



UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE AUDIOVISUAIS E PUBLICIDADE

JOÃO RICARDO BATISTA RIOS

Mandem títulos:

Uma análise da página de Facebook *Job do Dia*

BRASÍLIA- DF

2014



UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE AUDIOVISUAIS E PUBLICIDADE

JOÃO RICARDO BATISTA RIOS

Mandem títulos:

Uma análise da página de Facebook *Job do Dia*

Monografia apresentada ao Curso de Comunicação Social, da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Publicidade e Propaganda, sob a orientação do professor Dr. Asdrúbal Borges.

BRASÍLIA- DF

2014

RIOS, João R. R.
Mandem Títulos: Uma análise da página de Facebook
Job do Dia

137 páginas

Projeto Final em Publicidade e Propaganda – Departamento
de Audiovisuais e Publicidade – Faculdade de Comunicação –
Universidade de Brasília.

1.Imagem 2.Texto 3.Multimodalidade 4.Riso 5.Publicidade

A Aldenícia, Natália, Cláudio e Gabriel.

Agradecimentos

Depois de um trancamento de quase dois anos entre o último semestre em que realmente tive aulas e a realização deste trabalho, pareceu-me que seria quase impossível engatar novamente os estudos. Conseguir realizar esta tarefa só foi possível graças a algumas pessoas que me ajudaram em todo o processo.

Agradeço a minha amiga Natália Horta por ter se tornado praticamente uma consultora pessoal quanto a minhas muitas dúvidas acadêmicas. Ela me ajudou nas questões mais simplórias e nas mais complexas, fosse para entender o pensamento de um autor fosse para saber o que é preciso para definir os objetivos de um trabalho. Sua prontidão e interesse em discutir os temas que eu estudava me salvou em vários momentos.

Agradeço também a minha amiga Viviane Oliveira, que me mostrou que, mesmo tempo pouco tempo disponível, eu seria capaz. Obrigado por me dar dicas de como estudar e aproveitar meu tempo.

À minha amiga Marcella, por aceitar uma barganha tão parcial para ser a revisora deste trabalho. Espero encontrar outras formas de retribuir a ajuda.

À minha irmã, Natália Rios, por me ajudar com minha dificuldade em escrever, sempre pronta para revisar e dar conselhos, além de dar dicas para tornar a leitura de meus textos mais agradável e fluida. Junto com minha mãe, Aldenícia, agradeço também pela compreensão a minha indisponibilidade de tempo para ajudar nas tarefas e questões da família.

Agradeço a minha namorada, Pâmella, que me apoiou durante todo esse processo, me incentivando a continuar e sendo compreensiva com minha falta de tempo. Obrigado por aturar minhas neuras todas as vezes que as responsabilidades e demandas me tiravam do sério.

Por último, ao meu orientador, Asdrúbal, por aceitar me orientar mesmo com um prazo apertado que tínhamos originalmente, e voltamos a ter perto do final, confiando na minha capacidade e sendo sempre paciente com todas as dúvidas surgidas ao longo do processo.

Resumo

Este estudo parte do interesse em compreender mensagens cômicas compostas tanto por imagem quanto por texto na internet. Por meio de um paralelo com a publicidade, propõe-se a análise da página de Facebook *Job do Dia*, buscando entender como imagem e texto se relacionam na construção de mensagens risíveis como as vistas na página. Para isso, entre os objetivos, pretende-se determinar os tipos de relação existente entre imagem e texto, assim como as principais características do riso e dos fatores que levam a ele. Os dois eixos, *imagem e texto* e *riso*, foram considerados como principais para levantamento bibliográfico, que por sua vez, foi utilizado para embasar a análise de 12 postagens da página, referentes a cada mês do ano de 2013. O resultado do trabalho é: uma categorização das relações entre imagem e texto; a determinação de tipos de mensagens risíveis presentes na página; e a descoberta de quais combinações entre tipos de relação e tipos de comicidade são mais frequentes nas postagens analisadas da página, bem como por que isso ocorre.

Palavras-chave: imagem, texto, multimodalidade, riso, publicidade.

Abstract

This study is originated by the interest in comprehending comical messages composed of both image and text on the internet. By making a parallel with advertising, it proposes to analyze the Facebook's page *Job do Dia*, seeking to understand how image and text relate on the construction of laughable messages as seen on the page. For this, among the objectives, it is intended to determine the types of relations between image and text, as well as the main features of laughter and the factors that lead to it. The two axes, *image and text* and *laughter*, were considered as key for the bibliographic research, which in turn was used to support the analysis of 12 posts made by the page for each month of the year of 2013. The work result consists of: a categorization of the possible relations between image and text; the determination of the types of laughable messages on the page; and the discovery of which combinations between types of relations and types of laughable messages are more frequent in the posts analyzed on the page, as well as why those combinations occur.

Keywords: image, text, multimodality, laughter, advertisement.

Lista de figuras

Figura 1 - Imagem de perfil da página JDD. O endereço mostrado na imagem trata-se de um domínio secundário.	16
Figura 2 – Mecânica de funcionamento, segundo o administrador do JDD	18
Figura 3 – A caixa azul com a frase <i>Mandem títulos</i> é utilizada em toda nova postagem.....	19
Figura 4 - Exemplos de sugestões de títulos por parte dos participantes.	20
Figura 5 – Primeiro título escolhido.....	21
Figura 6 – Segundo título escolhido.....	21
Figura 7 – O título refere-se ao próprio título e leiaute da postagem, explicando ser necessário que este seja longo o suficiente para cobrir a imagem de nudez que está por baixo da caixa de texto.	33
Figura 8 - Coelho e pato.....	34
Figura 9 – Publicação feita no período dos protestos contra o reajuste na tarifa de ônibus, em várias cidades brasileiras, em 2013.	40
Figura 10 - A palavra assalto é usada com dois significados: o tempo fracionado de uma luta e o ataque súbito que leva ao roubo.	44
Figura 11 - O bordão do filme <i>Tropa de Elite</i> é transferido para outro contexto.	45
Figura 12 – A vagareza de Rubens Barrichello é revelada como um estereótipo não antecipado pela imagem da manchete do jornal.	46
Figura 13 – Em um caso raro no <i>Job do Dia</i> , o título enviado é um texto que também pode ser lido por suas características visuais.	53
Figura 14 – Projeto <i>Type the sky</i> , de Lisa Rienemann que encontra as letras do alfabeto em espaços negativos formados pelos vãos entre prédios e construções	54
Figura 15 - Gráfico de classificação de relações entre imagem e texto.	55
Figura 16 – O riso potencializado pela ironia da situação.	65
Figura 17 – Quando o corporal se sobrepõe ao moral, a situação provavelmente será risível.	69
Figura 18 – A montagem digital simula a situação improvável do apresentador Silvio Santos caracterizado como roqueiro.	70
Figura 19 – O ser humano comparado ao objeto.	71
Figura 20 – O ser humano confrontado com o animal.....	72
Figura 21 – A coincidência de fisionomia, escolha de estilos (como que uma fantasia), e até a pose pode contribuir para fazer surgir o risível.	74
Figura 22 – A repetição do erro presente no título intensifica o riso.....	76
Figura 23 – A inversão de papéis provocando o riso. O personagem da foto, de salvador, passa a sequestrador, ao carregar policial no colo.....	78
Figura 24 – A interposição entre a narrativa da imagem e a narrativa da passagem bíblica cria o risível.....	80
Figura 25 – A frase feita fora de contexto, desta vez sendo observada pela ótica do riso.	82

Figura 26 – O título é tomado em seu sentido literal, em vez de figurado.	82
Figura 27 – A inversão na linguagem.	84
Figura 28 – O trocadilho nada mais é do que um exemplo fraco da interposição de séries.	85
Figura 29 – A ambiguidade explicada como comicidade da linguagem.	85
Figura 30 – A descrição do <i>real</i> usando o tom do <i>ideal</i> cria a ironia.	87
Figura 31 - Diferença de estilo nas primeiras postagens.	89
Figura 32 – Diferença de estilo ao convidar a participação do seguidor, destacada pela seta.	90
Figura 33 – Postagem mais curtida do mês de janeiro.	93
Figura 34 – Postagem mais curtida do mês de fevereiro.	96
Figura 35 – Postagem mais curtida do mês de março.	99
Figura 36 – Postagem mais curtida do mês de abril.	101
Figura 37 – Postagem mais curtida do mês de maio.	103
Figura 38 – Postagem mais curtida do mês de junho.	106
Figura 39 – Postagem mais curtida do mês de julho.	109
Figura 40 – Postagem mais curtida do mês de agosto.	112
Figura 41 – Postagem mais curtida do mês de setembro.	115
Figura 42 – Postagem mais curtida do mês de outubro.	118
Figura 43 – Postagem mais curtida do mês de novembro.	121
Figura 44 – Postagem mais curtida do mês de novembro.	124

Lista de tabelas

Tabela 1 – Quadro resumo da análise de postagens	129
--	-----

Lista de Abreviaturas e Siglas

JDD Job do Dia

Sumário

1 – INTRODUÇÃO	14
1.1 – TEMA	15
1.2 – PROBLEMA DE PESQUISA.....	22
1.3 – OBJETIVOS	22
1.4 – METODOLOGIA	22
2 – IMAGEM E TEXTO	24
2.1 – IMAGEM.....	24
2.2 – ANÁLISE DA IMAGEM.....	28
2.2.1 – <i>Transparência da imagem</i>	29
2.2.2 – <i>Destinatário, função, expectativa e contexto</i>	30
2.2.3 – <i>Metodologia de análise da imagem</i>	35
2.3 – TEXTO.....	36
2.3.1 – <i>Enunciado e Gênero do discurso</i>	37
2.3.2 – <i>Características do gênero</i>	40
2.4 – IMAGEM E TEXTO	47
2.4.1 – <i>Multimodalidade</i>	47
2.4.2 – <i>Relações</i>	48
3 – O RISO E O RISÍVEL.....	56
3.1 CARACTERÍSTICAS DO RISO.....	56
3.2 – DEFINIÇÃO DO RISÍVEL	63
3.3 – MANIFESTAÇÕES DO RISÍVEL	66
3.3.1 – <i>Repetição</i>	75
3.3.2 – <i>Inversão</i>	77
3.3.3 – <i>Interposição de séries</i>	79
3.3.4 – <i>A comicidade na linguagem</i>	80
4 – ANÁLISES DE POSTAGENS.....	88
4.1 – POSTAGEM 1	93
4.2 – POSTAGEM 2	96
4.3 – POSTAGEM 3.....	99
4.4 – POSTAGEM 4	101
4.5 – POSTAGEM 5.....	103
4.6 – POSTAGEM 6.....	106
4.7 – POSTAGEM 7	109
4.8 – POSTAGEM 8.....	112
4.9 – POSTAGEM 9.....	115

4.10 – POSTAGEM 10.....	118
4.11 – POSTAGEM 11.....	121
4.12 – POSTAGEM 12.....	124
4.13 DISPOSIÇÕES GERAIS.....	127
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	130
6. REFERÊNCIAS.....	134
ANEXO 1.....	136

1 – Introdução

Não é novidade afirmar que a era da tecnologia, em que esta pesquisa se encontra, transformou demasiadamente os meios de comunicação. Na internet, por meio de vídeos, blogues, sítios de notícias, páginas de mídias sociais, como *Facebook*, *Twitter*, *Youtube*, entre outros, é possível ter acesso bastante facilitado a novos conteúdos, de maneiras não esperadas há algum tempo. Neste contexto, é interessante observar a intensificação do uso de imagens no processo de comunicação. Elas estão presentes nos *image boards* – os fóruns especializados no compartilhamento de imagens estáticas e em movimento; em serviços exclusivos para a seleção e compartilhamento de imagens, como *Pinterest* e *Tumblr*; em sítios e blogues de comicidade; em páginas temáticas do *Facebook*; e em muitas outras publicações virtuais, assumindo um papel cada vez mais central na difusão de mensagens de diferentes tipos.

Este fenômeno, porém, vem acompanhado de outro de igual importância, que se materializa na combinação da linguagem verbal e não verbal para construção de novas mensagens antes pouco exploradas. Embora presentes há muito tempo, por exemplo, na publicidade, o uso de mensagens que combinam estes dois códigos, o do texto e o da imagem estática, aparecia de forma tímida e pouco desenvolvida – no que diz respeito às possibilidades de relação – em outras formas de comunicação, e a interação entre os dois códigos se dava, em geral, de maneira limitada, presente na forma de legendas, ilustrações do texto e descrições. Nestas, a limitação não acontecia necessariamente na interação entre códigos, que existia, e sim na intenção e percepção da importância dela. O que se percebe, em tempos recentes, é uma intensificação do uso do verbal e do não verbal em conjunto, dentro e fora do meio digital. Afinal,

com ascendência de imagens na nossa atual sociedade, percebemos que cada vez mais a força da linguagem visual vem ganhando espaços. As imagens, os gráficos, símbolos e desenhos estão a todo instante transmitindo informações e os portadores de textos, como por exemplo, jornais, revistas, livros, cartazes, faixas etc. estão sempre associando a linguagem visual à linguagem verbal. (BESSA, BARBOSA e CÂMARA, 2008, p. 2).

Ainda a respeito do fenômeno observado, entendem-se como processos facilitadores não apenas os novos suportes que vão surgindo, mas também as novas ferramentas e *softwares* de automação que permitem que a produção deste tipo de conteúdo se torne, cada vez mais, uma atividade popular, saindo da esfera de domínio do profissional e do especialista. Nesta produção, é possível perceber mudanças na quantidade de mensagens visuais e na qualidade com que são produzidas, em âmbitos que vão desde a publicidade até o ensino pedagógico, passando pelo entretenimento e pela informação. Essas mudanças levantam questionamentos quanto à eficiência da mensagem e de seus diferentes suportes, assim como questionamentos quanto às possibilidades de construção destas mensagens e a necessidade de entendê-las (KRESS; VAN LEEUWEN, 2000).

É pensando nesta importância em compreender a construção e a leitura de mensagens a partir não somente de códigos linguísticos verbais, mas também visuais, que este trabalho encontra sua principal motivação. Como afirma Dionísio, “na atualidade, uma pessoa letrada deve ser uma pessoa capaz de atribuir sentidos a mensagens oriundas de múltiplas fontes de linguagem, bem como ser capaz de produzir mensagens, incorporando múltiplas fontes de linguagem” (2006, p. 159). Este letramento, por sua vez, pode ser feito somente com o desenvolvimento de novas perspectivas quanto à compreensão da imagem e do texto em conjunto, com a institucionalização da importância deste tipo de aprendizado e o entendimento de que o atual modo de ler estas mensagens está sendo transformado e reconstruído a todo instante.

1.1 – Tema

O tema deste trabalho vem da necessidade de compreender os novos modos de se ler mensagens, agora formadas por mais de um código. Com os processos facilitadores já citados, essas mensagens se tornaram mais utilizadas, e surgiu no autor o interesse por aquelas que faziam uso do texto e da imagem para criar comicidade, algo encontrado frequentemente na internet. Dentro deste escopo, foi

feito um recorte com a intenção de aproximá-lo da realidade publicitária, área de estudo e atuação do autor. Como mencionado, na publicidade, a construção de mensagens multimodais já é observada há mais tempo. Porém, mesmo nela, a importância da imagem vem crescendo, bem como as relações entre verbal e não verbal vêm se reinventando a partir da influência de outras áreas e meios, como as mensagens cômicas presentes na internet. Afinal, a própria publicidade já tem o riso como uma de suas ferramentas mais institucionalizadas. Surge então a necessidade de compreender como o uso de múltiplos códigos pode ser benéfico para a mensagem que se pretende passar publicitariamente e como as relações entre códigos são capazes de construir mensagens inovadoras e relevantes para quem lê.

Neste quesito, a página de comicidade da mídia social Facebook chamada *Job do Dia* (JDD) constituiu-se como um excelente objeto de estudo, por reunir os dois mundos: a comicidade presente nas interações entre imagem e texto perceptíveis na internet e também aquelas perceptíveis na publicidade. Isso porque, apesar de se tratar de uma página de entretenimento na internet, suas postagens emulam, em certo nível, os processos referentes à criação publicitária, tornando a página um objeto empírico ideal para analisar relações entre imagem e texto, sob essa ótica. Assim, ficou definido como tema principal a análise da página JDD com base nas relações entre imagem e texto e na comicidade.



Figura 1 - Imagem de perfil da página JDD. O endereço mostrado na imagem trata-se de um domínio secundário.

Para justificar a escolha deste objeto empírico como ponto central do tema, é preciso que a página seja contextualizada quanto às suas características e ao seu funcionamento. Uma breve descrição da imagem de perfil da página, representada na Figura 1, pode ser vista logo que a página é acessada, já sugerindo a proposta básica do JDD: convidar os seus seguidores a mandarem títulos para as imagens postadas, por meio dos comentários em cada postagem. Como se estivessem diante de um *job* publicitário sem um cliente específico, os seguidores são convidados a mandarem textos que tornem as postagens mais interessantes e risíveis, e as frases escolhidas por votação são postadas em conjunto com a imagem, na forma de uma mensagem cômica que possui ambos os códigos, visual e textual.

Em resposta ao roteiro de entrevista enviado por e-mail, José Luiz Martins, publicitário e um dos criadores e moderadores da página, explica que a comicidade, além de critério para a escolha de imagens postadas, é considerada um fator essencial para o sucesso do JDD (MARTINS, 2014). Afinal, a página tem uma média de 32 mil seguidores e, segundo informações da mídia social Facebook, existem atualmente 2,7 mil pessoas falando sobre ela. Mas, mesmo antes do JDD existir da maneira como é conhecido:

era uma brincadeira entre amigos publicitários de diversas agências, no início dos anos 2000. Marcelo Siqueira (que criou o Job do Dia) mandava uma imagem estranha por e-mail para o pessoal e todos mandávamos títulos engraçados. Zé Luiz e Rondon também mandavam fotos. Com o surgimento do Facebook, Rondon e Zé Luiz retomaram a brincadeira (que tinha parado de acontecer), agora aberta ao público. (MARTINS, 2014, p. 01)

Para que a página funcionasse aberta ao público, foi preciso que houvesse indicações de como ele deveria atuar nela. Embora não existam esclarecimentos mais aprofundados sobre como ela funciona, à primeira vista; foi encontrada em seus arquivos uma postagem de 12 de novembro de 2012, visível na Figura 2, que se presta a discutir tais questões.

A GENTE MANDA
A IMAGEM
E VOCÊ MANDA
A FRASE

JOB DO DIA
12 de novembro de 2012

SISTEMA DE VOTAÇÃO DO JOB DO DIA.

- 1 - O JDD posta uma foto pedindo títulos.
- 2- Vocês mandam títulos, frases, pensamentos, na forma de comentários.
- 3 - Todo mundo curte-like as frases que gosta e a mais curtida (escolha popular, nem sempre agrada a todos) é eleita a vencedora e se torna um post. O segundo lugar é citado como menção honrosa.
- 4 - Quando tem empate no número de likes ou quando um job tem várias títulos bem votados, fazemos um segundo turno somente com 3 ou 4 títulos mais votados. E de novo o número de likes determina o vencedor.
- 5 - COINCIDÊNCIAS: É comum mais de uma pessoa mandar o mesmo título. A solução que encontramos foi manter o nome apenas da primeira pessoa a enviar para privilegiar não só a criatividade mas também a velocidade.
- 6 - Pode acontecer de uma mesma idéia ter formulações diferentes e a segunda formulação ter mais votos que a primeira. Casos assim a gente resolve internamente mas tende a manter o nome da pessoa que mandou a formulação ganhadora mas citar a pessoa que mandou antes a idéia, mas isso pode variar, porque são muitas as possibilidades, não dá para ter uma regra exata para isso.
- 7 - Títulos vencedores ou menção honrosa em outros posts são desqualificados automaticamente.
- 8 - Favor não enviar título em caixa alto, pois o Facebook bloqueia achando que é spam e enche o saco desbloquear todos eles.
9. Qualquer outra situação nova não mencionada, será resolvida internamente e rápido para que possamos fechar o job e abrir um melhor ainda na sequência.
10. Muito Obrigado!

JDD

Curtir · Comentar · Compartilhar 👍 12 💬 1

Figura 2 – Mecânica de funcionamento, segundo o administrador do JDD

Acompanhando o roteiro visível na Figura 2, é possível ter uma noção maior do que acontece na página. Sabe-se que a postagem de uma imagem qualquer vem sempre com os dizeres “Mandem Títulos”, dentro de uma caixa azul com contorno preto, conforme visível na Figura 3. Na imagem postada com o pedido de sugestões, seguidores da página ou possíveis visitantes sugerem títulos, frases, ou mesmo falas – para os personagens representados na imagem, caso haja algum – que, de forma mais interessante, inteligente, e inesperada, tornam a conjunto *imagem e texto* uma mensagem engraçada (MARTINS, 2014). Em um processo semelhante a um *brainstorm* coletivo, várias opções são criadas, para, logo em seguida, serem aprovadas ou não, segundo voto popular e voto do administrador. Exemplos destas sugestões podem ser vistos na Figura 4, que teve a identidade dos participantes ocultada.



Figura 3 – A caixa azul com a frase *Mandem títulos* é utilizada em toda nova postagem.



Figura 4 - Exemplos de sugestões de títulos por parte dos participantes.

O resultado ou os resultados mais votados entre as sugestões dos seguidores são postados como títulos vencedores, da mesma forma que aconteceria em uma aprovação de *job* publicitário, em que são criadas várias opções, para que uma ou duas sejam produzidas e apresentadas ao cliente. No caso do exemplo das duas figuras anteriores, os títulos escolhidos podem ser vistos nas Figuras 5 e 6. Tendo sido feita esta contextualização sobre a página, é possível caminhar em direção aos outros aspectos que, igualmente, definem este trabalho.



Figura 5 – Primeiro título escolhido.



Figura 6 – Segundo título escolhido.

1.2 – Problema de pesquisa

De que maneira imagem e texto se relacionam na construção de mensagens risíveis como as encontradas na página *Job do Dia*?

