILHO, Domício. A linguagem literária. São Paulo: Ática, 2005.

REIS, Carlos. *O conhecimento da literatura*: introdução aos estudos literários. 2. Ed. Coimbra: Livraria Almedina, 1997.

SOBRAL, Adail. O ato “responsável”, ou ato ético, em Bakhtin, e a centralidade do agente. *Signum: Estudos de Linguagem*, Londrina, n. 11/1, p. 219-235, jul. 2008.

TAFOYA, Eddie. **The legacy of wisecrack**: stand-up comedy as the great american literary form. Boca Raton: BrownWalker Press, 2009.

WEINER, Jonah. Jerry Seinfeld Intends to Die Standing Up. **The New York Times**. Nova York, 23 dez.2012. Disponível em: <<http://www.nytimes.com/2012/12/23/magazine/jerry-seinfeld-intends-to-die-standing-up.html?pagewanted=all&r=1&>>. Acesso em: 29 maio 2013.

Luis Henrique Boaventura

Mestre em Letras pela Universidade de Passo Fundo (PPGL/UPF); bacharel em Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo (UPF), Passo Fundo (RS), Brasil. Crítico de cinema na revista online *Multiplot!* e no site *Cine-players*, da Globo.com. Copidesque e *ghostwriter*.

Ernani Cesar de Freitas

Professor doutor em Letras (PUCRS), com pós-doutoramento em Linguística Aplicada e Estudos da Linguagem (PUC-SP/LAEL); docente permanente do PPG Letras da Universidade de Passo Fundo (RS) e do mestrado em Processos e Manifestações Culturais da Universidade Feevale, Novo Hamburgo (RS). Autor e coautor de vários artigos publicados em revistas acadêmicas nacionais e internacionais, livros e capítulos de livros.

Recebido: 08.11.2013
Aceito: 12.05.20014