1.3 – Objetivos

Objetivo geral:

Analisar as postagens da página *Job do Dia*, à luz dos estudos realizados, traçando a relação entre imagem, texto e a presença do risível.

Objetivos específicos:

1. Entender as relações de construção de significado presentes nas mensagens constituídas de imagem e texto.
2. Compreender os fatores que levam ao riso e quais elementos caracterizam o risível.
3. Determinar se, no caso da análise, a relação entre imagem e texto é fator determinante para a construção do risível.

1.4 – Metodologia

A fim de completar os objetivos de pesquisa e encontrar uma resposta para o problema proposto, foi definido um roteiro de trabalho a ser seguido. Tendo em vista o extenso trabalho conceitual que viria com esse estudo, fez-se necessária primeiramente uma pesquisa bibliográfica sobre os temas que seriam desenvolvidos na sequência. Para isso, foi necessário segmentar essa pesquisa em dois ramos principais.

O primeiro teve enfoque nos estudos sobre texto e imagem, tanto de maneira separada, como em conjunto, e também vistos sob a ótica publicitária. Para este primeiro ramo, foram utilizados como autores principais Martine Joly, Mikhail Bakhtin, Gunther Kress em conjunto com Theo Van Leeuwen e Bo Bergström. Foi incluído também entre os autores principais Scott McCloud, cuja abordagem trata principalmente de histórias em quadrinhos, mas que se mostrou necessário para complementar os estudos sobre relações entre imagem e texto. De maneira complementar, também foram usados os trabalhos de Angela P. Dionísio, Samira Chalhub, Luiz Martino, Mauro Wolf, Nelly de Carvalho e João Carrascoza. O segundo ramo de pesquisa seria sobre o riso e o risível. Para compreender melhor suas características, foram usados os trabalhos de dois autores principais, sendo eles Mikhail Bakhtin e Henri Bergson.

Após a pesquisa bibliográfica, definiu-se também roteiro de entrevista para compreender melhor as características e a história da página JDD, assim como esclarecer quem são seus criadores, moderadores, público-alvo etc.. Esta pesquisa, embora respondida em momento bem próximo da conclusão do trabalho, contribuiu para contextualizar a página e a análise que se propôs. Assim, além da análise da própria página, feita em conjunto com a elaboração teórica dos conceitos abordados, foi proposta uma análise de postagens da página em que estes conceitos fossem aplicados. Para isso, fez-se recorte do total de postagens encontradas na página, a fim de produzir uma amostra analisável. Para o tempo do recorte, foi escolhido o período de um ano, de janeiro a dezembro de 2013. Além disso, também foi considerada como critério a popularidade das postagens e por isso foram selecionadas as 10 postagens mais curtidas de cada mês, no período citado. No total, 123 postagens foram arquivadas para serem usadas ao longo de todo o trabalho, na explicação de cada conceito. Dessas, a postagem com maior número de curtidas em cada mês do ano foi selecionada para uma análise mais detalhada, totalizando 12 postagens, em que todos os conceitos elaborados pudessem ser aplicados. Com as análises realizadas, foi possível comparar resultados com os objetivos e a pergunta norteadora da pesquisa, a fim de produzir conclusões relevantes ao trabalho.

2 – Imagem e texto

Para começarmos a compreender os conceitos que serão estudados nesta pesquisa, faz-se necessária, primeiramente, uma definição dos principais termos que serão abordados, bem como suas aplicações, limitações e usos. Essas definições são necessárias para que não haja dúvidas quanto às áreas de aplicação deste estudo e para esclarecer os limites dos conceitos elaborados. Em outras palavras, as definições são indispensáveis para que não se confunda o uso destes conceitos com seus respectivos manejos baseados em senso-comum, que, embora à primeira vista pareçam semelhantes, sob uma visão mais aprofundada, podem ser totalmente divergentes e, portanto, prejudiciais para análises posteriores.

2.1 – Imagem

Primeiramente, buscam-se identificar os vários usos comuns do termo imagem. Como mostra Martine Joly (1996), são muitas e díspares as definições que se tem da palavra imagem, e, ainda assim, surpreendentemente, as pessoas são capazes de alternar entre várias destas definições, sem maiores problemas de compreensão.

Para citar alguns exemplos, a autora fala da imagem da mídia, que se confunde algumas vezes com a própria publicidade ou a televisão. Joly fala também das imagens mentais, frutos da imaginação; das imagens naturais como impressão de uma realidade, como é o caso do reflexo e da sombra, segundo definiu Platão; da imagem em movimento na televisão e da imagem estática no livro; da imagem de uma empresa como forma de descrever o processo de representação de identidade que ela constrói, ou ainda da imagem de um grupo ou gênero na forma como é representado no cinema, na TV ou na publicidade. Muitos são os usos do termo, assim como muitas são as finalidades da imagem.

Para compreender então do que se compõe a imagem, o que a define e como ela pode fazer-se útil, é preciso recorrer a um referencial teórico que guie essa

compreensão. Joly (1996) aponta para a importância de sair do espectro da imagem em si. Para compreendê-la, é preciso recorrer a um entendimento mais geral, o da produção de sentido. Estabelecendo relações entre os estudos da semiótica da escola de Pierce e os semiologistas que acompanhavam o pensamento de Saussure, a autora demonstra a importância que a disciplina deu à compreensão da imagem. Embora de forma demorada, o estudo dos signos finalmente deu atenção devida a outros códigos não limitados à linguagem verbal, procurando determinar que espaço a imagem teria dentro de tal estudo.

Ao falar da teoria geral dos signos, de Pierce, a autora explica como esta teoria busca não somente compreender a língua, objeto de estudo ao qual a disciplina deu especial atenção, mas todo tipo de signo, definido como “algo que está no lugar de alguma coisa, para alguém, em alguma relação ou alguma qualidade” (PIERCE, 1978 *apud* JOLY, 1996, p. 33). Adotando então a definição do signo em seus três polos, *significante*, *referente* e *significado*, é possível enxergar a imagem em seu papel como tal, pois:

o exemplo da imagem é ainda mais demonstrativo e pode ajudar a melhor compreender a natureza do signo: uma fotografia (*significante*) representando um alegre grupo de pessoas (*referente*) pode significar, de acordo com o contexto, *foto de família* ou, na publicidade, *alegria* ou *convivência* (*significados*). (JOLY, 1996, p. 34)

Ao significar sempre mais do que aparenta, a imagem apresenta-se como um modo semiótico único. Ainda baseada no trabalho de Pierce, Joly (1996) utiliza a classificação que este propõe para situar a imagem no universo da semiótica e encontrar sua definição. Consideram-se *ícones* os signos que criam sua relação entre *significante* e *significado* por meio de analogia e similaridade. Entram nesta classificação os signos que a autora chama de imitativos, como a fotografia que serve de registro visual, o desenho, a gravação de um som natural, entre outros. Já *índices* são aqueles signos que constituem relação de indicação ou contiguidade, como as pegadas para quem as deixou ou nuvens negras para a chuva. Por fim, o *símbolo* é aquele que constrói uma relação de convenção entre *significante* e *significado*. Faz parte desta classificação, por exemplo, o coração como símbolo para o amor, a pomba para a paz e, além disso, a própria linguagem verbal, na qual fonemas têm relação convencional com o que representam.

Embora reconheça as várias críticas e revisões a este sistema de classificação, além da questão latente de que nenhum signo é puro e de que todos eles estão inseridos numa cadeia de significações que pertence aos três grupos, Joly (1996) demonstra que, entendendo a classificação de imagem realizada por Pierce como pertencente ao grupo dos ícones, ou seja, de semelhança, pode-se melhor encontrar uma definição por meio do seu denominador comum. Entre todos os usos citados anteriormente para palavra imagem, o que se pode perceber como recorrente é o emprego da palavra com sentido de analogia, semelhança e representatividade.

O que permeia todos estes usos, então, é o “paralelismo qualitativo” (JOLY, 1996, p. 37) entre o que a imagem é e o que ela representa. “Sua função é, portanto, evocar, querer dizer outra coisa que não ela própria, utilizando o processo da semelhança. Se a imagem é percebida como representação, isso quer dizer que a imagem é percebida como signo” (JOLY, 1996, p. 39). Destaca-se, como dito anteriormente, que a capacidade da imagem de abranger os vários tipos de signo deve ser sempre lembrada. Mesmo que, para fins didáticos, a autora defina a imagem como ícone, por seu caráter representativo, é importante compreendê-la em toda sua complexidade, sendo ela também portadora de uma mensagem como índice e símbolo.

Neste ponto, é interessante apresentar a visão descrita por Kress e Van Leeuwen (1996) sobre a semiótica e as relações mediadas pelos signos. Os autores apresentam sua perspectiva focada numa abordagem semiótica social, preocupada não somente com a existência dos signos, mas também com a importância da construção de novos signos. Diferentemente de autores da corrente da semiologia tradicional, que supostamente atribuíram a Saussure a ideia de que signo e significado possuíam uma relação *arbitrária* e *convencionada*, Kress e Van Leeuwen (1996) propõem entender essas relações a partir da importância do aspecto composicional dos signos. Estes não são determinados, mas influenciados socialmente e construídos por agentes individuais capazes de elaborar novas relações entre significantes e significados de maneira *motivada* e *convencionada*. Sobre estas características, faz-se importante um aprofundamento para esclarecer o que se entende por imagem ela compreendida no âmbito semiótico neste estudo.

Para ilustrar suas observações sobre a composição de signos¹, os autores utilizam como exemplo um desenho produzido por uma criança de três anos. Composto por sete círculos irregulares de diferentes tamanhos e dispostos assimetricamente na ilustração, o desenho da criança foi por ela definido como sendo um carro. Tentando compreender a relação entre o desenho e a definição que a criança estipulou, Kress e Van Leeuwen (1996) explicam que, utilizando os recursos representacionais de que dispunha, como acontece com a maioria dos indivíduos, ela construiu uma relação motivada — e não arbitrária — da representação de um carro.

Os autores definem o processo de representação como complexo e voltado para os interesses do indivíduo sobre o objeto representado, formando assim critérios de representação que são considerados mais adequados num determinado contexto. “Em outras palavras, nunca o ‘objeto completo’, mas apenas alguns de seus aspectos são representados.” (KRESS; VAN LEEUWEN, 1996. p. 7, tradução do autor).

No caso da criança, os critérios mais relevantes para a representação de um carro foram, pode-se assim dizer, as rodas. Estas, por sua vez, mais facilmente foram representadas por círculos. É importante ressaltar então que, na visão dos autores, embora a comunicação demande dos participantes o menor esforço possível para se fazer entender, ela se insere em estruturas sociais de diferentes relações de poder. Relações tais que, por sua vez, podem caracterizar visões relativas do esforço necessário para atingir um bom nível de entendimento. No caso da criança, sua falta de comprometimento com um sistema representacional convencionalizado permite uma compreensão mais flexível do que é necessário para que seu signo seja interpretado por outros. Desta maneira, resta aos participantes do processo comunicacional escolher se utilizarão mais ou menos esforço para entender a mensagem (KRESS e VAN LEEUWEN, 1996).

Concluindo o entendimento de representação e analogia proposto para a definição do termo imagem, percebe-se então que esta analogia não se dá de forma natural ou mesmo arbitrária, mas sim por meio de um complexo processo de produção de signos. Contrariando a ideia normalmente difundida na semiologia de

¹ No trabalho de Kress e Van Leeuwen (1996) usa-se a expressão estrangeira “sign-making”.

que signos estão prontos e disponíveis para uso numa sociedade, Kress e Van Leeuwen (1996) entendem, com base em sua abordagem, que não existe relação pré-estabelecida entre o significante e o significado; o que existe é um processo de composição de signos, no qual indivíduos *juntam* significantes e significados, utilizando a analogia como princípio constitutivo. Logo, é essa analogia que sugere o aspecto *motivacional* do signo. Já o contexto social, os sistemas representacionais e suas analogias mais comumente estabelecidas, além da intenção comunicacional de maximizar a compreensão da mensagem, são o que sugerem o aspecto convencionalizado do *signo*.

Ter em mente estes conceitos é crucial para o desenvolvimento desta pesquisa, que apontará como o processo de composição de novos signos e novas mensagens ocorre. Por último, é importante salientar que, para os fins dessa pesquisa, o uso do termo imagem se refere unicamente à imagem estática.

2.2 – Análise da imagem

No que se refere à importância da imagem, compreende-se, desde já, que seu uso crescente nos mais variados meios de comunicação tem transformado os modos de compreender e ler mensagens. Assim, torna-se evidente a relevância da imagem na comunicação e também o desenvolvimento de meios para se falar e pensar sobre ela (KRESS e VAN LEEUWEN, 1996). Tentando desconstruir a ideia de que a imagem não tem a mesma capacidade de comunicar que o texto, deve-se observar, principalmente, que:

(...) cada meio tem suas próprias possibilidades e limitações de significado. Nem tudo que pode ser percebido pela linguagem pode também ser representado pela imagem, e vice-versa. (...) Os potenciais de significação dos dois modos não são nem completamente congruentes nem totalmente opostos. (KRESS e VAN LEEUWEN, 1996. p. 19, tradução do autor)

Nesse sentido, ao contrário do que se poderia pensar, essas transformações na importância da imagem para a comunicação não implicam uma virada de poder da imagem sobre o texto. Não se pretende afirmar que em nosso tempo se deve dar atenção única e exclusiva à imagem, mas, ainda assim, é preciso dar o destaque

que até então ela não obteve. O que muda, portanto, é a visão que se tem de letramento, que não deve mais estar confinado à hegemonia da escrita. No contexto tecnológico e comunicacional em que se vive, é profundamente necessário que se tenha também um letramento visual (DIONÍSIO, 2006).

A falta desse letramento poderá, inclusive, gerar sanções sociais no futuro, segundo afirmam Kress e Van Leeuwen (1996). No ambiente de trabalho, dizem eles, sua importância será ainda maior. Isso já é visto de forma latente na publicidade e ganha proporções cada vez maiores quando se pensa nos meios tecnológicos e nos seus usos como forma de comunicação por empresas e canais de informação ou entretenimento, como é o caso da página JDD. Para que seja possível caminhar em direção a esse letramento visual, será utilizada a metodologia de análise proposta por Martine Joly (1996), em conjunto com outras obras.

2.2.1 – Transparência da imagem

Primeiramente, na intenção de compreender como analisar imagens, deve-se afastar uma crença advinda do senso comum e que já encontrou seu lugar também no campo científico (BARTHES *apud* KRESS; VAN LEEUWEN 1996): a crença de que a imagem seria transparente. À primeira vista, é compreensível ter-se a impressão de que uma imagem muito figurativa, como a fotografia, por exemplo, não possuiria código a ser lido, pois rapidamente se percebe o que está sendo disposto. Tratando-se de uma representação, uma analogia de algo tido como real, seria possível imaginar que a fotografia como registro é pura e livre de mais amplos ou diversos significados.

Entretanto, como supracitado, mesmo a imagem mais realista é construída como signo, por meio de critérios de analogia, não sendo nunca formada pela representação completa do que quer significar. No processo de composição do signo, escolhas plásticas foram tomadas e critérios representacionais foram utilizados para que a imagem fosse, então, uma analogia do seu referente. Seja por diferenças de perspectiva e profundidade, seja por diferença de cores – como no caso da fotografia em preto e branco –, seja mesmo pela ausência de outros

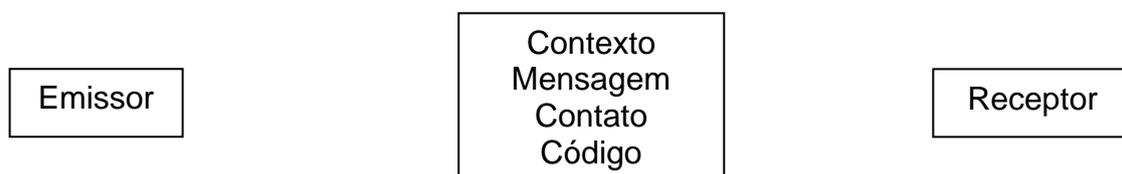
estímulos diferentes dos visuais, a imagem fotográfica nunca é uma analogia fiel da realidade; ela seleciona fatores específicos da realidade para representar. Cabe, portanto, a quem lê a imagem – num processo de aprendizado que começa cedo –, reconhecer as representações escolhidas e relevar os critérios ignorados (JOLY, 1996).

O que permite entender que a imagem não é transparente, então, é a diferença entre percepção e interpretação e a maneira como uma complementa a outra. É comum confundir as duas pensando tratar-se de processos simultâneos. Na realidade, o que se considera natural – e conseqüentemente transparente – é nossa capacidade de *perceber* imagens como tal, ou seja, em sua característica icônica, de representar figurativamente. Resta ainda *interpretar* o que esses signos representam como índice e símbolo, algo que muitas vezes é feito apenas pelo inconsciente. Em outras palavras, normalmente compreendem-se os códigos visuais em sua plenitude, ao menos implicitamente. Ainda assim, normalmente não se sabe o porquê de tal compreensão. Trata-se de um processo ao qual se está acostumado, e por tal razão, pode levar à crença de que não é necessário um estudo a respeito. Porém, sem ele, se é incapaz de entender a imagem como comunicação (KRESS; VAN LEEUWEN 1996).

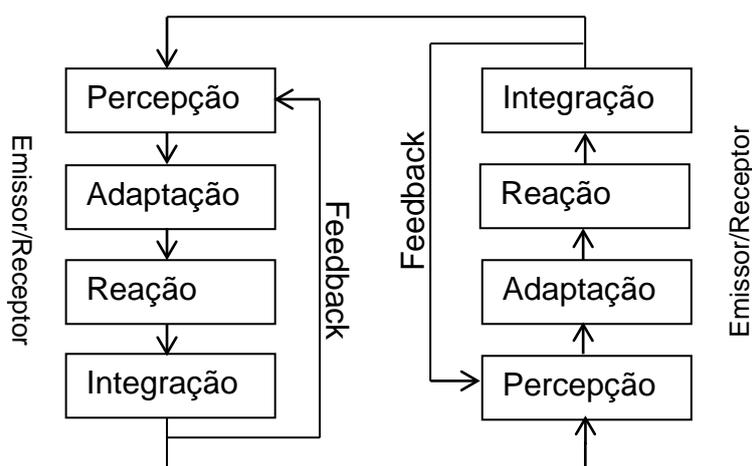
2.2.2 – Destinatário, função, expectativa e contexto.

Considerando que “comunicar é simular a consciência de outrem, tornar comum (participar) um mesmo objeto mental (sensação, pensamento, desejo, afeto)” (MARTINO, 2002, p. 23), caso se pretenda enxergar a característica comunicacional da imagem, é imprescindível destacar quatro aspectos referentes a quem faz parte deste tornar comum: são eles *destinatário e função, expectativa e contexto* (JOLY, 1996). É válido assumir que a imagem é uma mensagem, mas a mensagem só é comunicação quando chega a alguém, um destinatário, fazendo com que esse indivíduo participe do processo de concordância da consciência (MARTINO, 2002). Sendo assim, para se compreender mais sobre o destinatário e as diferentes funções da imagem, Joly (1996) usa como exemplo o modelo de comunicação

proposto por Roman Jakobson, a partir do qual ele inferiu seis tipos de função: emotiva; denotativa ou referencial; poética; fática; metalinguística; e conativa ou persuasiva.



Neste trabalho, não existe a intenção de identificar as funções das imagens em cada postagem, durante a análise; mas, para que se tenha controle das abordagens utilizadas, é interessante construir um panorama geral destas funções na página JDD — e não somente das imagens — para que, durante a análise das imagens, os conceitos abordados já tenham sido embasados. Contudo, para tanto, é necessário procurar um modelo comunicacional mais atualizado e condizente com a realidade da página do que o exemplificado por Joly (1996). Neste quesito, Bo Bergström (2009) apresenta um modelo interessante por abordar a comunicação na internet, caso em que a página JDD se insere.



Considerando o alto nível de interação presente na página, é mais sensato ver o processo de comunicação sob uma ótica mais circular, em que tanto o JDD, quanto os seguidores são emissores e receptores. Para tanto, propõe-se observar o

funcionamento da página e seus processos de interação entre partes de acordo com o modelo proposto.

Considerando que um processo cíclico não tem um início certo, toma-se como ponto de partida do processo comunicacional a postagem de imagens do JDD com o pedido “Mandem Títulos”. Os visitantes percebem a mensagem, os diálogos, o funcionamento da página, entre outros aspectos, e adaptam-se a estes, reagindo na forma de comentários e curtidas e mandando títulos. A página recebe os títulos, comentários, sugestões e se adapta também. Com ajuda dos seguidores, elege melhores títulos e publica novas imagens, com os títulos aplicados a elas. Os seguidores, por sua vez, curtem as melhores combinações entre título e imagem, comentam as que mais gostaram e ainda se preparam para novas imagens que serão postadas. Em seguida, a página JDD responde aos comentários feitos quando julga necessário (MARTINS, 2014) e dá início a novas postagens.

Como se pode perceber, o processo comunicacional na página é bastante cíclico. Em momentos distintos, a página JDD e seus seguidores agem tanto como emissores, quanto como receptores. Durante a interação, eles percebem a mensagem, adaptam-se mutuamente a ela e ao contexto daquele momento, reagem aos estímulos mútuos e integram todo esse processo. Essa integração consiste em reunir as partes dessa experiência, sejam imagens, textos, diálogos, curtidas ou comentários. Com tal integração, acontece o *feedback* da mensagem e é possível ter novas percepções e novos diálogos. O processo então se reinicia.

Compreendendo o papel da página e dos seguidores como emissores e também receptores, podem-se perceber os outros elementos da comunicação e suas funções. Porém, como aponta Chalhub, “numa dada mensagem é impossível observarmos as funções em estado puro — são articuladas entre si, cruzando-se o jogo hierárquico dessas funções” (1990, p. 11). Tendo isso em mente, o que se propõe fazer é utilizar a proposta da autora para identificar, por meio de uma breve análise, quais funções são predominantes em cada etapa do processo comunicacional da página.

O canal utilizado seria a própria internet, tendo a página JDD como veículo de comunicação. Desde já é possível perceber a função fática, caracterizada pela tentativa de garantir a continuidade da comunicação. Para isso, as postagens,

embora frequentes, repetem sempre o mesmo pedido, “Mandem Títulos”, na intenção de manter funcionando o canal de comunicação. Ao fazê-lo, a página utiliza-se também da função conativa, por dirigir-se aos visitantes de maneira direta e imperativa. Isto é necessário, pois a própria existência e o funcionamento da página dependem desses visitantes e de sua participação.

A imagem publicada manifestaria, com mais destaque, a função referencial, por estar focada na clareza da mensagem. Afinal, é preciso que os seguidores identifiquem e interpretem elementos e signos na imagem da melhor forma possível para produzirem títulos.

Já os títulos enviados possuem funções variadas em cada caso. Estão focados na própria mensagem e na estrutura, com base em seleções e combinações (CHALHUB, 1990) para construir mensagens risíveis (função poética). Pretendem sempre – juntamente com a imagem – fazer o receptor rir, indicando a preocupação do emissor (função emotiva); adicionam novas informações à mensagem presente na imagem (função denotativa); e por vezes até se referem à própria postagem e à sua linguagem, como acontece no exemplo da Figura 7 (função metalinguística). Quando publicadas as peças completas de um ciclo, percebe-se a variedade de funções em coexistência na postagem, agindo em conjunto.



www.fb.com/jobdodia

JOB DO DIA
A GENTE MANDA A MENSAGEM E VOCE MANDA A FRASE
Curtiu - 4 de junho de 2013

GUSTAVO DOMINGUES E DAVID MURADO

Curtir · Comentar · Compartilhar

Fê Camargos, Miguel Coury e outras 305 pessoas curtiram isso.

7 compartilhamentos

Visualizar comentários anteriores 6 de 78

Diogo Marciano Genial!!!
Ver tradução
5 de junho de 2013 às 12:41 · Curtir

Vinicius Santos Cremonesi fraco
5 de junho de 2013 às 12:45 · Curtir

Guilherme Nesti Esqueçam Guilhermes Maias e Hugo Silvas da vida. É genial.
6 de junho de 2013 às 00:39 · Curtir

Livio Mathias Genial amiguinho!
7 de junho de 2013 às 10:16 · Curtir

Albert Lima Uma das melhores já publicadas! Sai da rotina do título engraçado.
8 de junho de 2013 às 12:31 · Curtir · 2

Vinicius Santos Cremonesi só q nao
10 de junho de 2013 às 13:28 · Curtir

Escreva um comentário...

NÃO IMPORTA O TÍTULO, DESDE QUE SEJA GRANDE O SUFICIENTE PARA CRESCER A CAIXA AZUL "MANDEM TÍTULOS" E ASSIM NOS SALVAR DA TRAGÉDIA ANUNCIADA. BOM, COMO AINDA ACHO QUE NÃO É O SUFICIENTE, PODEMOS FALAR SOBRE A GUERRA NA TURQUIA... AS ENCHENTES NA REPÚBLICA TCHECA... QUEM SABE SOBRE O NEYMAR NO BARCELONA! AH, OLERO VER AGORA ELE APRENDER A JOGAR FUTEBOL DE PÉ E A SELECÃO. HEIN? FELIPÃO PARECE QUE NÃO APRENDE... TIRAR UM ATACANTE PRA COLOCAR UM VOLANTE? ASSIM FICA DIFÍCIL. TUDO BEM QUE SE É PRA DEIXAR O HULK TAMBÉM É COMPLICADO. PODERIAMOS FALAR SOBRE A MAIS RECENTE ATUALIZAÇÃO DA TIMELINE DO FACEBOOK. OU DO EPISÓDIO DE ONTEM DE GAME OF THRONES, MAS ESSE ASSUNTO JÁ ENCHEU O SACO, NE? NA VERDADE, ACHO QUE O TEXTO JÁ ESTÁ GRANDE O SUFICIENTE. ESPERO TER AJUDADO.

Figura 7 – O título refere-se ao próprio título e ao leiaute da postagem, explicando ser necessário que este seja longo o suficiente para cobrir a imagem de nudez que está por baixo da caixa de texto.

Partindo da abordagem sobre destinatário e função para a definição de expectativa e contexto, é importante perceber como os dois estão conectados. Afinal, “ambas as noções condicionam a interpretação da mensagem e completam as noções de instruções da leitura” (JOLY, 1996 p.61). Como afirma Bergström (2009), existe um contexto interno e um externo nos quais qualquer mensagem se insere. O interno se refere à “vida interior” (BERGSTRÖM, 2009, p. 134) da imagem e se dispõe nos seus elementos, na sua narratividade, nos contrastes entre signos, entre outros. Como afirma Bergström, “elementos contraditórios em uma imagem, que não parecem se encaixar, causam grande interesse no receptor. Do conflito nasce algo novo e estimulante” (BERGSTRÖM, 2009, p. 134). Na página JDD, essa contradição no contexto interno merecerá especial atenção durante a análise, por ser observada em grande parte das imagens postadas.

O contexto externo, por sua vez, define-se nas experiências de quem lê a imagem e no seu suporte, na época em que foi criada, nos gêneros usados, nos costumes, nos acontecimentos da época, entre outros fatores. O que se entende, então, é que o contexto não somente explica, mas também transforma as significações de uma mensagem. “Títulos e outros textos que aparecem perto da imagem são os exemplos mais comuns de conteúdo externo capazes de mudar o conteúdo da imagem de caso a caso” (BERGSTRÖM, 2009, p. 135), como se observará adiante. A clássica imagem ambígua do pato que também é lebre (Figura 8) pode ganhar um significado mais preciso se for acompanhada pela palavra *lago* ou pela palavra *campina*.

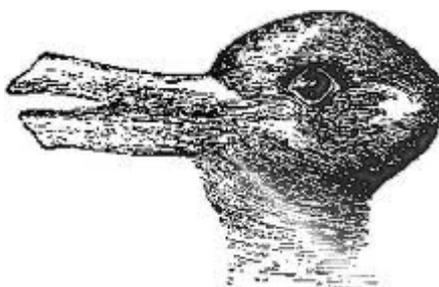


Figura 8 - Coelho e pato

Este contexto interno ou externo, por sua vez, gera expectativas na leitura da mensagem. No caso do JDD, essa expectativa está sempre voltada para o risível, mas também para o contexto de cada imagem, especificamente. Algumas estão ligadas a fatos e notícias importantes da época em que foram postadas, e mesmo quando não é este o caso, possuem elementos visuais que remetem a contextos específicos e precisam ser descritos caso a caso. Em todos eles, entretanto, é relevante observar que é exatamente o jogo entre contexto e expectativa que produz algo novo, divertido ou surpreendente (JOLY, 1996). No caso do JDD, entender essa dinâmica entre os dois fatores se faz crucial para perceber as relações que a imagem e o texto produzem para a construção de mensagens risíveis.

2.2.3 – Metodologia de análise da imagem

Para avançarmos na compreensão da imagem, movendo do *perceber* para o *interpretar* descritos anteriormente, Joly (1996) sugere uma apropriação da metodologia criada por Roland Barthes, em suas primeiras análises, desenvolvendo-a em suas especificidades. O que a autora propõe é buscar encontrar os signos presentes na imagem que se pretende analisar, podendo, para isso, seguir dois caminhos:

1. Entender o que a imagem produz em termos de significados e em termos de mensagem e, em seguida, procurar os significantes dispostos na imagem que correspondam a esses significados.
2. Listar e enumerar os diversos significantes presentes na imagem, procurando compreender seus significados e relações, para então poder descobrir a mensagem nela implícita.

Nos dois casos, o primeiro passo para análise é a descrição. Ao se verbalizar aquilo que se está vendo, cria-se um processo de transcodificação, em que se torna evidente o contexto cultural no qual quem analisa percebe formas e objetos e recorta unidades nomináveis de maneira a explicitar suas percepções da imagem. Este

processo gera a possibilidade de perceber aspectos de composição visual que demonstram a presença de signos de diversos tipos.

Tais signos fazem parte dos três elementos principais passíveis de serem observados quando um indivíduo pretende analisar uma imagem. São eles os *signos plásticos*, os *signos icônicos* e a *mensagem linguística*. Os primeiros são formados por elementos estéticos de cores, linhas, formas, diagramação, enquadramento, entre outros. Já *signos icônicos* seriam os elementos encontrados na imagem que podem ser divididos e nomeados, como numa imagem de praia em que se lista a areia, o mar, o céu, o coqueiro. A *mensagem linguística*, por sua vez, está presente na forma do texto de uma peça publicitária, legenda de uma fotografia etc..

Por último, aponta-se o que diz Joly (1996), baseada em Barthes, sobre a importância de entender um considerável aspecto da imagem, que permite a geração de novas significações a partir de signos já construídos, ou seja, um signo pleno é o significante de outro significado. No exemplo da praia, a fotografia é um significante que representa a praia (o significado), mas esse signo completo também pode significar mais, como férias, descanso, passeio etc..

2.3 – Texto

Para que a análise proposta neste trabalho possa ser completa, é necessário também refletir sobre o que será chamado de texto. Embora já tenha sido exposto que o letramento verbal na sociedade ocidental, diferentemente do visual, começa desde a infância, com ensinamentos sobre a linguagem verbal e os mais variados gêneros textuais, é importante perceber em quais aspectos do texto esta análise estará focada.

Observando que a página JDD pede aos seguidores que *mandem títulos* para as imagens, busca-se então compreender o que seriam esses títulos e quais recursos linguísticos os caracterizam, como se delimitam e como fazem uso de jogos de palavras, significados e forma para, juntamente com a imagem, construir uma mensagem capaz de fazer rir.

2.3.1 – Enunciado e Gênero do discurso

Começando este processo de entendimento, tem-se estabelecido o foco comunicacional da análise proposta neste estudo. Seja na leitura da linguagem visual seja na da verbal, procuram-se entender as postagens da página como mensagem. Sabendo disso, faz-se interessante um aprofundamento no pensamento de Bakhtin (1979) sobre o aspecto estético da linguagem verbal e suas afirmações sobre gêneros textuais.

Para o autor, o texto como forma de comunicação tem por “unidade real” (BAKHTIN, 1997, p. 288) o enunciado. Embora este se construa na forma de palavras e orações – unidades convencionais da língua –, delas se diferencia por ser também mensagem, ou seja, por possuir a intenção de provocar uma resposta. Ele é considerado uma unidade real, e não convencional, por ser possível observar o seu começo e seu fim na alternância entre os interlocutores de um processo comunicacional. Devido a esta característica, o enunciado, por muito tempo, teve um papel menos importante no entendimento da linguística. Nos primeiros estudos deste campo, era mais importante compreender os aspectos linguísticos a partir do locutor, isoladamente, ou seja, colocando a importância naquele que fala e pensa verbalmente, a despeito do processo comunicacional.

Mesmo quando existia o entendimento de uma comunicação como fruto do uso da linguagem verbal, normalmente, o que se veria até então seria uma representação do processo baseada no formato *locutor* e *ouvinte*, ou *emissor* e *receptor*, como já comentado anteriormente. Embora esta representação corresponda a uma parte da realidade, Bakhtin (1979) – ao concordar com o pensamento de Bergström (2009) – afirma não ser possível entender o todo da comunicação a partir deste pressuposto de que o ouvinte tem caráter passivo no processo. Ora, se existe um enunciado de um locutor, o ouvinte manifesta uma resposta ao compreendê-lo, tornando-se, assim, também um locutor. Essa resposta do ouvinte interlocutor pode se manifestar não somente na forma verbal, mas também na forma de uma atitude de natureza variada. Chamada de *compreensão*

responsiva ativa (BAKHTIN, 1997), esta atitude pode resultar, por exemplo, na execução de um ato em virtude de uma ordem dada, bem como na manifestação posterior de atitudes ou ações como discursos, realizadas por um leitor em virtude de uma obra lida ou, como no caso de quem lê os enunciados presentes na página JDD, pode resultar simplesmente no riso.

A atitude responsiva é normalmente esperada pelo locutor, que pretende despertar algo no ouvinte, ao formar seu enunciado. Tal intenção de provocar uma resposta determina então os usos linguísticos que virão a caracterizar o gênero do discurso apresentado no enunciado. Afinal, “a variedade dos gêneros do discurso pressupõe a variedade dos escopos intencionais daquele que fala ou escreve” (BAKHTIN, 1979, p. 291). Considerando identificadas as funções da página JDD e considerando que se tem o riso como intenção principal nos enunciados da página, deve-se assumir, portanto, que existe um gênero de discurso sendo empregado a fim de provocar intencionalmente este riso.

É preciso entender que os gêneros não existem prontos em alguma espécie de cartilha do que já foi feito primordialmente. São, na verdade, manifestações mais constantes de enunciados ou, em outras palavras, manifestações mais ou menos estáveis quanto à forma, ao tema, à intenção dos enunciados e ao estilo. Num documento judicial, por exemplo, serão encontradas formas padrões de se discursar, caracterizadas pelo seu aspecto formal; temas mais ou menos constantes manifestados no conteúdo jurídico do enunciado; e intenções – de gerar uma atitude responsiva – semelhantes, no que diz respeito a processos judiciais e suas funções (BAKHTIN, 1997).

Ainda assim, ao contrário do que se pode pensar a partir do exemplo citado, essas manifestações estáveis podem acontecer também de forma mais livre, em situações como reuniões sociais e diálogos informais. Desta maneira, possui-se um repertório de gêneros que são utilizados na prática da comunicação pelos interlocutores, mas que não são necessariamente por eles percebidos de forma teórica (BAKHTIN, 1997). Implicar que existe um gênero de discurso nos enunciados da página JDD, portanto, não significa dizer que a escolha do gênero é consciente por parte dos seguidores da página. O que acontece, na verdade, é uma constância na intenção dos enunciados. Tal intenção, manifestada constantemente no ciclo

comunicacional que envolve a página, por sua vez, leva à construção de uma identidade e conseqüentemente à percepção de um gênero a partir da estabilidade da forma, do estilo e do tema presentes na página, processo que acontece de forma natural. Se os seguidores optam por manter esse gênero em seus enunciados, é irrelevante para este estudo tentar determinar se o fazem conscientemente ou não.

Segundo Bakhtin (1979) existe uma diferenciação importante a ser feita quanto a gêneros primários e secundários do discurso. Os primários materializam-se de maneira informal, em situações do cotidiano, como a carta, o diálogo e, por que não – a fim de incluir exemplos de meios modernos de comunicação –, o bate-papo virtual. Os gêneros secundários do discurso, segundo o autor, possuem aspecto mais elaborado e aparecem em situações mais formais, como o romance, os documentos oficiais, os artigos científicos etc. Mais que isso, gêneros secundários possuem como característica a reelaboração de gêneros primários, como pode ser visto em diálogos (discurso primário) sendo construídos de forma intencional e não espontânea em romances (discurso secundário).

Sendo assim, além de compreender que os títulos presentes na página JDD são compostos por enunciados com a intenção de fazer rir e entender que estes enunciados formam um gênero textual nas postagens da página, é necessário ainda perceber que este gênero é primordialmente do tipo secundário, por partir de uma construção elaborada e ensaiada de enunciados. Mesmo quando simulam, por exemplo, o diálogo – em imagens nas quais o título se manifesta na forma de fala de um dos personagens, como na Figura 9 –, esse diálogo se constrói de forma não espontânea, planejada pelo interlocutor – seguidor da página –, que pretende provocar o riso.



Figura 9 – Publicação feita no período dos protestos contra o reajuste na tarifa de ônibus, em várias cidades brasileiras, em 2013.

Concluindo esta parte sobre as características do texto como forma de comunicação, têm-se estabelecidas as noções de enunciado e gêneros textuais, e também a maneira como estas noções se aplicam ao JDD. Se foi afirmado que ele possui um gênero de discurso que compõe seu texto, resta saber como este se manifesta para entender melhor as relações entre imagem e texto em sua página. Para isso, faz-se necessário identificar as manifestações mais estáveis dos enunciados da página, no que diz respeito à forma, ao tema e ao estilo. Essas características estáveis serão explicadas na próxima seção, para, em seguida, serem identificadas caso a caso, quando necessário, na análise das postagens da página.

2.3.2 – Características do gênero

A fim de melhor entender quais são as principais características de gênero presentes nos enunciados da página JDD, é importante começar pelos formatos de texto mais comumente observados. Considerando que cada imagem vem com a

frase *Mandem Títulos*, pode-se tomar essa concepção como ponto de partida para análise.

O que seriam estes títulos a que a página se refere? Quando se pensa na denominação título, lembra-se, por exemplo, do título de uma matéria jornalística, do título publicitário e até mesmo do título que precede um texto mais longo, ou uma obra escrita. Segundo o *Dicionário de Comunicação*, de Carlos Alberto Rabaça e Gustavo Guimarães Barbosa, pode-se entender por título, entre outros significados:

1. Nome de um determinado livro, filme, jornal, revista, anúncio publicitário, peça teatral, programa de rádio ou tv, ou de qualquer texto literário, jornalístico ou científico, poema, música, desenho etc. Define, geralmente, o assunto ou o teor da obra, e a distingue das demais. 2. Palavra ou frase, geralmente composta em corpo maior do que o utilizado no texto, e situada com destaque no alto de notícia, artigo, seção, quadro etc., para indicar resumidamente o assunto da matéria e chamar a atenção do leitor para o texto. 3. P. ext., o mesmo que livro. Ex.: "Este autor tem três títulos publicados" (três livros de sua autoria publicados); "a editora possui mais de duzentos títulos"

Como é possível observar, a palavra título tem denotações variadas, o que, de certa maneira, condiz com a forma como ela é utilizada na página JDD. Isso porque, embora as imagens venham com os dizeres requisitando títulos, a foto de perfil da página explica: *A gente manda a imagem e você manda a frase*. Fica mais fácil, portanto, compreender que o título a que a página se refere pode ser qualquer tipo de enunciado que faça sentido com a imagem e provoque o riso. Pode inclusive tratar-se de uma legenda (como em algumas obras de arte), um título explicativo que dá noção do que está sendo mostrado ou até mesmo a fala de um dos personagens mostrados na imagem.

O que se mantém, portanto, como constante entre todas as variações do uso do termo título (ou frase) na página JDD é que, com raras exceções, ele sempre é curto e direto, tentando resumir o que pretende dizer, de forma a causar mais impacto. O que elucidaria este fenômeno, é que "explicar em poucas e precisas palavras sensações ou conceitos profundos (...) é uma luta, nem sempre vã, que o homem vem empreendendo há milênios com a linguagem" (CARRASCOZA, 2003, p. 55). Essa luta acontece de forma mais intensa no meio virtual, no qual Bergström (2009) afirma ser necessária uma concisão muito maior do texto, pois, segundo ele, a velocidade de leitura em tela é por volta de 25% menor do que no papel. Essa concisão se dá na leitura de palavras, frases e parágrafos, que devem normalmente

tratar de apenas uma única ideia ou mensagem, a fim de facilitar a compreensão. Afinal, em muitos casos, os visitantes de uma página na internet podem chegar até ela por caminhos variados e precisam rapidamente reconhecer o que está sendo dito, mesmo quando acabaram de acessá-la (BERGSTRÖM, 2009).

Embora seja improvável afirmar que os seguidores da página criem títulos com essas premissas em mente, é seguro dizer que, acostumados com a dinâmica das interações no meio virtual, adotem tal postura como suas, ao interagirem com a página, buscando sempre concisão e simplicidade na criação de frases para serem enviadas. Como explicado anteriormente, mais importante do que o tipo de título a ser enviado é sua finalidade como enunciado, que é sempre a de fazer rir. Se para isso é preciso se adaptar às dinâmicas da internet, ser conciso e rápido em sua mensagem, é sensato afirmar que é isso que acontecerá.

Mesmo observando essa flexibilidade nos tipos de enunciados, é possível perceber o uso de recursos comuns da língua e da comunicação em geral para construir essa concisão e chegar ao objetivo do riso. Considerando que, na publicidade, o desígnio de ser rápido e direto numa mensagem também se manifesta no enunciado, com o intuito de provocar uma reação em quem lê, percebe-se que vários dos conceitos formulados para entender o discurso publicitário também são úteis para a compreensão do texto presente na página JDD.

Estes conceitos, principalmente os que tratam de recursos estilísticos, são fundamentais para se completar a definição do gênero manifestado na página. Além do mais, embora estejam mais presentes em estudos sobre publicidade, são apontados como recursos também usados pela comicidade (BERGSON, 2007), como será observado adiante, no capítulo sobre o cômico. Entre os recursos linguísticos da concisão e da comicidade, podem-se destacar principalmente: a *escolha lexical*, a *ambiguidade*, o uso de *fórmulas fixas*, e as *figuras de linguagem*.

Sobre as escolhas lexicais, Carrascoza (1999) afirma que elas são fundamentais na construção do discurso que se intenciona formar, pois “optar por este ou aquele termo não é uma atitude arbitrária, mas sim ideológica” (p. 33). Embora este estudo não pretenda analisar o discurso presente no texto de forma crítica – focada em compreender uma ideologia inerente –, é importante perceber

como as escolhas de palavras podem mudar o significado de uma frase e, no caso do JDD, de toda a mensagem, estabelecendo a diferença entre o trivial e o cômico.

Citando Matoré, Nelly (2001) explica que as palavras nunca funcionam isoladamente e estão sempre ligadas ao grupo ao qual pertencem, o que se considera neste trabalho como sendo o enunciado. Desta maneira, formam uma estrutura, dentro deste enunciado, que interliga as palavras e sugere suas escolhas de forma correlativa. No caso da página JDD, tais escolhas não precisam acontecer de forma a correlacionar apenas palavras e o restante do enunciado, mas também de maneira a correlacionar palavras e imagem. Na busca pelo cômico, por meio de trocadilhos e ambiguidades, por exemplo, faz-se imprescindível a escolha da palavra correta que tornará o texto engraçado. Essa palavra será escolhida, mais usualmente, por construir um jogo de significados com os signos presentes na própria imagem, pois:

em dois momentos diferentes, a mesma palavra tem sentidos tão diversos que se pode considerar que se trata de duas palavras distintas. É a inserção da palavra no contexto, aliada, no caso da publicidade, à associação com a imagem, e com o nome da marca, que dá a chave do sentido. (CARVALHO, 2001, p. 61)

Claramente, essa associação não acontece somente na publicidade, mas também no JDD e, como supracitado, em um contexto específico. Tratando dessa ambiguidade dos enunciados, Nelly (2001) explica que ela acontece quando um enunciado pode ser interpretado de mais de uma maneira quanto ao seu significado. Todavia, como afirma a autora, é fundamental entender que ambiguidade não é imprecisão. Enquanto o recurso da ambiguidade pretende dar mais de uma interpretação intencional a um enunciado, a imprecisão faz com que nenhuma interpretação seja definitiva, tornando a mensagem confusa, normalmente de maneira acidental. Para se construir essa ambiguidade intencional, é possível se valer principalmente da *homonímia*, ou seja, quando vocábulos diferentes possuem significados diferentes, mas com uma mesma grafia ou sonoridade; e da *polissemia*, que utiliza um mesmo vocábulo explorando diversos significados no contexto do enunciado, como se pode perceber na Figura 10.



Figura 10 - A palavra assalto é usada com dois significados: o tempo fracionado de uma luta e o ataque súbito que leva ao roubo.

Outra forma de se criar um jogo de palavras e escolhas lexicais é recorrer às fórmulas fixas. Estas seriam principalmente as citações, os clichês, as frases feitas, os refrãos e bordões e os ditos populares percebidos na cultura. Um recurso facilmente observável é o de transformar essas frases de forma a quebrar as relações entre expectativa e contexto, a fim de construir o risível. Isso pode ser percebido no exemplo da Figura 11, em que um famoso bordão do filme nacional *Tropa de Elite* é usado como legenda da foto em outro contexto visual, criando assim um novo significado para a mensagem. Além disso, é interessante observar que é possível mudar o contexto sem tornar a mensagem confusa somente porque tal troca se aproveita da ambiguidade citada no parágrafo anterior, para criar este novo significado, recurso que também é comumente usado no texto publicitário.

Sendo consideradas como indesejadas na literatura (NELLY, 2001), as fórmulas fixas ganham atenção especial tanto na publicidade, como no formato mais livre e cômico da página JDD, por diversos motivos. Entre eles, por encurtarem a mensagem a ser dita, por se apropriarem de um enunciado já difundido e assim gerarem cumplicidade entre interlocutores, e também por serem um recurso constante da provocação do riso, como será observado no próximo capítulo.



Figura 11 - O bordão do filme Tropa de Elite é transferido para outro contexto.

Os estereótipos, que nada mais são do que um tipo de fórmula fixa, desempenham papel fundamental para se alcançar esse encurtamento da mensagem e também para provocar o riso. Recorrendo às afirmações de Carrascoza (1999), eles podem estar presentes tanto nos signos visuais, como nos linguísticos. Caso não estejam nitidamente presentes na imagem, podem ser revelados pela mudança de contexto trazida pelo texto. Se o enunciado se refere à imagem de forma a revelar um estereótipo, a tendência é darmos atenção para ele como tal, a fim de compreendermos a mensagem pretendida. A cada vez que se avança, é possível perceber como os recursos linguísticos se aplicam a vários dos exemplos.

Voltando ao caso da Figura 10, é possível perceber a associação: Anderson Silva é corintiano e os corintianos têm como estereótipo popular, para quem acompanha esportes, o estigma de criminosos. Não há signos visuais que remetam ao estereótipo diretamente, mas o texto permitiu explorar esse encurtamento que a fórmula fixa proporciona.



Figura 12 – A vagareza de Rubens Barrichello é revelada como um estereótipo não antecipado pela imagem da manchete do jornal.

É também o que acontece na Figura 12, em que, com o uso da inusitada manchete “Mulher dá à luz uma tartaruga”, faz a associação nada óbvia com o piloto Rubens Barrichello. Este é comumente lembrado por raramente vencer uma corrida, o que poderia remeter logicamente à sua falta de velocidade. Da sua incapacidade de correr é feita uma nova associação com a tartaruga, símbolo da vagareza. Este raciocínio, após ser compreendido originalmente em sua completude, numa situação anterior, pode ser encurtado no enunciado pelo senso comum, que se aproveita de estereótipos para, em poucas palavras, contar uma nova mensagem e fazer rir.

Todos os recursos supracitados, além de outros que serão observados, são possíveis somente com o uso de figuras de linguagem. Conforme explica Carrascoza (1999), as figuras de linguagem são usadas para ampliar a expressividade da mensagem e estão presentes na forma de figuras de sintaxe, de palavras e de pensamento. A própria representação de Barrichello por uma tartaruga é uma figura de linguagem; mais precisamente, uma metáfora. Outras como esta serão identificadas na análise, caso a caso, quando presentes, mas é importante observar que, muitas vezes, se constroem não somente no texto, mas em uma junção de significados entre textos e imagens, em que metáforas e outros recursos transformam os significados dos dois ao mesmo tempo, construindo uma nova mensagem.

2.4 – Imagem e Texto

2.4.1 – Multimodalidade

Tendo um entendimento mais amplo de como procurar e analisar mensagens na imagem e havendo construído a noção de enunciado e de recursos linguísticos que serão úteis à compreensão do texto da página JDD no processo de comunicação, pode-se avançar no intuito de compreender que tipos de relações apresentam-se no uso da imagem e do texto em uma mesma mensagem. Mais do que ver a imagem e o texto como dois elementos distintos, unidos para comunicar uma ideia, é necessário entender que, assim como outros códigos semióticos, estes dois, cada vez mais, devem ser lidos em um conjunto.

Soma-se a isso a afirmação de Kress e Van Leeuwen (1996) de que não é possível conceber o texto verbal, por exemplo, como sendo pertencente a apenas um modo semiótico, no caso, a linguagem. Como reforça Dionísio, “quando falamos ou escrevemos um texto, estamos usando no mínimo dois modos de representação (...)” (2006, p. 161). Quando falado, o texto não se dissocia de gestos e expressões corporais que compõem outros modos semióticos. Quando escrito, está inserido em um material, em uma escolha tipográfica, em um leiaute de disposição em outros contextos, mas que compõe o modo semiótico visual.

Essa construção de mensagens por meio de múltiplos modos semióticos é o que Kress e Van Leeuwen (1996) chamam de multimodalidade. Embora apontem que a multimodalidade do texto tenha sido pouco considerada até então, destacam a importância de nosso contexto multimidiático para modificar este processo. Com novas tecnologias de informação conjugando múltiplos códigos em um mesmo suporte, torna-se imprescindível entender os processos de construção de mensagem em seu aspecto multimodal. Comentando o trabalho dos autores, Carmagnani afirma que a proposta destes “é a de apresentar uma teoria apropriada às práticas semióticas contemporâneas: era digital que exige que, em certo nível, possamos operar os vários modos (som, imagem, palavra, etc.), utilizando uma interface.” (2008, p. 3).

Tendo em vista que se procurou, no presente trabalho, compreender primeiramente aspectos da imagem e do texto, de forma separada, neste momento, o conceito de multimodalidade se torna fundamental para compreender como a imagem e o texto agem em conjunto. Ou seja, na produção de novos significados, construindo uma única mensagem, em múltiplos modos, e não, como se poderia pensar, duas mensagens que interagem entre si. Segundo Bergström (2009), é na união da imagem e do texto que está a força da mensagem comunicacional, que para ele se traduz numa terceira linguagem, capaz de contar algo que nenhuma das duas linguagens conseguiria sozinha. Joly parece concordar com a noção de uma terceira linguagem, ao notar que “as relações imagem/linguagem são na maioria das vezes abordadas em termos de exclusão, ou em termos de interação, mas raramente em termos de complementaridade” (1996, p. 115).

Percebendo como metáforas podem ser construídas pelos dois códigos, ao mesmo tempo; como narrativas podem se formar pela imagem e pelo texto, em conjunto; e como recursos que pareciam antes pertencentes ao domínio das palavras, ou por vezes ao domínio das imagens, passam então a um domínio múltiplo; pode-se conferir a real importância das relações que se configuram entre imagem e texto. E isso constitui uma consequência não da capacidade de interagirem entre si, mas da capacidade de complementarem-se e criarem novas mensagens não de imagem, nem de texto, mas multimodais.

2.4.2 – Relações

Para concluir as abordagens teóricas escolhidas para circundar o tema imagem e texto, resta, ao se pensar num direcionamento lógico, identificar quais seriam as relações existentes entre os dois, de maneira a melhor compreender as mensagens multimodais. Estas relações são, portanto, as que guiarão a análise a ser feita no trabalho.

Embora o tema seja relativamente novo e venha ganhando destaque com o surgimento de novas mídias, percebe-se que as pesquisas sobre as relações entre imagem e texto se baseiam principalmente em ideias que foram elaboradas há

décadas, sendo anteriores ao surgimento dessas mídias. Diante disso, tanto Joly (1996), quanto Bergström (2009) utilizam-se principalmente das afirmações de Barthes para elucidar o tema, fazendo uma atualização de seus conceitos e adaptando-os a um contexto mais recente. Da mesma maneira, Kress e Van Leeuwen (1996) citam o autor, mas fazem isso revisando aspectos mais desatualizados, considerando-se que os estudos da imagem ganharam importância apenas em tempos relativamente recentes.

Barthes (*apud* KRESS; VAN LEEUWEN, 1996) categoriza as relações entre imagem e texto principalmente em dois tipos. O primeiro, em que a relação acontece quando o texto amplia o significado da imagem ou, quando o inverso acontece, dá origem aos chamados *relais*. Neles o que se observa é um dos dois modos semióticos expandirem o que está dito no outro, como, por exemplo, num balão de fala de uma história em quadrinhos. Na ideia de Barthes, esse processo seria mais raro. O segundo tipo de relação aconteceria quando texto e imagem dizem a mesma coisa, mas um se presta a elaborar, ou *fixar* o significado pretendido pelo outro. Se o texto vem depois da imagem e define o que ela quer dizer, entre seus vários significados, tem-se a *ancoragem*. Já caso a imagem venha depois, para elaborar em detalhes o que o texto diz, tem-se a *ilustração*.

O problema de enxergar a teoria de Barthes como completa verdade é tratar o texto como uma linguagem mais importante do que a imagem ou independente dela. Para ele, as imagens possuíam significados demais, sendo impossível dizer algo completo sozinhas e, para combater o problema da polissemia das imagens, as sociedades teriam encontrado maneiras de *fixar* seus significados, sendo uma destas maneiras o texto, por meio do processo de ancoragem. De acordo com Kress e Van Leeuwen (1996), as relações descritas por Barthes correspondem a aspectos da realidade no que diz respeito à comunicação, mas os autores sentem um distanciamento da comunicação atual quanto ao processo de ancoragem, para o qual o autor teria dado mais importância. Para os dois, o problema é que Barthes, dado o contexto de seu trabalho e sua época, desconsidera a capacidade da imagem de comunicar como código em destaque, relegando a ela o papel de ou ser explicada pelo texto ou de mostrar o que o texto já contou.

De forma semelhante, Bergström (2009) cita as relações de *ancoragem* para descrevê-las como um tipo menos interessante de comunicação. Embora ele categorize a ancoragem como uma relação de harmonia, assim a chama porque ambos os modos semióticos falam do mesmo assunto. Para ele, isso seria o que chama de *sobrecomunicação*. O que se consegue com este tipo de relação é, quando muito, informar. Caso se exagere na harmonia (proximidade) entre texto e imagem, tem-se a harmonia irritante, em que imagem e texto dizem praticamente a mesma coisa, de forma pouco produtiva e redundante. Assim a comunicação realmente inteligente está no fenômeno que Barthes considerou mais raro, o dos *relais*. Este tipo de relação seria desarmonico, já que os modos semióticos, quando isolados um do outro, não passam a mesma mensagem que passam em conjunto (BERGSTRÖM, 2009). Longe de usar a palavra desarmonia com um sentido ruim, o que o autor argumenta é que é exatamente nela que aparecem as mensagens mais interessantes.

Quando o texto e a imagem isolados não passam ideias parecidas, acontece um processo de *subcomunicação*, no qual resta ao leitor completar a conexão e chegar à mensagem final. Nele, “o que importa não é dizer o máximo possível, mas tão pouco quanto possível” (BERGSTRÖM, 2009, p. 225), tornando o processo mais envolvente para quem lê, conforme mencionado anteriormente. Todavia, quando o texto e a imagem se distanciam em significado, a ponto de não se compreender uma mensagem multimodal em sua complementaridade, pode-se classificar a comunicação como pobre, existindo desarmonia em excesso.

Para identificar os tipos de relações quando imagem e texto se apresentam juntos, Bergström (2009) sugere isolar as partes. Se a imagem ou o texto não possuem o mesmo significado quando isolados, a interação que acontece é rica, pois um precisa do outro para construir a mensagem, havendo uma desarmonia entre os dois. Já no caso de a mensagem persistir, ao se isolar um dos dois modos, encontra-se uma interação pobre, que deixa a mensagem excessivamente explícita. Sobre este ponto, é válido mencionar que, embora o autor não tenha deixado claro, tanto mensagem, quanto texto sempre terão seus próprios significados. O que se observa, portanto, na interação rica, é que os significados individuais da imagem e do texto não serão os mesmo daqueles produzidos pela mensagem multimodal.

Sendo assim, mais do que uma *interação* rica, perceberia-se, novamente, uma *complementaridade* entre os dois modos.

Fazendo uso de descrições parecidas quanto aos tipos de relações entre texto e imagem, Scott McCloud (2005) destrincha ainda mais as possibilidades de interação e complementaridade. Isso porque, ciente de que os dois modos raramente têm o mesmo peso na mensagem multimodal, descreve quando, em cada um dos processos supracitados, um dos dois modos semióticos tem mais força na mensagem do que o outro. Para entender as possíveis combinações entre os dois modos, o autor as divide em sete tipos: combinações *específicas de palavras*, quando a imagem tem função principal de ilustrar algo já descrito no texto, pouco acrescentando em significado; *específicas de imagem*, quando as palavras pouco adicionam aos significados já presentes na imagem; *duoespecíficas*, nas quais ambas as mensagens procuram dizer a mesma coisa; *aditiva*, quando as palavras elaboram sobre a imagem, ampliando seu significado; *paralelas*, quando imagem e texto seguem rumos diferentes e pouco interagem entre si; *montagem*, que acontece quando as palavras são integrantes da figura, como no caso em que tipografia é utilizada como arte; e *combinação interdependente*, na qual palavra e imagem se unem para exprimir uma mensagem que nenhuma conseguiria passar sozinha. Segundo McCloud (2005), advindo do mundo dos quadrinhos, essa é talvez o tipo de interação mais comum.

Observando as diferentes classificações propostas por Barthes (apud. KRESS; VAN LEEUWEN 1996), Bergström (2009) e McCloud (2005), é possível chegar a uma definição mais completa das possíveis relações, já que todas se utilizam de conceitos comuns, mas cada uma acrescenta algo novo quanto aos tipos de relações. Utilizando as definições de McCloud (2005) como base, por serem as mais abrangentes, pode-se perceber que as relações específicas de imagem, de palavras, duoespecíficas e aditivas são todas relações de ilustração e ancoragem, ou, como chama Bergström, relações harmoniosas. Além destas classificações, no caso da relação duoespecífica, em que imagem e texto pretendem dizer quase exatamente a mesma coisa, pode-se relacionar com a classificação que diz respeito à harmonia irritante. A relação aditiva merece atenção à parte. Primeiramente porque é vista por McCloud (2005) como uma elaboração do texto sobre a imagem, embora Barthes (apud KRESS; VAN LEEUWEN, 1996) tenha já delimitado que é

possível haver elaboração da imagem sobre o texto numa ilustração, em que esta pode contribuir com detalhes visuais que o texto não descreveu. Em segundo lugar, é necessário deixar claro o porquê de ela não estar incluída como um tipo de *relai*. Embora possa parecer que as relações aditivas, como o próprio nome sugere, acrescentam em significado, o que acontece é que muitas vezes elas contribuem em informação e signos, sem papel determinante na mensagem multimodal final. Existe interação, mas não complementariedade e nem interdependência.

Por sua vez, as combinações interdependentes seriam do tipo desarmoniosas, ou de *relais*, já que imagem e texto não dizem a mesma coisa, mas estendem o significado um do outro e formam juntos uma mensagem única. McCloud (2005) explica que esse tipo de relação funciona como numa balança, em que é possível ter mais peso – quanto à mensagem – para imagem ou para texto, desde que os dois continuem tendo importância na mensagem final.

Voltando a atenção para as relações paralelas, estas não se encaixariam muito bem nem como elaborações – ilustração e ancoragem – nem como *relais*, já que acontece uma desarmonia em excesso. Isso faz com que, para os fins de uma mensagem multimodal, tenha-se uma comunicação pobre. Afinal, há pouca ou nenhuma relação entre texto e imagem como mensagem, algo que poderia ser mais bem aproveitado na abstração artística, por exemplo.

Resta um tipo de combinação que nem Barthes (*apud.* KRESS; VAN LEEUWEN 1996), nem Bergström (2009) buscaram delimitar: a combinação por montagem. McCloud (2005) a descreve como o tipo de interação em que o texto assume forma de imagem e suas características produzem não somente uma mensagem verbal, mas também uma mensagem visual. É impossível definir se seriam *relais* ou não, já que texto e imagem se confundem, e mais do que se complementam, são a mesma coisa. É o que acontece no exemplo da Figura 13, em que o asterisco não funciona apenas como signo textual, mas também como signo imagético. Quem mais se aproxima deste raciocínio, embora não o nomeie como um tipo de interação, é Kress e Van Leeuwen (1996), ao explicarem o caráter multimodal de toda mensagem e ao proporem que mesmo o texto possui um caráter visual, como supracitado.



Figura 14 – Projeto *Type the sky*, de Lisa Rienermann, que encontra as letras do alfabeto em espaços negativos formados pelos vãos entre prédios e construções.

Por meio das diferentes classificações de cada autor, chega-se a um resultado mais completo e miscigenado a respeito das relações entre imagem e texto, o que foi visualmente traduzido no gráfico da Figura 15, de autoria do autor do trabalho. Tendo delineado, ao final deste capítulo, as possibilidades de relações mais observáveis entre imagem e texto, resta dar prosseguimento ao presente estudo de forma a perceber as características do risível e como ele pode ser reforçado pelas mensagens multimodais. Assim pretendem-se alcançar os objetivos desta pesquisa, analisando as diferentes relações entre imagem e texto e construção do risível.

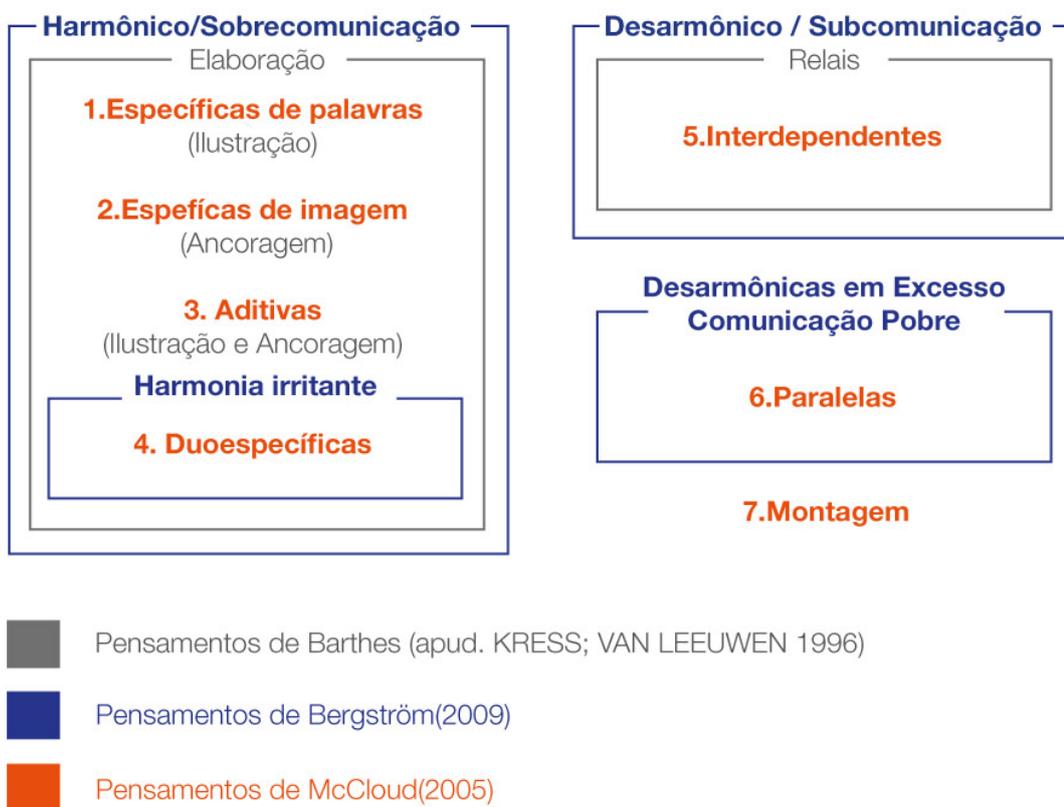


Figura 15 - Gráfico de classificação de relações entre imagem e texto.

3 – O riso e o risível

No começo deste estudo, foi destacada a importância de se definir, com base em fundamentos teóricos, os termos que regem a análise proposta. Desta maneira, é necessário partir, nesta etapa, para um estudo mais aprofundado da comicidade e do riso. Afinal, para este estudo, não seria possível compreender como imagem e texto se complementam para fazer rir sem entender *o que*, nesta união, provoca o riso. Começando pelas características principais do riso, será possível esclarecer perguntas deixadas até então sem resposta no estudo, além de confirmar alguns pontos já observados sobre as características da página JDD.

3.1 Características do riso

Primeiramente, é preciso deixar claro que as investigações sobre o riso não são nada recentes, já que, desde a Antiguidade Clássica, filósofos e pensadores discursam sobre o porquê de o ser humano rir e de que ele ri. Bakhtin (2008), ao delinear a mudança, ao longo dos séculos, da importância do riso, com foco no contexto do escritor François Rabelais, mostra como, a cada período, relevância do riso cresceu ou diminuiu na sociedade ocidental, ora sendo completamente excluído do campo do oficial, ora sendo abraçado por ele.

Durante o Renascimento, período em que a literatura cômica e o riso foram valorizados tanto quanto qualquer outro gênero ou tema filosófico, foram resgatados os pensamentos mais clássicos sobre o riso e sobre sua importância (BAKHTIN, 2008). Entre eles, um dos principais seria o pensamento de Aristóteles quando diz que “o homem é o único ser vivente que ri” (*apud* Bakhtin, 2008, p. 59). Bakhtin explica que, segundo Aristóteles, o recém nascido apenas se torna humano no quadragésimo dia de nascimento, momento em que se começa a rir de fato. Essa concepção do riso traduzia-o como um privilégio espiritual, exclusivamente humano. Ele seria provindo da razão e de um acordar para o mundo que somente o ser humano possui. Mais do que exclusivo do homem, o riso era o que o definia,

conforme cita Bakhtin, no prefácio da obra *Gargantua*, de Rabelais, cujos últimos dois versos dizem:

Melhor é de risos que de lágrimas escrever

Por que o riso é a marca do homem. (Rabelais, *apud* Bakhtin, 2008, p.59)

Porém, é interessante, para a completude deste raciocínio, trazer o que Henri Bergson (2007) ponderava a respeito do ser humano e do riso. O autor atenta para o fato de que poucos pensadores e filósofos estenderam a ideia do *homem como único ser que ri* até onde este pensamento poderia levá-los. Complementado o que diziam os pensadores clássicos, e com os quais corroboraram os renascentistas, Bergson (2007) explica que o riso não é somente privilégio do ser humano, mas também, é apenas dele que se ri, ou seja, ele é o único animal capaz de *fazer* rir. Para o autor, “não há comicidade fora daquilo que é propriamente *humano*” (BERGSON, 2007, p. 2). O riso teria, pois, um caráter social indissociável de sua natureza. Por isso, é possível que uma paisagem seja bela, interessante, serena, feroz, mas nunca cômica. O autor explica ainda, que mesmo quando se ri de um animal ou objeto, se ri porque o animal se assemelha em atitude ou aparência aos humanos, e porque o objeto remete às formas e usos que os humanos lhe deram (BERGSON, 2007).

Além do caráter essencialmente humano do riso, Bergson (2007) traça como outra característica importante: a insensibilidade. Para ele, é impossível rir enquanto se sensibiliza com algo. Quando se busca simpatizar, envolver-se e sentir o que os outros sentem, até os assuntos mais leves ganham peso e gravidade. Porém, quando a distância e indiferença são perseguidas, encontra-se motivo para rir inclusive das situações mais dramáticas. Bergson (2007) explica que não é impossível rir de alguém por quem se sente, por exemplo, pena ou afeição, mas somente quando se suspende momentaneamente esse e outros sentimentos é que surge o riso. Sempre alheio à dramaticidade das situações, ele não conversa com a emoção, pois “a comicidade exige enfim algo como uma anestesia momentânea do coração. Ela se dirige à inteligência pura” (BERGSON, 2007, p. 4).

Diante do exposto, é necessário desviar-se rapidamente do caminho seguido para desenvolver algumas explicações históricas, a fim de corroborar com a

afirmação de que o riso é desprendido de sentimentos e focado na inteligência. Para tanto, é interessante observar o que fala Bakhtin sobre o riso na Idade Média e no Renascimento. Primeiramente, deve-se compreender que, durante a Idade Média, o riso nunca foi oficial. No campo do oficial se encontravam apenas a Igreja, os senhores feudais, os dogmas e tudo que *pertencesse ao sério*. O riso, assim como tudo que fosse vulgar ou popular – como eram consideradas até mesmo as línguas diferentes do latim – estava relegado ao segundo plano: nunca completamente proibido, mas também nunca aprovado (BAKHTIN, 2008).

O riso estava presente principalmente nas festas, nos folclores, carnavais e nas praças públicas, sempre longe do centro de poder, fosse ele religioso ou estatal. Existiam ainda as “festas dos loucos” (BAKHTIN, 2008, p. 64), que aconteciam em várias datas do ano, muitas vezes com a permissividade e até autorização da Igreja, para que, durante um dia, todos pudessem ceder às vontades naturais do ser humano: a esbórnia e os prazeres mundanos como a comida e a vida sexual. Para vários teólogos, clérigos e viventes da Idade Média, era preciso um dia de bufonaria e diversão para que todos os outros pudessem ser de retidão e seriedade. Assim, o riso aparecia nessas situações como salvação e extravasamento de sentimentos, capaz de regenerar e fazer renascer o homem preso à seriedade, as regras e aos dogmas (BAKHTIN, 2008).

Nessas ocasiões tudo era enaltecido. Desde a nudez, passando por bebedeiras, até a celebração de ritos religiosos pagãos que brincavam com as tradições da Igreja. Tudo que Bakhtin (2008) aponta como o *baixo corporal* vinha à tona de forma a desconstruir para posteriormente construir, fazer renascer. O pensamento que se consolidou em seguida, no Renascimento, mas que tinha suas raízes na Idade Média, já dizia que:

(...) o riso tem uma significação positiva, regeneradora, *criadora*, o que diferencia nitidamente das teorias e filosofias do riso posteriores, inclusive a de Bergson, que acentuam de preferência suas funções denegridoras. (BAKHTIN, 2008, p. 61)

Mais será dito sobre a forma que Bergson encarou o riso. Todavia, por enquanto, é preciso focar na visão regeneradora do riso. Para Bakhtin (2008), esse poder do riso como destruidor e regenerador é seu aspecto mais interessante. Na

maioria das festas da época o baixo corporal assumia o controle como um sistema de degradação, invertendo e travestindo tudo. As roupas eram trocadas por fantasias e eram eleitos autoridades como bispos e reis bufões, feitos para rir. O superior e o inferior eram invertidos, e tudo que era “perfeito e acabado” (BAKHTIN, 2008, p. 70) precisava ser degenerado pelo baixo corporal e material para renascer melhor e mais lúcido.

Desta maneira, o que Bakhtin chama de ambivalência do riso corresponde não somente à forma como se via o cômico em seu aspecto denegridor e regenerador, mas também ao modo como se via o mundo na época. Explica como fazia sentido viver duas vidas completamente opostas, mas conjuntas: a da retidão social, da igreja, do mundo sério; e a do grotesco, do baixo corporal cômico, do festivo e da esbórnia. Essa dualidade permitiu uma força sem precedentes ao riso da época, já que “foi graças a essa existência extra-oficial que a cultura do riso se distinguiu por seu radicalismo e sua liberdade excepcionais, por sua implacável lucidez” (BAKHTIN, 2008, p. 62).

Tal liberdade do riso se aliou com outras características para definir o que o riso representava na época. Entre elas, tem-se a relação do riso com a verdade não oficial. Bakhtin (2008) explica que, considerando o oficial como o sério e o autoritário, existe também o medo como ferramenta sustentadora desses pilares. O riso não se encaixa nesse sistema, já que “jamais o poder, o medo, a violência, a autoridade empregam a linguagem do riso” (BAKHTIN, 2008, p. 78). Assim, o riso serve como arma para derrotar a intimidação, mesmo que momentaneamente. Nesse breve período em que o riso era permitido, era possível caminhar a uma verdade diferente da imposta. Segundo o autor, o riso funcionava como uma vitória a tudo que trazia o medo: a morte, o mistério, ou mesmo a opressão dos poderosos de seu mundo. Ao rir, suspendia-se, ainda que momentaneamente – como explica Bergson (2007) – os sentimentos, e podia-se então ver mais claramente e caminhar rumo à inteligência. Bakhtin (2008) explica que foi esse caminho em direção à verdade e à inteligência que preparou o homem para uma nova autoconsciência, surgida no Renascimento. Durante este período, o riso passou a ser considerado uma forma de entender o mundo, assim como o sério. Existia, na época, a consciência de uma barreira sendo transpassada, de uma mudança histórica em busca de destronar antigos poderes e dogmas e buscar o novo e a razão.

Porém, conforme os novos regimes do século XVI se estabilizaram, novamente o riso perdeu sua importância, e partir do século XVII, já não era mais concebido como uma forma de ver o mundo, mas, possivelmente, como uma forma de entender parte dele. Novamente ele não estava ligado a nada que fosse importante, e, embora não mais proibido, foi relegado a gêneros secundários da literatura e das artes. Em outras palavras, deixou de ser pouco mais que divertimento (BAKHTIN, 2008). Assim, era impossível para os autores dos séculos seguintes entender as obras de escritores cômicos da Idade Média e do Renascimento – o autor usa principalmente o exemplo de seu objeto de estudo, Rabelais. Ainda no século XVII muitos não entendiam as misturas entre o grotesco cômico e a crítica inteligente das obras de Rabelais. Consideravam a mistura *não natural*. Do século XVIII em diante, o entendimento das obras do autor se tornou ainda mais raso, passando por opiniões que o consideravam forma leviana de divertimento, ou mesmo nem isso, mas apenas textos confusos e imorais (BAKHTIN, 2008).

Neste ponto é possível voltar ao que dizia Bergson (2007) sobre as características do riso. Foi abordada a natureza humana do riso e também sua profunda relação com o racional e com a inteligência. A terceira característica apontada por Bergson (2007) – visível nas mudanças históricas explicadas no parágrafo anterior – é que o riso é social e existe num contexto. Em outras palavras, “nosso riso é sempre o riso de um grupo” (BERGSON, 2007, p. 5). Não importa se o círculo social ao qual ele pertence é ínfimo como uma roda de amigos, ou grande como o pensamento de uma sociedade durante um determinado século, ele sempre está confiado a alguns, sem se fazer entender para outros. Afinal, como já apontado, o entendimento – seja ele da imagem, do texto ou do risível – na maioria das vezes necessita de contexto para acontecer.

Embora em um contexto completamente diferente, é interessante perceber como a página JDD tem um pouco da essência da praça pública medieval. Vive-se em uma época de muito mais liberdade pessoal, religiosa e econômica, mas, entre publicitários, ainda é preciso usar de criatividade e de habilidades artísticas sob demandas e restrições. É possível se aproveitar de vários recursos, até mesmo do riso, mas tudo com um objetivo maior de divulgar e vender. “Qualquer” mensagem é permitida, desde que não ofenda, atenda as necessidades do produto ou da marca,

converse com o público alvo, e assim por diante. De certa maneira, o espaço para soluções inovadoras acaba limitado e excessivamente podado pelas exigências de mercado.

Neste sentido, a página JDD acaba funcionando como um refúgio, o folgado dos publicitários e de outros mais em busca de nada mais do que rebaixar o oficial, parodiar o sério e inverter valores e expectativas. Torna-se um reduto criativo onde, por meio do riso, é possível sair do jejum, largar as regras e simplesmente criar, criticar, e profanar tudo que é sério. Se na época medieval eram simulados os ritos religiosos denegrindo-os com trocadilhos, paganismo e paródias cômicas, elegendo falsos reis e divindades (BAKHTIN, 2008), agora isto é feito com falsos *Jobs* e clientes, mesmo que inconscientemente. Os seguidores da página não são necessariamente publicitários, mas encontram-se ali em um meio que fomenta o pensamento criativo e emula, de várias maneiras, o pensar da profissão. Martins parece concordar com essa afirmação, ao dizer que a página “foi criada por publicitários e, inicialmente, para publicitários. Até hoje, cerca de 60% do público é de profissionais de publicidade e marketing” (MARTINS, 2014).

Tendo em vista o caráter informal do suporte Facebook, no qual a página se hospeda, espera-se na página um crivo muito menor, como ocorria nos folgados, além de um anonimato maior promovido pela grande quantidade de participantes. Afinal, quando se dá uma sugestão de título no meio de centenas, a preocupação não é maior do que a do festeiro que grita profanações no meio da multidão a fazer o mesmo. Estes fatores ajudam a suspender, mesmo que temporariamente, a preocupação de quem participa quanto aos outros. Afinal, não existe grande repressão às piores ideias, mas há a recompensa e reconhecimento às mais criativas, ou seja, mais risíveis.

Percebendo a página como inserida em um contexto social muitas vezes complexo, entende-se que é muito mais difícil integrar-se aos seguidores e rir sem perceber este contexto, seja ele o da paródia ao mundo publicitário, das formas de rir e estilos preferidos do grupo que segue a página, ou mesmo das notícias e acontecimentos aos quais as postagens cômicas se referem. Afinal, como acontecia na Idade Média, em que as situações da vida pública e das personalidades importantes na época – como bispos, senhores, etc.– se tornavam assunto de

paródias e brincadeiras (BAKHTIN, 2008), ainda hoje a comicidade é utilizada para falar da vida pública e daquilo que é notícia, parodiando, ironizando, e transformando em charge, seja no mundo da política, dos esportes, ou de qualquer outra área, como observado nas Figuras 5, 6, 9, 10 e 12.

Embora a mídia e as comunicações não causem uma intervenção direta no comportamento dos destinatários, nem influencia explicitamente opiniões e pensamentos, ainda assim são capazes de alterar a maneira como estes destinatários organizam seus sistemas de conhecimento e noções da realidade em que vivem. Em longo prazo, através de um efeito cumulativo, a mídia de massa tem a possibilidade de reforçar a imagem de importância de certos temas e alterar a visão que se tem da realidade social. Este efeito remete principalmente ao que Wolf (2002) caracteriza como hipótese do *agenda-setting*, em que a sociedade passa a discutir e considerar importantes temas que a mídia em geral discute e trata com importância. Portanto, é possível considerar que a imagem da realidade

é simplesmente uma metáfora que representa a totalidade da informação sobre o mundo que cada indivíduo tratou, organizou, e acumulou – pode ser pensada como um *standard* em relação ao qual a nova informação é confrontada para lhe conferir o seu significado. Esse *standard* inclui o quadro de referência e as necessidades, crenças e expectativas que influenciam aquilo que o destinatário retira de uma situação comunicativa. (Roberts *apud* Wolf, 2002, p. 153)

A imagem e o *standard* foram abordados, neste trabalho, de maneira semelhante pela seção sobre expectativa e contexto, presente no Capítulo 2. Embora o fenômeno teorizado, *agenda-setting*, aconteça com intensidade diferente em suportes diversos, parece ser clara sua força em pautar sobre quais temas deve-se ter uma opinião, seja ela qual for. Desta maneira, é possível supor que o fenômeno aconteça também no que diz respeito ao JDD e seus seguidores, uma vez que discutindo e parodiando os temas da vida pública, acabam por incluir e excluir temas de acordo como que é pautado pela mídia. Porém, como afirma Wolf (2002), ao citar Zucker, deve-se considerar que existem situações que simplesmente adentram a vida pública pela experiência, e não dependem do *agenda-setting* para se tornarem centrais na agenda de discussão do público. Wolf (2002) fala ainda de três tipos de agenda pública explicados por McLeod, Becker e Byrnes, sendo elas: agenda intrapessoal, caracterizada pelas prioridades do próprio indivíduo, definindo

o que ele sozinho considera importante; agenda interpessoal, definida por aquilo que o indivíduo discute em grupo, em convívio social, ou seja, a importância é intersubjetiva; agenda de opinião pública, que diz respeito à importância dada a um tema pela sociedade, conforme percepção do indivíduo, tendo relação principalmente com o que um indivíduo pensa ser importante para outros.

No JDD, conforme o embasamento sobre destinatário e função, expectativa e contexto feito no Capítulo 2, são perceptíveis os três tipos de agenda, dependendo do momento no processo cíclico de comunicação. Existe a manifestação da agenda intrapessoal por parte dos moderadores que escolhem imagens a serem postadas, mas isso é feito pensando no que será interessante para o público de seguidores, caracterizando a agenda de opinião pública. Dadas as discussões, sugestões de títulos, e processos integrados na construção das postagens risíveis, tem-se ainda a agenda interpessoal, caracterizada pela discussão do tema em pauta pelos envolvidos no processo comunicacional. Considerando o contexto das postagens essencial no processo que caracteriza as relações de imagem e texto, e também no que concerne à existência do próprio riso, é importante tomar conhecimento deste processo de *agenda-setting* como fator auxiliar para compreender o riso nas postagens da página. Isso por que, para o visitante, uma vez que se inteira do contexto, compreendendo as imagens e suas referências e temas, acompanhando e participando da escolha de títulos e discutindo esses temas, rir torna-se, então, muito mais natural. Afinal, como diz Bergson, ao falar de uma citação popular de sua época, “o riso do espectador, no teatro, é tanto mais largo quanto mais cheia está a sala” (2007, p. 5).

3.2 – Definição do risível

Além da definição das características principais do riso, Bergson (2007) traça uma linha de raciocínio que vai se ramificando, explicando desde o riso mais básico e natural, como a comédia física, até as formas mais complexas das comédias de situações e de palavras. Ele as destrincha caso a caso, mostrando por que cada uma é risível. Isso é algo extremamente relevante no cenário deste estudo por ser um modelo que colabora para análise de postagens selecionadas. Segundo o autor,

é essencial levar em consideração o caráter social do riso para entender por que se ri. Ele apresenta, então, uma teoria que propõe o riso como uma espécie de correção social à rigidez humana. Se, por natureza, o ser humano é espirituoso, livre e flexível, na sociedade, muitas vezes, acaba por se enrijecer em hábitos e costumes, na praticidade da rotina e das situações sociais. Fazendo uma alusão à rigidez das máquinas, Bergson (2007) aponta que existe o riso sempre que o maquinal, o movimento de inércia acumulada sobrepõe-se ao natural e maleável que se espera do ser humano e de sua inteligência.

Começando por um exemplo básico, Bergson (2007) ilustra a situação de um homem que, correndo na rua, tropeça e cai, fazendo todos rirem. Muito provavelmente não ririam se o homem simplesmente parasse e se sentasse no chão. Assim sendo, não existe o riso por causa da mudança repentina do homem, mas sim pela falta de intenção em sua queda. O riso teria, portanto, algo de involuntário. Para o autor, o que se percebe é uma falta de flexibilidade daquele que corria. Isso porque, ao se deparar com o obstáculo, não soube se adaptar. Foi uma rigidez de raciocínio que o fez continuar seu caminho mesmo quando deveria tê-lo corrigido.

O mesmo acontece, por exemplo, com uma pessoa que sempre repete as mesmas ações e profere as mesmas frases, caso dos estereótipos delimitados no capítulo anterior. A ideia do corintiano caracterizado sempre como ladrão por torcedores do futebol se faz engraçada, pois alude a uma pessoa que sempre terá as mesmas ações, como uma máquina programada para fazer continuamente a mesma tarefa, repetindo-se, sem ter nunca o poder de escolha ou de mudar e adaptar-se. Neste caso, pode-se ver também uma distração, mas que está mais voltada para uma distração da alma, das intenções e propósitos do indivíduo, que continua a caminhar em linha reta, apesar dos obstáculos.

Em maior ou menor grau, o autor aponta que sempre que algo excessivamente maquinal, carente de leveza e flexibilidade, aflora no ser humano ou nas ações e situações que este cria ou nas quais se insere, provoca-se o riso. Além disso, deve-se notar que o riso pode aumentar de intensidade conforme aumenta a singeleza dessa sobreposição. Quando existe a distração e a sobreposição do maquinal e do vivo como acontecimento simples, produz-se o riso. Mas, quando é

possível ver a sobreposição nascer e crescer sem ser percebida e a situação desenvolver-se em toda sua ironia, com causa e origem conhecidas, o riso, por muitas vezes, pode ser potencializado.

Tem-se a ocasião: um indivíduo distraído não consegue encontrar seus óculos, até que outros o fazem notar que estavam no topo de sua cabeça o tempo todo. Agora, outra situação: uma mãe acaba de brigar com seu filho por ser avoado e perder seu boneco pela décima vez. Para ajudar a encontrá-lo, precisa dos óculos que também não estão em lugar algum. Irritada, começa a procurá-los, enquanto o filho ri cada vez mais, vendo que os óculos estão na cabeça da mãe. Percebe-se ironia semelhante na postagem trazida na Figura 16, em que um repórter noticia a busca de um criminoso por seu retrato falado. A ocasião já é engraçada ao perceber a semelhança entre o repórter e o retrato falado, mas basta deixar que a imaginação aja livremente para materializar na cabeça a ironia da situação: um repórter que sempre narra diversos crimes, distraído, acaba divulgando o seu próprio.



Figura 16 – O riso potencializado pela ironia da situação.

Independentemente da intensidade, considerando que o riso surge da observação da sobreposição entre maquinal e vivo, é de se perguntar por que isso ocorre. Para Bergson (2007) o riso seria uma resposta social à inabilidade de

adaptar-se. Uma espécie de castigo inconsciente a tudo aquilo que não é suficientemente vivo, que se deixa levar como máquina. Bergson teoriza que, “atingindo inocentes, poupando culpados” (2007, p. 147), o riso serviria como uma forma inconsciente e natural de a sociedade de cobrar de si mesma que evolua e adeque-se as novas situações. Como uma espécie de humilhação, o riso apontaria os defeitos daqueles que, distraídos, insistem em errar.

Retomando um quesito adiado neste capítulo, foi notado que Bakhtin (2008) considera as teorias de Bergson focadas demais no lado denegridor do riso. Ainda assim, isso poderia ser contestado pelas próprias palavras do autor, quando diz que o riso serve a “um objetivo útil de aperfeiçoamento geral” (BERGSON, 2007, p. 15). Parece claro que o riso entendido como resposta social ao mecanizado nada mais é do que uma forma diferente de explicar que ele propõe sim a verdade e a renovação em oposição àquilo que é hipócrita e ultrapassado. Se o riso castiga ao mostrar a falta de mobilidade e vivacidade nas ações de uma pessoa ou sociedade, faz isso por esperar que essa vivacidade ressurgirá. É possível supor, então, que Bakhtin (2008) considera a abordagem de Bergson apenas desbalanceada, já que em poucos momentos o último cita este lado regenerador. Embora seja importante dar atenção a tal crítica, ainda assim a relevância das contribuições de Bergson (2007) para o estudo do risível o mantém como um autor essencial para este trabalho.

3.3 – Manifestações do risível

Quanto mais se avança nos preceitos apontados por Bergson (2007), mais fácil é perceber como a noção do mecânico em oposição ao natural se aplica aos diferentes casos do risível. Para isso, serão adicionados exemplos da página JDD que permitam perceber a ocorrência dos tipos de comicidade, sempre que possível, a fim de demonstrar como a teoria do autor se torna facilmente aplicável a grande parte do que é encontrado. Por enquanto, as postagens serão estudadas somente sob a ótica do riso, pavimentando o caminho para a análise completa que seguirá.

Como explicado, a distração é uma representação clara de quando as características do mecânico se sobrepõem àquelas do vivo. Porém, não é a única

forma em que a sobreposição pode acontecer. Conforme elucida Bergson (2007), existe uma diversidade de maneiras em que é possível perceber a oposição entre mecânico e vivo, e tentar extrair todas estas maneiras de uma única ação seria impossível. O que se vê no desenrolar de sua teoria é uma variação de interpretações dessa mesma lei de opostos, que, de formas diferentes, – mas sem nunca perder sua origem – permitem compreender o que há por trás do risível e, a partir disso, provocar o riso. Entendendo a própria comicidade como algo vivo, uma ideia espirituosa que se expande e ramifica, o autor busca novas maneiras de enxergar a apresentação desse esquema de oposições.

A primeira delas parte do princípio de que, se existe a distração nas ações de um indivíduo embalado pela inércia, pode-se dizer que existe algo parecido na sua própria fisionomia. O espírito humano – entendido aqui como a inteligência e a razão de um indivíduo –, por mais livre que seja, está ligado a um corpo material e mundano, que não necessariamente se adapta como se esperaria. Ri-se, então, das formas que mais parecem uma má postura engessada do que qualquer outra coisa. Ria-se, principalmente em tempos passados, dos corcundas e mancos, que pareciam apenas pessoas com um vício incorrigível, rígidas no andar ou na postura.

Além disso, encontra-se comicidade nos rostos que parecem estar sempre caretando, engessados, como se uma distração do corpo os fizesse esquecerem-se de voltar ao normal. O que se percebe não tem necessariamente relação com a fealdade, mas sim com a luta entre o vivo da alma e o rígido do corpo. Isso também explica por que se ri das caricaturas, que, mesmo nos rostos mais perfeitos, encontram um nariz que se esqueceu de parar de crescer ou sobrancelhas que se levantaram e nunca mais se abaixaram. O caricaturista pode até exagerar aquilo que se vê, mas apenas para fazer notável algo que já estava lá. Em todos esses casos, involuntariamente, imagina-se o contraponto entre o mecânico e o vivo, mas vistos sob uma ótica diferente. Neste caso, por associação de características, a imaginação trata o vivo como espírito e o mecânico como corporal, e “em toda forma humana ela percebe o esforço de uma alma a modelar a matéria” (BERGSON, 2007, p. 21). A matéria, porém, é resistente e inflexível, não se deixa adaptar e continua a insistir na forma que lhe foi primeiramente dada.

Pode parecer estranho pensar no corpo, que é obviamente algo vivo, como representado pelo maquinal. Contudo, fica fácil perceber essa relativização ao pensar no que define o espírito humano puro. Logo surge a imagem de uma mente viva e curiosa na busca de novos lugares e conhecimentos, capaz de voar em sonhos e buscar tudo que ainda não é sabido. Vista sob essa ótica, a mente está muito à frente do corpo no que se refere à vivacidade e à flexibilidade. Ainda que vivo, em perspectiva, o corpo toma aparência quase maquinal em suas capacidades. A mente pretende ir longe, conhecer, adaptar-se a cada problema e encontrar soluções, mas o corpo a segura com grilhões ao mundo terreno. Tem fome, sede, sono, cansaço e falta de força repetidas vezes, e mesmo quando está bem, nem sempre é capaz de se adequar como o espírito humano almeja.

É por esse motivo que o riso aparece quando o corpo serve de obstáculo para alma. Quando a moral e a vivacidade estão em questão, mas o corpo toma a frente para atrapalhar, rapidamente se encontra um motivo para rir. É esta a razão para maioria dos autores evitarem, em suas obras, que os personagens heroicos sejam representados atendendo a necessidades do corpo como dormir ou ir ao banheiro. Quando essas passagens acontecem, comumente estão ligadas a algum alívio cômico da história (BERGSON, 2007). Não à toa, boa parte do que Bakhtin (2008) estuda sobre o riso na Idade Média e Renascimento está ligado à comédia do baixo material e corporal, que, como supracitado, vinha para inverter valores e trazer tudo que era alto e intocável para o mundo mundano das necessidades. Nesse tipo de comédia se valorizava a gulodice, as palavras de baixo calão e as piadas que tudo tivessem a ver com as necessidades humanas. Da mesma maneira, nas festas os reis e bispos – da mesma forma que os heróis – eram destituídos de qualquer moral e admiração através da comédia do baixo corporal e material.

Buscando um exemplo que se adequa mais ao tempo e à realidade deste trabalho, é possível perceber claramente a oposição ente a alma, a moral e a matéria corporal na Figura 17. Ao pensar num casamento, o senso comum traz à mente a ideia de uma celebração perfeita, onde tudo é belo e a moral dos costumes sociais prevalece. Todo este sistema cai por terra quando se percebe que a noiva do casamento, por mais obstinada que esteja em seu espírito, terá que adiar suas vontades para atender àquelas do seu corpo.



Figura 17 – Quando o corporal se sobrepõe ao moral, a situação provavelmente será risível.

Isso não significa que é impossível enxergar o corpo como vivo, ao invés de maquinal. Bergson (2007) busca deixar claro que existem diferentes formas de compreender a sobreposição entre vida e máquina, já que a fórmula por si só não passa de metáfora para representar características como flexibilidade, de um lado, e rigidez, do outro. Assim, desde que se encontre, em determinada situação, algo mais rígido que o corpo, não seria difícil lembrar que ele tem também seu lado flexível. Basta tomar o caso da fantasia como vestimenta. Por natural, a própria roupa já seria motivo suficiente para rir. Afinal, juntar um indivíduo em toda sua vivacidade a um invólucro material, uma vestimenta que o reveste e comprime, limita os movimentos, já é por si só risível. Mesmo assim, as vestes de um indivíduo, de tão habituais, muitas vezes são tomadas pelo seu próprio corpo e o mesmo acontece com maquiagens, penteados e tudo mais que o ser humano é capaz de alterar em sua aparência. É preciso então alguém que se vista diferentemente daquilo para o qual já se está anestesiado. Basta que um indivíduo coloque qualquer outro aparato fora do que se espera, a exemplo da Figura 18, e se encontrará o riso que estava escondido. Até mesmo uma roupa fora de época é suficiente para fazê-lo surgir. Percebe-se, enfim, que a surpresa da roupa inesperada ou do penteado

inapropriado apenas torna evidente a estranheza que sempre esteve lá. (BERGSON, 2007).



Figura 18 – A montagem digital simula a situação improvável do apresentador Silvio Santos caracterizado como roqueiro.

Contudo, tal estranheza não estaria ligada somente às roupas. Ora, se fantasias, máscaras, penteados e maquiagens podem causar o riso, é de se supor que o mesmo vale para outras situações em que o ser humano impõe o artificial ao natural. Normas sociais, solenidades, eventos formais, todos têm um pouco de rigidez e automatismo. Da mesma maneira o cômico se torna latente devido ao hábito, mas basta se esquecer da função e do significado destes eventos – como quem vê alguém dançar sem música – para fazer acordar o riso que estava dormente (BERGSON, 2007). É o que faziam os viventes na Idade Média. Nas chamadas festas dos loucos, parodiavam ritos religiosos, rindo e ironizando as suas ações automatizadas, que, fora de contexto, ganhavam um tom extremamente cômico para época (BAKHTIN, 2008).

Tem-se, até este ponto, o *material* em luta com o *espiritual*, e o *artificial* sobrepondo o *natural*. Sempre lembrando a ideia inicial da contraposição entre maquinal e vivo. Bergson (2007) comenta ainda uma terceira interpretação mais

direta da fórmula inicial. Para ele, se por vivo entendermos o ser humano – foi definido que o riso e o risível sempre remetem a ele –, e por maquinal, tudo aquilo que não é suficientemente vivo, a coisa, são possivelmente cômicas as situações em que o indivíduo seja comparado a qualquer outra coisa, seja um objeto, um animal, uma planta ou mesmo uma profissão (BERGSON, 2007). Novamente, é necessário se lembrar do caráter vivo do ser humano, e da flexibilidade e singularidade que essa vivacidade proporciona. A chama viva não deveria repetir-se. É tão mutável e fluida que pareceria improvável encontrar dois iguais no mundo, e é isso que se espera do ser humano. Quando se encontra, então, motivo de comparação com algo tão simples quanto um animal, ri-se da incapacidade humana de se diferenciar da coisa. Desta maneira, através de metáforas, as comparações tomam as mais diferentes possibilidades.

No exemplo da Figura 12 percebeu-se a comparação do comportamento do velocista Rubens Barrichelo e de uma tartaruga. Na Figura 19, uma multidão é comparada a uma barra de *loading*, ou carregamento, recurso visual presente em *softwares* e em páginas da internet, nos quais uma barra vai mudando de cor de forma crescente para simbolizar que o conteúdo que será visto foi todo carregado.



Figura 19 – O ser humano comparado ao objeto.



Figura 20 – O ser humano confrontado com o animal.

Já na Figura 20, a comparação da postagem é tanto fisionômica, quanto moral. São atribuídas duas características à apresentadora Luciana Gimenez, a altura distinta, e, na opinião do autor do título, a burrice. Deste modo, a apresentadora poderia ser imaginada facilmente como o cruzamento entre uma girafa e um burro. Também é importante notar que as comparações não precisam sempre ser explícitas e que “não é preciso chegar até o fim da identificação entre a pessoa e a coisa para que se produza o efeito cômico” (BERGSON, 2007, p. 47). Relembrando que a singeleza da comparação entre vivo e maquinal costuma contribuir com o risível, vê-se que é suficiente sugerir a comparação e deixar ao outro a tarefa de completar o raciocínio (BERGSON, 2007). Isto é algo que claramente condiz com o pensamento de Bergström (2009) sobre o valor da subcomunicação, em que uma mensagem rica – no que diz respeito à junção entre palavra e texto – deixa parte do raciocínio sugerida para que o interlocutor a complete.

Existe, porém, uma dúvida que deve ser sanada. Se a metáfora da pessoa como coisa faz rir, por que não se ri, por exemplo, ao dizer que um indivíduo é forte como um touro? Fica a impressão de que somente se pode rir da comparação

negativa, afinal, dizer que alguém é forte como um touro também é comparar, embora dificilmente seja risível. Aparentemente Bergson (2007) deixa esta pergunta sem resposta, mas é possível encontrá-la em seu próprio texto. Ao comparar uma pessoa devagar a uma tartaruga, percebe-se a semelhança pelo que ela é, mas, ao procurar no indivíduo uma característica de coisa nobre como a força, mistura-se à comparação o sentimento de respeito ou admiração. Além disso, o próprio desgaste pelo uso excessivo deste tipo de metáfora também pode ser responsável pelo riso. Como dito, o riso dirige-se à Inteligência e se esvai conforme o objeto de riso ganha o peso proporcionado pela emoção. Se por um momento se esquece do sentimento e volta-se para a imagem de uma pessoa com cara de touro, o riso retorna.

Além da comparação do ser humano com a coisa, a própria comparação de *iguais* já é cômica. Enquanto um rosto qualquer não tem graça por si só, descobrir outro idêntico pode ser uma coincidência risível. Isso acontece porque não se espera da vida coincidências. Algo vivo deveria ser fluído, único, incapaz de repetir-se entre tantas possibilidades. Admitir que a vida também se repete, que mesmo com a infinidade de probabilidades que a natureza proporciona se encontra duas pessoas praticamente iguais, é perceber enfim algo de artificial na natureza. De tal modo, existe o rosto original, como vivo, e a cópia, coisa feita supostamente a partir de um molde. Obviamente, não somente a natureza, mas também inúmeros fatores – como na Figura 16 e na Figura 21 – podem ser *culpados* por uma semelhança, que, como uma máquina a fabricar repetidamente o mesmo produto, usualmente provocará o riso.



Figura 21 – A coincidência de fisionomia, escolha de estilos (como que uma fantasia), e até a pose pode contribuir para fazer surgir o risível.

Foi dito que a teoria de Bergson (2007) se ramificava por diferentes interpretações. Após examinar a sobreposição do vivo e do maquinal nas manifestações mais básicas – e seccionadas –, como a forma, a moral, as vestimentas e os costumes, resta enxergá-lo nos acontecimentos cotidianos, em linhas mais completas e abrangentes. Isso porque não somente nas coisas e pessoas pode-se encontrar o risível, mas, como supracitado, também nas situações em que o indivíduo se insere. Analisando o teatro de comédia – e o mesmo pode ser feito em tempos mais recentes, com os filmes de comédia e as *sitcoms* – o autor busca encontrar as cenas risíveis que, por imitar a própria vida, servem de modelo para entender o risível nos eventos da vida.

Para isso, Bergson (2007) compara os personagens da comédia a fantoches e marionetes, que, sendo movidos pelas circunstâncias em que estão inseridos, acabam por emular sistemas mecânicos. Portanto, se existe a sobreposição entre pessoa e coisa, também é possível imaginar a sobreposição entre acontecimentos da vida e sistemas maquinais. As máquinas, funcionando em conjunto, possuem engrenagens, esteiras, alavancas e muitas outras partes mecânicas capazes de criar repetidamente o mesmo produto e, assim:

é cômica toda combinação de atos e de acontecimentos que nos dê, inseridas uma na outra, a ilusão de vida e a sensação nítida de arranjo mecânico. (BERGSON, 2007, p. 50)

As linhas gerais traçadas até então servem como base fundamental para os três tipos de risível que Bergson (2007) delimita na comédia e nos acontecimentos da vida. São eles: a *repetição*, a *inversão* e a *interposição de séries*. Estes, por muitas vezes, englobam conceitos já mencionados, mas não se sustentariam sozinhos caso os mesmos não fossem antes visitados.

3.3.1 – Repetição

É normalmente risível aquilo que se repete na natureza, mas se a repetição representa o maquinal no vivo, também pode representá-lo nas situações e personagens que teimam em se repetir como máquina. O personagem que comete o mesmo erro duas, três vezes, rapidamente fica risível. Se o indivíduo é incapaz de adaptar-se, é a repetição de seus atos que traz à tona essa incapacidade. Exemplo disso é a Figura 22, em que a chamada do jornal torna-se ainda mais risível com o complemento do título. O riso, por sua vez, ainda pode ser prolongado quando a força obstinada do personagem a se repetir encontra outra que tenta pará-la, deixando mais evidente ainda sua característica maquinal, que, distraída, ignora qualquer obstáculo (BERGSON, 2007).



Figura 22 – A repetição do erro presente no título intensifica o riso.

Outro tipo de repetição é aquela associada ao estereótipo, recurso que volta a ser abordado por este estudo, agora sob outra ótica. Bergson (2007) afirma que, diferente do drama, que trabalha com o específico, o único, a comédia busca aquilo que há de genérico. Não existe cômico naquilo que é único e denso, pois lhe sobra vivacidade. Ele existe na falha generalizada, que se repete na profissão, na classe social, no gênero etc.. Por este motivo, muitas vezes, na comédia, é mais importante conhecer o personagem por sua característica – como em *Os Normais* – do que por seu nome. Considerada por Bergson (2007) um dos tipos de comédia mais complexa, a repetição provocada pelos vícios de caráter é a mais profunda e interessante do campo do risível. Embora não seja por si só um arranjo mecânico de acontecimentos, é com certeza engrenagem deste, e não demonstra suas características até ser posta para trabalhar em conjunto no arranjo.

O riso provocado por um indivíduo que possui vícios de caráter e de costumes não está presente simplesmente porque tais características são ruins por si só, mas porque suas repetições impedem o indivíduo de agir com coerência social. É possível, inclusive, que o vício seja positivo, moralmente falando. Uma pessoa pode ser honesta sempre, mas sua honestidade se tornará risível quando o impedir de agir de forma flexível em sociedade, em ocasiões em que a honestidade vier a

atrapalhar a si e aos outros. O que se entende, então, “é que a personagem cômica pode, a rigor, andar em dia com a moral estrita. Falta-lhe apenas andar em dia com a sociedade” (BERGSON, 2007, p. 103).

Todas estas formas de enxergar a repetição, ainda com a base formada pelas manifestações do risível estudadas, contribuem para entender que se obtém, o riso na maioria das situações em que algo se repete, sejam feições, personagens, vícios e até mesmo a ocasião como um todo. Se, numa peça de comédia ou na vida, personagens diferentes, em momentos diversos, acabam por realizar ações idênticas, isso também se torna risível. Da mesma maneira, se a situação é trocada, mas o personagem que não deveria continuar é mantido, vê-se também a repetição como artifício para o risível. Nas duas ocasiões, quanto mais sutis e naturais são as coincidências entre aquilo que se repete, mais se reforça a sobreposição entre natural e mecânico, potencializando a possibilidade do riso.

3.3.2 – Inversão

Não é apenas nas situações que se repetem que é possível encontrar o risível. O vivo é tido como não repetível, e assim torna-se risível aquilo que se repete. Também, é visto como flexível, e, da mesma maneira, ri-se do que apresenta rigidez. Seguindo o mesmo raciocínio, pensando na irreversibilidade de fenômenos que apenas o vivo proporciona, é possível chegar ao seu oposto maquinal e risível: a inversão de papéis de personagens e a inversão de situações. Imaginando ambos como engrenagens de uma máquina sobreposta ao natural, Bergson (2007) aplica os processos maquinais àqueles vistos nas situações cotidianas e nas comédias. Neste caso, engrenagens são trocadas no arranjo dos fatos, e isto cria o risível.

Para ilustrar este tipo de pensamento, basta pensar nas várias ocasiões em que papéis sociais e até o próprio corpo são invertidos entre personagens de uma trama, como no caso do filme *Se eu fosse você*. O mesmo acontece quando se ri “do réu que dá uma lição de moral ao juiz, da criança que pretende dar lições aos pais, enfim daquilo que se classifique sob a rubrica do ‘mundo às avessas” (BERGSON, 2007, p. 70). Na postagem da Figura 23, o contexto e a agenda

discutida são cruciais para compreender a piada. A época dos protestos de junho de 2013 propagou entre algumas classes o estereótipo da revista Veja como parcial, capaz de deturpar informações por interesse próprio. Tendo esse estereótipo em mente, a postagem brinca com a inversão de valores que as matérias da revista trariam, reinterpretando o que de fato aconteceu.



Figura 23 – A inversão de papéis provocando o riso. O personagem da foto, de salvador, passa a sequestrador, ao carregar policial no colo.

Também se enxerga a inversão nos casos em que uma mentira ou algum artifício de um personagem acaba voltando contra ele mesmo, e nos males que são culpa de quem mesmo os planeja (BERGSON, 2007). Esse tipo de ocasião, porém, é melhor percebido em veículos que permitem contar uma narrativa mais completa, na qual seja possível ver as ações dos personagens se desenrolarem, caso pouco frequente na página JDD.

3.3.3 – Interposição de séries

Aplicando o mesmo pensamento usado para inferir as peças risíveis por inversão, é possível também chegar à interposição de séries. Afinal, se o vivo é único e insubstituível, o maquinal pode facilmente ter suas peças trocadas por outras. Além do mais, se estas peças não funcionarem perfeitamente como as originais, mais visíveis ficam as trocas, e assim, mais proeminente pode ser o riso. Bergson (2007) explica que a interposição de séries é uma das classificações mais gerais entre os tipos de risível, já que pode ser interpretada de muitas formas. Quando se toma uma situação por outra, quando se interpreta um fato pela sua ambiguidade, quando situações distintas se entrelaçam. Mais do que uma repetição de fatos, o que acontece é o cruzamento de duas séries em uma só. Conforme diz o autor, é importante para a causa do risível sempre destacar a independência e, ao mesmo tempo, coincidência das duas – ou mais – séries. Na comédia tais interposições se apresentam o tempo todo na forma de trapalhadas dos personagens.

Por exemplo, tem-se a história de um personagem que apresenta sua chefe aos amigos, ao passo que, por acaso da escolha de palavras, todos entendem que os dois estão num relacionamento, exceto o personagem em si. Este continua a falar de situações corriqueiras de trabalho, dizendo que a mulher em questão está sempre querendo seus serviços, estipulando prazos e metas a cumprir, enquanto todos imaginam uma namorada rigorosa e que exige da vida sexual do parceiro o tempo todo. As duas séries, a todo o momento, podem coincidir-se em termos e passar mensagens ambíguas, sem nunca ficar claro que são duas séries diferentes, até que o riso se esgote.

No caso da página JDD, é possível encontrar esse tipo de interposição de séries nas imagens que são interpretadas de uma maneira completamente diferente do esperado, trazendo, por meio do título, um novo contexto – e sugestivamente uma nova série – que até então não estava presente na mensagem. Na Figura 24, duas séries completamente independentes – vacas passeando em frente a um restaurante e passagens bíblicas – são interpostas pelas coincidências que provocam quando juntas, sem nunca se misturarem.



Figura 24 – A interposição entre a narrativa da imagem e a narrativa da passagem bíblica cria o risível.

3.3.4 – A comicidade na linguagem

Cabe falar no fim deste capítulo como todos estes tipos de risível se encaixam na comicidade de palavras. Ainda que essencial para este estudo, tal proposta pode parecer estranha, já que muitos dos exemplos mostrados já usam da palavra como recurso para o risível. Afinal, as pessoas, suas formas, os acontecimentos, todos podem ser reproduzidos por meio da linguagem. O que falta, então, é “distinguir a comicidade que a linguagem exprime da comicidade que a linguagem cria” (BERGSON, 2007, p. 76). A diferença principal entre as duas formas de comicidade seria que uma poderia ser traduzida – com alguma perda provocada pela diferença de sociedades e contexto –, mas a outra jamais poderia ser transportada entre línguas diferentes, já que está intimamente ligada a escolhas lexicais e de estruturas frasais (BERGSON, 2007). A importância dessas escolhas já foi abordada no capítulo anterior, mas aqui ganha destaque novamente, sob a ótica do riso.

Segundo Bergson (2007), existe na comicidade de linguagem semelhança específica com os outros tipos de comicidade. A linguagem é, afinal, algo humano.

Tem o seu quê de vivo à medida que representa o pensamento, este sim, vivo. Da mesma maneira, então, pode ser sobreposta ao maquinal, ao distrair-se em sua construção, e composta de forma rígida, longe do ideal. Tendo esta ideia em mente, o autor aplica os mesmos princípios estudados nos casos passados, de distração, sobreposição, repetição etc., à própria linguagem e sua estrutura.

No caso da distração, é possível fazer surgir o riso observando a pessoa que sempre repete o mesmo bordão, como os recursos das frases feitas citados no capítulo anterior. Os bordões são um tipo de comédia conhecida em programas de esquetes como o *Zorra Total*, mas referem-se ao personagem, e não à linguagem. Para que os bordões e os ditos populares se encaixem na comicidade da linguagem é preciso que o erro surja na própria linguagem. É necessário que sejam ditas quase automaticamente, distraidamente, como quem fala sem nem prestar atenção ao que diz, mudando o contexto e perdendo propriedade do dito conhecido. Em outras palavras, encontra-se comicidade da linguagem “inserindo-se uma ideia absurda num molde frasal consagrado” (BERGSON, 2007, p. 83). É o que acontece na postagem da Figura 25. À medida que Copa do Mundo de futebol se aproximava, foi difundindo-se o dito popular “imagina na copa”. Normalmente utilizada para se referir a situações da esfera pública que deixavam a desejar, como engarrafamentos, falta de organização na prestação de serviços etc., a frase questiona o quão pior todos esses problemas estarão durante a época da copa. A frase é, então, retirada de seu contexto e colocada num contexto diferente – mas igualmente crítico – da imagem, com a ajuda do recurso da ambiguidade.



Figura 25 – A frase feita fora de contexto, desta vez sendo observada pela ótica do riso.

Da mesma maneira, tendo como certa a ideia de que se torna risível o indivíduo que tem o espiritual tomado pelo corporal, o mesmo se dá nas figuras de linguagem, em que o conotativo é confundido com o denotativo e por ele sobreposto. Sempre, então, que a figuração e a literalidade de uma metáfora se confundem, é possível criar o risível através das palavras (BERGSON, 2007). No exemplo da Figura 26, tem-se uma expressão de sentido figurado que é interpretada de forma literal quando lida em conjunto com a imagem.



Figura 26 – O título é tomado em seu sentido literal, em vez de figurado.

Embora seja possível analisar o paralelismo entre cada uma das formas de comicidade estudadas e a comicidade de linguagem, mais interessante seria aplicar os três tipos principais de transformação do vivo em maquinal propostos por Bergson (2007): a repetição, inversão e interferência de séries. Ao analisar as três fórmulas propostas, o autor dá importância diferente daquela dada às comédias de situações.

Começando pela inversão, para Bergson (2007) este seria o tipo mais simples de comicidade da linguagem, que acontece principalmente quando se inverte sujeito e objeto. Como num jogo de palavras, busca-se o risível ao trocar a ordem do que é dito de uma maneira que somente a linguagem pode fazer, e que não se reproduz nos acontecimentos. É perceptível, por exemplo, se alguém que acabou de apanhar dissesse que não foi a mão do outro que bateu em seu rosto, mas seu rosto que deu uma bela porrada na mão do outro. Ainda assim, existem outras situações fora desta regra em que a inversão na linguagem pode provocar o riso. Contextualizando o próximo exemplo, por volta de 2004, surgiu na internet uma série de postagens risíveis que se propunham a contar fatos absurdos sobre as proezas e forças do ator Chuck Norris. Numa espécie de mania que se propagou por diversos países, vários fatos falsos sobre o ator foram produzidos no mundo digital, enaltecendo-o como o homem mais forte e masculino da Terra. Muitas dessas piadas tinham a inversão como sua característica principal, a exemplo de uma dizendo que Chuck Norris não se levantava ao fazer flexões, e sim empurrava a terra para baixo. Na Figura 27, tem-se o mesmo princípio de inversão, ao sugerir que não é Chuck Norris que usa os serviços do provedor de e-mails Gmail, mas sim o contrário.



Figura 27 – A inversão na linguagem.

Em seguida, tem-se a interposição de séries aplicadas ao caso da linguagem. Por meio deste recurso, segundo Bergson (2007), é possível chegar a uma grande variedade de jogos linguísticos risíveis. Um dos que marcam bastante presença na página JDD, mas que é considerado de menor estima pelo autor, é o trocadilho. Ele é considerado menos interessante por apresentar duas frases separadas, exigindo do interlocutor a vontade de interpretá-las como uma só pela semelhança fonética ou de grafia, como na Figura 28.



Figura 28 – O trocadilho nada mais é do que um exemplo fraco da interposição de séries.



Figura 29 – A ambiguidade explicada como comicidade da linguagem.

Considerando como fraca a interposição de séries provocada pelo trocadilho, Bergson (2007) vê muito mais valor nos casos em que se exploram simplesmente os vários significados de uma mesma palavra, através da ambiguidade. Nestes casos,

“aproveitamos simplesmente a diversidade de sentido que uma palavra pode ter, em sua passagem do próprio ao figurado” (BERGSON, 2007, p. 90). Em todo o trabalho foi comentado que a ambiguidade auxiliava nos processos de sobreposição entre o vivo e o maquinal, mas agora considera-se que ela por si já compõe um tipo de comicidade de linguagem, embora raramente seja encontrada sozinha. Na postagem mostrada na Figura 29, a ambiguidade do termo *traços* permite compreender a mensagem de forma denotativa e conotativa, já que um irmão realmente desenhou traços no rosto do mais novo. É interessante notar que a dupla interpretação acontece somente devido à junção do texto com a imagem. Ainda assim, a imagem já seria risível antes da adição do título, devido ao fato inesperado de o bebê estar pintado, seguindo o mesmo princípio da fantasia, em que se encontra o artificial sobreposto ao natural.

Resta ser abordada a repetição como recurso para construção do risível na linguagem. Compreende-se que na repetição se encontram cenas distintas que acontecem de forma idêntica, com diferentes personagens, ou que acontecem de maneira diferente, com personagens idênticos. Assim, Bergson (2007) encontra comicidade na linguagem ao realizar o mesmo processo, ao dizer uma mesma fala em tons completamente diferentes. Porém, não é preciso que as duas versões de tal enunciado sejam explícitas, basta apenas que uma delas nos incorra por sugestão.

Bergson (2007) explica que a transposição de tons muitas vezes acontece quando é dito algo formal em tom familiar, ou o inverso. Também acontece quando o jargão profissional repete algo que é comumente dito usando termos comuns e vice-versa. Falar em um jantar de família em tom de reunião de negócios seria um exemplo cômico da repetição na linguagem, que repete o conteúdo da mensagem (personagem) alterando-se o tom (cenário). Assim surge a paródia, que sugere falar de um tema ao tratar de outro semelhante, e a ironia, que é capaz de contar a situação mais nobre com termos mundanos, ou mesmo, ao contrário, descrever a cena mais escabrosa e desonesta com as palavras mais rebuscadas. Assim, quando, através da linguagem, ressalta-se o ideal ao descrever o real, tem-se a ironia cômica, como no caso da Figura 30. O que não fica claro nessa parte do juízo do autor é que a repetição, neste caso, fica bastante distante de sua fonte, já que muito se assemelha com uma interposição de séries. A diferença principal é que na interposição de séries os dois enunciados diferentes se encontram em coincidências

de linguagem, enquanto na repetição a transposição acontece entre a linguagem ideal – apenas sugerida à mente – e a linguagem utilizada, que, caminhando paralelas, nunca se encontram.



Figura 30 – A descrição do *real* usando o tom do *ideal* cria a ironia.

Esgotadas as possibilidades de ramificação e interpretação das transposições entre maquinal e vivo que possibilitam entender o risível (BERGSON, 2007), resta juntar tudo que foi trabalhado na forma de uma análise completa de cada postagem selecionada. Considerando toda a fundamentação teórica levantada, propõe-se em seguida avaliar as postagens da página JDD buscando compreender como imagem e texto interagem ou se complementam, e se essa relação é importante ou não para criar mensagens que sejam risíveis.

4 – Análises de postagens

A partir dos conceitos relacionados com imagem, texto e riso, além das categorias enumeradas para relações entre imagem e texto e para os tipos de risível, pretende-se analisar as postagens da página JDD considerando se são ou não mensagens multimodais e se isso é um fator determinante para que sejam risíveis. Visando atingir esse objetivo, seria impossível tratar de todas as postagens da página, visto que ela é atualizada com uma média de três novas, todos os dias, desde sua criação, em setembro de 2012. Como mencionado no começo deste estudo, foram selecionadas duas amostras, uma mais abrangente para corresponder aos exemplos de categorias pesquisadas ao longo do trabalho, e outra mais específica para uma análise detalhada das postagens da página.

Considerando o período em que a página foi criada, é possível supor que a presença, bem como a participação de seguidores foi crescendo conforme ela ganhava notoriedade. A mídia social *Facebook* fornece registros da curva de crescimento dos seguidores da página, mas os dados estatísticos são reservados apenas ao administrador, que, como mencionado, respondeu as tentativas de contato em data muito próxima a de conclusão do trabalho. Porém, é possível observar que as curtidas e nas primeiras postagens aconteciam em menor quantidade. Em setembro de 2012, o número total de postagens foi de apenas 15, e o maior número de curtidas em uma postagem 38, algo pequeno comparado a meses mais recentes. Da mesma maneira, as primeiras postagens não seguiam um padrão visual e textual. A icônica caixa azul, por exemplo, não estava presente desde o começo, como constatável na Figura 31 - Diferença de estilo nas primeiras postagens., e a frase *mandem títulos* vinha no texto da postagem, e não sobre a imagem, à exemplo da Figura 32. Além disso, como observado na Figura 2, a primeira postagem encontrada explicando a mecânica da página é de 12 de novembro de 2012. Caso tenham existido outras explicações da mecânica anteriores a esta, tudo sugere que foram apagadas. Desta maneira, seja ela a primeira postagem do seu tipo, ou uma nova substituindo uma anterior, é possível inferir que a página ainda estava em processo de transformação, já que seu funcionamento ainda estava sendo definido, dois meses após sua criação. Sobre isso, Martins

respondendo ao roteiro de entrevista enviado por e-mail, afirma que “a página evolui e se reinventa constantemente. Mas nos primeiros 3 meses [de transformação], já estava bem próxima do que é hoje”(MARTINS, 2014).



Figura 31 - Diferença de estilo nas primeiras postagens.



Figura 32 – Diferença de estilo ao convidar a participação do seguidor, destacada pela seta.

Considerando que no mês de setembro foram encontradas apenas 15 postagens, e que, conforme afirma o moderador da página José Luiz Martins, a página precisou de uma média de três meses para se padronizar, foi escolhido um ponto inicial para seleção da amostra: o mês janeiro de 2013, período no qual as características analisadas por este trabalho já estavam mais estáveis e a participação dos seguidores, na forma de curtidas, comentários e compartilhamentos, estava mais constante. Como dito no Capítulo 2, sobre imagem e texto, a constância e estabilidade são essenciais para formação das características de um gênero do discurso e, diante do objetivo deste trabalho, seria contra produtivo analisar a página num período em que essas características e este gênero ainda não eram claros.

Da mesma maneira, seria desinteressante para o estudo tentar analisar postagens durante o período em que o mesmo foi feito, pois a página JDD encontra-se em constante atualização, impedindo que o trabalho acompanhe este processo em tempo real. Em postagens passadas existe maior controle para fins de análise, pois o ciclo de interações entre interlocutores encontra-se em geral encerrado. Da mesma maneira, devido ao distanciamento temporal, pode-se ter uma visão geral

mais interessante, analisando também o contexto da época de cada postagem, assim como situações ou notícias as quais se refere. Considerando que este trabalho foi iniciado no primeiro semestre de 2014, foi escolhido, retroativamente, o mês de dezembro de 2013 como limite temporal para seleção da amostra para análise, totalizando o período de um ano, de janeiro a dezembro.

Mesmo com o recorte temporal, a média de três postagens por dia faria com que fosse inviável a análise de todas as postagens deste período. Por este motivo, além do critério *tempo*, foi utilizado o critério de *popularidade*. Considerando que as curtidas nos títulos propostos por seguidores são usadas como forma de votação para escolher os melhores títulos, o mesmo critério foi aplicado às postagens completas para determinar quais são as mais interessantes, que melhor cumpriram o *Job*, segundo a votação dos seguidores. Tem-se por certo que vários fatores presentes nas postagens influenciam a votação dos seguidores, como: o *agenda-setting*; a popularidade do tema escolhido; e a quantidade de acessos da página naquele período. Estes fatores foram considerados em cada caso. Desta maneira, foram selecionadas as 10 postagens mais curtidas de cada mês, para serem usadas em todo o trabalho na forma de exemplos. Em alguns momentos, foram encontradas postagens repetidas, ou seja, a mesma imagem e título postados em mais de uma ocasião. Nestas situações, foi excluída, entre as duas, a que tivesse menos curtidas. Além disso, para as ocasiões em que o número de curtidas entre duas postagens diferentes fosse o mesmo, as duas foram mantidas. No mês de maio, três postagens empataram em 10º lugar, fazendo com que todas fossem mantidas na seleção, totalizando assim treze postagens naquele mês. Em outros meses ocorreram empates em outras posições, e não houve necessidade de selecionar mais do que 10 postagens.

No total, 123 postagens foram selecionadas para o trabalho. Destas, a postagem mais curtida de cada mês foi selecionada para análise. Poderiam existir meses em que a segunda colocada possuísse mais curtidas que a primeira de outro período, mas foi considerado importante traçar o perfil das postagens não somente por sua quantidade de curtidas, mas também pela passagem de tempo, fator decisivo para determinar a constância dos elementos analisados. Esta decisão foi tomada porque é possível que o aumento do número de curtidas de um período seja resultado simplesmente do aumento de notoriedade da página – e

consequentemente da participação dos usuários. Desta maneira, ao se escolher a imagem mais curtida de cada mês, tem-se a segurança de não considerar o crescimento da página como fator determinante em longo prazo, já que este poderia desequilibrar a amostra, fazendo com que a maioria das imagens selecionadas pertencesse a um período mais recente.

No total, foram selecionadas 12 postagens para análise, sendo cada uma a mais curtida de seu respectivo mês. No processo de análise, opta-se por começar pela imagem e pelo texto, separadamente. Caso a análise partisse diretamente para os tipos de humor, acabaria por identificar elementos da imagem e do texto por necessidade, mas sem necessariamente haver método para tal. Começando por estes dois elementos é possível identificar o que há de relevante nos dois modos de comunicação. A partir disso, a identificação da relação entre imagem e texto e dos fatores que provocam o riso torna-se mais embasada. Entre as postagens, podem existir algumas que apresentam mensagens de teor polêmico, já que buscam provocar o riso abordando temas diante dos quais a sociedade atual está sensível. Afinal, entre agendas de opinião pública, a discussão sobre os limites e responsabilidades sociais do riso tem sido recorrente. Considerando que este estudo não tem como objetivo analisar o teor moral do discurso, este fator não influi na seleção nem na análise, já que excluir postagens mais polêmicas adulteraria a amostra, prejudicando o método de análise proposto. Da mesma maneira, adentrar nas discussões questões e sociais envolvidas nas peças divergiria dos objetivos centrais desta pesquisa.

4.1 – Postagem 1



Figura 33 – Postagem mais curtida do mês de janeiro.

Começando pela imagem, é preciso encontrar seus signos principais. Entre os signos plásticos, é possível perceber tanto a iluminação, quanto as cores parecem ser tão naturais quanto possível, em um registro fotográfico. O enquadramento da foto indica preocupação em focar no personagem em primeiro plano, em detrimento do cenário. Neste último, existe predominância das cores laranja e azul no plano de fundo. Por sua vez, entre os signos icônicos é possível destacar um homem de cabelos até os ombros e barba cheia. Ele está falando ao telefone e parece vestir algum tipo de roupão. Além disso, ele está próximo a uma parede de tijolos em que uma placa de estacionamento para deficientes pode ser vista. Quanto ao contexto da imagem, é importante ressaltar que a aparência do homem lembra a forma como Jesus é comumente retratado em pinturas e desenhos, na sociedade ocidental. Considerando o contexto interno, a semelhança do homem com Jesus contrasta com o cenário e caracterização do personagem, que parece estar num ambiente moderno, e tem em suas mãos um celular.

No título, o enunciado *Mesa para 13, por favor* implica o uso do gênero secundário do discurso, em que um diálogo é simulado. Não existe balão de fala cercado o enunciado, como acontece em outros casos, mas observando a relação

com a imagem que mostra um homem ao telefone, é factível crer que o enunciado sugere o diálogo que o homem da imagem mantém ao telefone.

Considerando a mensagem multimodal formada por imagem e texto, quem vê a postagem é levado a fazer a associação de que o homem fotografado seria Jesus, ligando para pedir uma mesa para sua última ceia, em que exatos 13 homens estavam presentes. O enunciado, neste caso, usa do senso comum, fazendo referência a um evento icônico e amplamente conhecido pela sociedade ocidental, induz o leitor a selecionar os signos da imagem que contribuem para o entendimento de que o homem fotografado seria, de fato, Jesus.

Para buscar entender a que tipo de mensagem multimodal a imagem pertence, é interessante aplicar o teste de interação proposto por Bergström (2009). Isolando a imagem, é possível, entre vários significados, relacionar a aparência do homem em questão a Jesus. Ainda assim, o diálogo que ele tem ao telefone não seria dedutível. Isolando o texto, não é possível depreender do enunciado que quem o profere é Jesus, a menos que se fizessem muitas suposições. O que fica aparente, então, é que o texto presta-se a fixar um dos vários significados da imagem. Neste caso, existe a relação de ancoragem, e, de forma mais detalhada, a relação aditiva, já que o texto apenas elabora em detalhes – ao acrescentar o conteúdo do diálogo – o que a imagem já dizia. Este tipo de relação, embora acrescente detalhes, não é considerada por Bergström (2009) como subcomunicação, já que o texto adiciona, mas não é essencial para entender a mensagem de que aquele na imagem seria Jesus.

Quanto ao lado risível da postagem, vê-se que o principal fator determinante para o surgimento do riso é a repetição manifestada na forma de semelhança, já que o homem da foto possui notável similaridade à imagem que se faz de Jesus. Ainda, assim como nas comédias de situações, a repetição acontece como uma transposição, em que se repete o personagem Jesus e os acontecimentos em que ele se insere – afinal, ele pretende novamente jantar com seus 12 discípulos –, mas altera-se o contexto em que os acontecimentos se dão. Neste caso, a história do personagem é transposta para outro cenário, o do mundo moderno, em que até mesmo o celular já foi inventado. O enunciado contribui para a interpretação de que o personagem parece bem adaptado ao uso do aparelho e aos tempos recentes, já

que conversa naturalmente pelo celular e, seguindo os costumes desta época, reserva uma mesa para jantar, possivelmente ciente de que um grande grupo de pessoas exigiria uma reserva. A naturalidade com que o tom é transposto de uma situação original para a situação repetida contribui para a conciliação entre coincidência e naturalidade que potencializa o riso.

Assim, é possível perceber que a imagem já era risível por si só, e, neste caso, o título se dispõe a contribuir para o potencial do risível. Deixando clara a comparação com Jesus, o título garante que o riso aconteça. Além disso, sem o enunciado não existiria a repetição de uma situação em outro tom, mas apenas a semelhança por si só, e assim a coincidência seria mais artificial e menos risível. Compreende-se que, no caso em que a relação é específica de imagem, o texto apenas potencializa a possibilidade de rir-se, tornando mais evidente um riso que, quando não manifestado, estava no mínimo latente.

O contexto externo da imagem não parece trazer à mente nenhuma situação específica do senso comum ou da história, fazendo com que cada interlocutor tire suas conclusões a partir do contexto pessoal que usa para interpretar a imagem. Já o contexto interno da imagem sugere um conflito grande, uma vez que não é esperado que um leão, animal selvagem, esteja deitado dentro de uma casa com tamanha naturalidade, como se fosse um gato qualquer. Esse contraste interno de quebra de expectativa, por si só, já gera interesse na mensagem, conforme afirma Bergström (2009), e sugere que esse foi um fator importante na sua escolha.

Voltando a atenção para o enunciado, percebe-se que ele está no gênero secundário do discurso, já que o tempo verbal no pretérito e o conteúdo da mensagem sugerem que ele serve para contar um fato ocorrido, uma história. Considerando que a história não é real e foi criada para satisfazer as intenções do título, nota-se a elaboração que é característica do gênero secundário. O fato de a imagem já apresentar características de antiga contribui, fazendo com que mensagem como um todo simule a narrativa de um fato ocorrido. Ao mesmo tempo, o autor do enunciado utiliza léxicos específicos para criar uma mensagem ambígua. Primeiramente nota-se que a expressão *pisou na bola* é usada, em um primeiro sentido, indicando que ela pisou nos testículos do leão, e também em outro, significando que a personagem vacilou, não agiu como deveria. Porém, não somente essa expressão é ambígua, toda a frase acompanha a duplicidade de significados. Pode-se interpretar que ela *era* legal, e sua descrição está no pretérito porque já faleceu, vítima de um ataque do leão, após pisar em seus testículos. Ou, ainda, pode-se entender que ela *era* legal, mas depois que pisou na bola, ou seja, não agiu como esperado, deixou de ser, segundo a opinião do interlocutor.

A imagem por si só já apresenta um certo aspecto cômico, projetado na mente de quem lê ao imaginar a possibilidade da mulher acordar acidentalmente o leão. Esse caráter acidental remete a uma das formas mais simples de comicidade, a da distração, que como no caso da pessoa que tropeça e cai, é cômica pela falta de adaptação a situação. Além disso, a ambiguidade torna fácil a procura pelo fator de comicidade na peça. A partir de uma interposição de séries, são criadas coincidências entre duas histórias diferentes, que embora descritas pela mesma frase, trazendo assim naturalidade para a interposição, contam fatos completamente distintos. Esse vai e vem entre naturalidade e coincidência artificial tem grande

poder de tornar a mensagem risível. Além do mais, a ambiguidade se apresenta entre uma interpretação conotativa e uma denotativa do texto, que faz alusão à sobreposição do corporal ao espiritual de maneira subjetiva – encaixando-se na comicidade de linguagem que infere a confusão entre denotativo e conotativo – e também de maneira explícita – ao rir da situação em cena, envolvendo os testículos do leão.

Considerando o título como mensagem isolada, é perceptível que a ambiguidade praticamente some, já que nada indica que se deveria interpretar o enunciado no sentido literal. A imagem, por sua vez, poderia ser interpretada pelo sentido literal, mas sem a ajuda do texto não apresentaria o sentido figurado. Caso não existisse o riso como fator, poder-se-ia interpretar a interação entre imagem e texto como sendo *específica de imagem*, já que o título funcionaria mais como uma legenda, elaborando em detalhes – como o nome da personagem – o que a imagem já era capaz de mostrar. Porém, visto que se interpreta a mensagem multimodal considerando o riso como fator decisivo na mensagem, fica claro se tratar de uma relação de interdependência e de uma comunicação rica, visto que nem a imagem nem o texto seriam potencialmente risíveis quando sozinhos.

4.3 – Postagem 3



Figura 35 – Postagem mais curtida do mês de março.

Começando pelos signos plásticos, a postagem da Figura 35 também se trata de uma fotografia. Posto que o mesmo acontece com todas as postagens da seleção, esta observação será omitida nas próximas postagens. É escolhido o plano próximo, em que um personagem central recebe mais destaque na imagem do que o cenário e outros personagens, que estão desfocados. A iluminação não é muito diferente da natural, e as cores da fotografia como um todo priorizam tons frios. Na imagem percebe-se, em primeiro plano, uma mulher falando ao celular, com uma grande panela na cabeça. Ao fundo vê-se uma mulher sentada e duas crianças com um adulto em pé. Sobre o contexto da imagem, o jeito de se vestir das mulheres lembram roupas características da cultura indiana, composto por véus, padrões, tranças, além da maquiagem na forma de um ponto vermelho entre as sobrancelhas, que na cultura indiana se chama *Bindi*.

O título, ao ser adicionado, também passou por escolhas plásticas de diagramação e disposição. Ele é colocado numa caixa em formato de balão de fala, deixando claro se tratar de uma elaboração de um discurso por parte do autor. O enunciado sugere que a personagem falando ao celular está prestes a levar um tiro. Quando associado à imagem da mulher com um ponto vermelho no meio da testa, o

leitor é levado a completar o raciocínio inferindo que o ponto vermelho não se trata de maquiagem, mas sim de uma mira a *laser* usada por um atirador a distância. A participação do leitor, completando mentalmente o sentido da mensagem, indica que se trata de um processo de subcomunicação. O enunciado diz o mínimo possível, envolvendo o leitor na busca do significado, e conseqüentemente, criando uma comunicação rica.

O riso novamente se apresenta na forma de uma interposição de séries. Isto porque o enunciado promove uma interpretação da imagem de uma maneira até então não esperada, criando assim uma nova história. Não existe o recurso da ambigüidade no texto, mas o ponto vermelho na testa da personagem passa a ser ambíguo. Antes do texto, significava apenas uma maquiagem, mas sua reinterpretção como uma mira a laser o torna risível por conter duas situações em uma só: aquela esperada pela mente e aquela concretizada pela mensagem multimodal. Além disso, ao reinterpretar a maquiagem, o enunciado acorda o leitor para a estranheza da mesma. Se o costume leva o leitor a ver o ponto vermelho como um acessório normal para aquela cultura, induzido pelo texto, passa a encontrar o risível na sobreposição do artificial ao real, semelhante ao que acontece nas fantasias como vestimenta.

Desta maneira, seria possível dizer que a imagem apenas ilustra o texto, elaborando em detalhes – como o gênero do personagem, como se veste etc. – a história contada pelo título. Já o texto não poderia ser visto como uma legenda da imagem porque não apenas adiciona detalhes, mas conta uma história que a imagem por si só não mostra. Não fosse o fato de o riso existir apenas quando os dois modos estão unidos, seria cabível afirmar que se trata de uma relação *específica de palavras*. Porém, como já visto, existe um processo de subcomunicação capaz de produzir o riso, processo este pertencente à relação *interdependente*, na qual texto e imagem, mais do que interagir, complementam-se.

4.4 – Postagem 4



Figura 36 – Postagem mais curtida do mês de abril.

Na postagem mais curtida do mês de Abril, tem-se o enquadramento em plano geral médio, que mostra o ambiente completo, mas de maneira próxima. Existe predominância da cor amarela. Entre os signos da imagem, pode-se observar dois carros estacionados, sendo uma Ferrari e um Fusca, um ao lado do outro, em vagas pintadas de azul. Percebe-se um contraste no contexto interno da imagem, já que se encontram lado a lado um carro que custa mais de um milhão, e outro que não vale mais do que alguns milhares, formando praticamente uma comparação visual, semelhante a um jogo dos sete erros. Ao fundo, existe uma mulher sentada e outra em pé passando. Os dois veículos estão estacionados em frente a um comércio. Na mensagem linguística da imagem, observa-se as placas de uma lotérica chamada *Século XXI*, de uma lavanderia chamada *5àSec*, e de uma sapataria chamada *Futuro*. É interessante notar que a lotérica, cuja simbologia remete a riqueza, encontra-se na metade da foto associada à Ferrari, enquanto a placa da sapataria, feita à mão, remetendo a simplicidade e pobreza, está no lado direito, próxima ao fusca.

Localizado no centro, entre os dois carros, o título se dispõe na forma de dois nomes. Como visto no capítulo 2, mesmo que se tratasse apenas de uma palavra, poderia ser considerado um enunciado. Os dois nomes, quando aproximados pela mente, evocam a personalidade Eike Batista, empresário brasileiro conhecido por sua fortuna, pelo menos naquele momento. Porém, ao separá-los pela conjunção aditiva e, o título mantém o primeiro nome como sendo o da personalidade, mas usa o segundo como um sobrenome genérico. Por meio do senso comum, associado à disposição do nome *Batista* próximo ao fusca, o leitor é influenciado a lembrar-se da origem popular deste nome, bastante comum na população brasileira. Além disso, no contexto bíblico, é um nome que lembra simplicidade e humildade. Assim, dada a disposição, cria-se a ideia de que Eike, com sua fortuna, seria o dono da Ferrari, enquanto algum Batista qualquer seria provavelmente o dono do fusca.

Desta vez, o risível aparece em mais de uma forma. Primeiramente, percebe-se a repetição na imagem. Considerando o objeto *veículo amarelo*, tem-se a repetição dele em outra variante. Mantém-se cor, mas muda-se o modelo e conseqüentemente a classe social. É um processo de transposição de tons, em que se repete, nesse caso, o personagem carro. Outra forma de risível encontrada é a interposição de séries. Neste caso, tem-se uma série visual formada por dois carros em contraste de valor, e, acompanhando o paralelismo, no enunciado, leem-se dois nomes em contraste de *status* social. Além disso, o uso destes dois nomes acontece na forma de um trocadilho, recurso da comicidade de linguagem tipicamente presente nas interposições de séries. Não tão interessante quanto a ambigüidade pura, este trocadilho, ainda assim, é risível, já que mexe pouco na estrutura da linguagem.

Novamente, tanto imagem, quanto texto não passam a mesma mensagem quando isolados. A imagem, por si só, já tem um aspecto levemente risível, mas sem a mesma força dos dois unidos. O texto, quando lido sozinho, não passa a mesma ideia, já que necessita da imagem para criar a coincidência entre séries. Seria cabível supor que o texto funciona como legenda da imagem, apenas especificando como se chamam os donos de cada carro. Porém, isso não seria suficiente para entender a mensagem como um todo. Mais uma vez, chega-se à constatação de que o aspecto risível faz com que a mensagem multimodal seja considerada

interdependente e, conseqüentemente, uma mensagem rica, visto que a complementaridade entre texto e imagem é crucial para fazer surgir o riso.

4.5 – Postagem 5



Figura 37 – Postagem mais curtida do mês de maio.

Na quinta postagem selecionada, imagina-se que a fotografia da imagem seja de cunho jornalístico, registrando um momento de treino de Neymar, famoso jogador de futebol. O enquadramento dos dois personagens é feito em primeiro plano, dando quase nenhuma atenção ao ambiente atrás. As cores são predominantemente quentes, mas não provocam afetação no registro fotográfico. É perceptível outro personagem além de Neymar e, a julgar por seu uniforme, trata-se de um preparador da equipe técnica da seleção brasileira. No seu uniforme percebe-se parte do símbolo da CBF e parte da logo da empresa de telefonia Vivo, patrocinadora da seleção, até o momento deste estudo. Ele parece fazer algo com as duas mãos, nas costas do jogador, enquanto este está posicionado quase de frente para o fotógrafo.

O título, por sua vez, foi acrescentado à imagem dentro de um balão de fala, caracterizando que o enunciado está no gênero secundário do discurso. O balão

aponta para o personagem que cuida de Neymar e o conteúdo do enunciado indica qual era a ação feita por ele, nas costas do jogador. Ao dizer que o personagem não vai mais cair, pois foi retirado de suas costas o *chip* da empresa de telefonia TIM, o enunciado reúne dois contextos diversos, porém semelhantes. Um deles, já poderia ser inferido pela imagem: a noção advinda do senso comum de que Neymar é um jogador que sempre cai muito em campo, ora por ter sido derrubado durante o jogo, ora por fingir ter sido. O outro contexto não seria facilmente imaginado sem a ajuda do texto, já que a imagem não remete, de maneira lógica, à empresa TIM, a não ser pela presença da logo de sua concorrente no uniforme do segundo personagem. Este segundo contexto remete ao fato de a empresa ter se tornado famosa em 2013, por sua má qualidade de serviço, liderando, nesse ano, o número de reclamações. Ela era constantemente associada, na época, com problemas de queda de sinal, sendo motivo de investigação pela agência reguladora Anatel, que considerou possível que a empresa derrubasse ligações de propósito. Assim, é feita uma comparação entre o jogador e a empresa, insinuando que um *chip* da Tim em suas costas seria responsável por suas quedas frequentes.

A postagem na Figura 37 possui muitas formas diferentes de construção do risível. Como recursos básicos, são apresentados dois defeitos de personalidade repetitivos, sendo um deles o vício do jogador Neymar, sempre cair, e o outro, o vício da empresa Tim cujas ligações também sempre caem. Somando-se a isso, existe a comparação implícita do jogador com um celular. O segundo personagem diz tirar um *chip* de suas costas, mesma posição em que o objeto comumente se localiza nos aparelhos telefônicos. Esta comparação remete à sobreposição do natural ao maquinal, em que são apontadas semelhanças entre o ser humano e a coisa, seja ela qual for. Reunindo o conjunto, tem-se a interposição de séries, em que o ato de cair é uma coincidência entre duas histórias diferentes, a do jogador e a das ligações da empresa. Estas duas histórias diferentes são reunidas em uma só, desta vez não pela coincidência de significados, mas pela coincidência de estereótipos.

Quanto à relação entre imagem e texto, nessa postagem fica impossível dissociar os dois. Mesmo que o riso não fosse levado em consideração, a mensagem formada pela união dos dois modos se desmancha quando estes são

lidos separadamente, indicando claramente se tratar de uma relação de interdependência entre imagem e texto.

Neste ponto da análise, é interessante notar que a postagem é a mais curtida do ano até então, tendo no total 664. Este número algo próximo do dobro de curtidas em relação às postagens selecionadas dos quatro meses anteriores, cuja média aritmética das curtidas equivale a 333. Podem-se inferir vários motivos para que isso aconteça. Um deles seria a popularidade dos personagens representados. Ao tratar de um tema – e contexto – com o qual os leitores se identificam, a postagem teria rendido mais participações e envolvimento dos seguidores da página. Afinal, na época da postagem, a agenda pública já começava a debater os assuntos da Copa das Confederações, que se iniciaria quinze dias depois. Além disso, a presença do risíveis, se manifestando em mais de uma maneira, pode ter contribuído para a mensagem multimodal ser considerada a mais criativa até então, rendendo a aprovação de um número maior de seguidores. Além disso, é possível responsabilizar também o fato de a postagem ser a primeira entre as analisadas a ser considerada interdependente sob qualquer ótica, não importando se é retirado da equação o fator do riso. Isso tornaria a mensagem a mais rica em comunicação até então, e conseqüentemente uma das postagens mais interessantes.

4.6 – Postagem 6



Figura 38 – Postagem mais curtida do mês de junho.

Na parte da postagem pela imagem, percebe-se, mais uma vez, o enquadramento em plano próximo, em que o personagem em foco tem mais destaque, enquanto o fundo e o resto do ambiente perdem importância. A fotografia tem, em suas cores, uma temperatura fria, voltada para tons azulados e de pouca saturação. Isso confere à imagem um tom melancólico, levemente sombrio. Em destaque está um homem negro carregando uma enorme quantidade de cédulas monetárias, que, pelos poucos detalhes visíveis, não parece ser o Real. As cédulas estão amarradas em conjuntos e empilhadas entre os braços do homem. Sobre este, percebe-se principalmente sua expressão franzida e sua camisa branca simples. O pequeno detalhe em concreto à sua frente, somado ao seu olhar, indica que está descendo uma escada, próximo a uma parede de tijolos que se encontra ao fundo. Embora não tenha sido encontrada em nenhuma fonte com credibilidade, uma busca pela internet sugere que a fotografia foi registrada no Zimbábue, onde a inflação tomou proporções extraordinárias, fazendo com que as pessoas andem com pilhas de dinheiro para fazer compras simples.

O título, por sua vez, é colocado como uma explicação da ação do personagem e do motivo para ele carregar tanto dinheiro. Assim, com o enunciado,

sugere que essa seria a quantia necessária para pagar a passagem de ônibus daqui a mais ou menos 40 anos. Porém, essa afirmação é completamente compreendida somente quando considerada a época e o contexto em que foi emitida. A postagem analisada na Figura 38 foi feita em junho de 2013, mês marcado pelas manifestações em todo Brasil, cuja origem foi os protestos contra o aumento da passagem de ônibus, em São Paulo, e a influência de protestos semelhantes em outras partes do mundo, como em Istambul. Tendo isso em mente fica muito mais fácil compreender a progressão sugerida pelo título, implicitamente argumentando que, se as passagens já eram caras em 2013, imagine então como serão no ano de 2050.

Ao se separar as partes, nem imagem nem texto contam o todo da mensagem multimodal. Sem o modo textual é impossível inferir que aquele homem está indo pegar um ônibus, fato determinado para a mensagem, e sem o modo visual, o leitor também não poderia imaginar que em 2050 a passagem seria tão cara. Assim se apresenta a relação de *interdependência*, em que é necessário um envolvimento do leitor, a fim de conectar os dois modos e compreender a mensagem rica que é passada.

Já o risível é construído pelo exagero criado com a adição do título ao texto. Porém, como apontado, o exagero, por si só, não é motivo para o riso, mas sim uma ferramenta que o ajuda a surgir. O fator determinante para o riso, neste caso, é a comicidade de linguagem caracterizada pela repetição em outro tom. Usa-se a ironia em maneira semelhante à da figura Figura 30, em que uma situação não ideal é descrita com naturalidade, sem que seus defeitos sejam apontados. O exagero serve para criar contraste de tons entre a situação original que existe apenas em pensamento – de uma pessoa pagando um valor aceitável pelo ônibus – e a situação exagerada apresentada, em que somente uma quantia enorme de dinheiro permitiria a entrada em um ônibus no futuro.

Nesta última postagem, vê-se novamente um aumento significativo no número de curtidas. Isso colabora para a afirmação de que a popularidade do tema proposto contribui para o engajamento dos seguidores, visto que o riso gira em torno de um tema pautado pela mídia naquele mês, e que já era central na vida de muitos indivíduos mesmo sem o fenômeno do agenda-setting, permeando a agenda pública

com bastante intensidade, como acontece também nos exemplos das Figuras 9, e 23. Na realidade, entre as dez postagens selecionadas do mês de junho, sete fazem referência ao tema das manifestações que ocorreram, e cinco delas são as primeiras colocadas naquele mês. Além disso, novamente tem-se uma mensagem que é interdependente, considerando-se ou não o aspecto do riso. Essa percepção contribui para compreender melhor quais postagens são consideradas as mais interessantes pelos seguidores e, conseqüentemente, as mais risíveis. Neste contexto, é interessante ver que o riso toma seu papel de desafio à autoridade. Afinal, ao ironizar uma situação que gera indignação e protestos por todo o país, a mensagem evoca o riso como supressor do medo e da repressão. Assim, o riso vem para buscar a liberdade e a verdade ocultada por sistemas de poder, de forma semelhante àquela recorrente na Idade Média.

4.7 – Postagem 7



Figura 39 – Postagem mais curtida do mês de julho.

No caso da Figura 39, o enquadramento novamente se manifesta no plano próximo, em que os personagens têm grande destaque, enquanto o ambiente, quase nenhum. A iluminação do ambiente possui pouco volume e as cores possuem pouca saturação, fazendo com que o tom da imagem fique esbranquiçado, lembrando a aparência de uma fotografia tirada com *flash*, o que sugere que originalmente se tratava de um ambiente escuro. Na imagem estão presentes duas personalidades famosas, Luciano Huck e Pelé. Ambos estão dormindo no que parecem ser cadeiras de um ônibus ou avião. Huck está vestindo agasalho cinza e uma camisa verde, e os dois estão cobertos pelo mesmo cobertor xadrez. Pelé sorri enquanto dorme com a cabeça deitada no ombro de Huck. Nas cadeiras pode-se ler a mensagem *bem-vindo* bordada. Embora ambos sejam famosos, a situação não remete a nenhum acontecimento específico do senso comum. Porém, considerando o contexto interno da imagem, é possível estranhar a intimidade com que as duas personalidades dormem, dividindo o mesmo cobertor e com as cabeças encostadas uma na outra.

O enunciado simula a manchete de um jornal, com a fórmula fixa comum a jornais de antigamente, tendo o dizer *Extra! Extra!* antecedendo a notícia. Tal notícia

quebra a expectativa de quem vê a imagem, afirmando que aquele não seria Pelé, mas sim a esposa de Luciano Huck, Angélica, cuja famosa pinta na perna teria se espalhado pelo corpo inteiro. Uma situação de tal transformação corporal seria sem precedentes, o que pode explicar a escolha por simular uma notícia alarmante. Partindo da premissa de que as duas personalidades da foto compartilham um momento muito íntimo, o autor do título insinua que aquele não poderia ser Pelé, mas Angélica acometida por uma grave transformação.

Neste caso, segundo as categorias elaboradas por Bergson (2007), o risível está presente de três maneiras. A primeira, identificada somente pela imagem, remete a contraposição entre corporal e moral. Na imagem, o respeito às personalidades Huck e Pelé dá lugar ao riso quando se percebe a sobreposição da necessidade do corpo – dormir juntos – à necessidade da alma – aparecer de maneira respeitosa na fotografia. A segunda também implica o riso nas formas, em que o corporal se sobrepõe à alma, mas aparece apenas quando o texto é levado em consideração. Ao dizer que a mancha que Angélica tem na perna se espalhou por todo corpo, o enunciado simula em nossa mente o mesmo processo da caricatura, que busca exagerar características para revelar o cômico nas feições. Enquanto algumas pessoas têm narizes que parecem ter se distraído e continuado a crescer, o mesmo valeria então para pinta de Angélica. O terceiro tipo de risível seria novamente a interposição e séries, já que, ao reinterpretar a aparência de Pelé como sendo a de Angélica transformada, o título cria uma nova história que convive em coincidência com aquela mais óbvia já presente na imagem. Neste caso, deve ser considerado o contexto da mensagem, pois esta pode ser entendida por alguns como uma piada de cunho racista. Como dito, não cabe a este trabalho fazer este tipo de análise, inicialmente, porque, de acordo com comentário de Martins, o espaço da página constitui uma “oportunidade de criar títulos sem as amarras do briefing e do politicamente correto” (MARTINS, 2014). Em seguida, considerando que a postagem foi de fato a mais curtida do mês de julho, busca-se compreender o porquê disso. O que talvez possa se considerar é que a postagem seria tecnicamente risível, mas numa situação em que o contexto traz seriedade e preocupação, evocando sentimentos na interpretação da mensagem, ela pode deixar de ser.

Quanto ao aspecto multimodal da postagem, mais uma vez percebe-se que nem texto, nem imagem passam a ideia sozinha. A imagem dificilmente seria interpretada da maneira como é sem a subversão de contexto trazida pelo texto, e este não teria o que subverter sem a presença da imagem. Os dois unidos possuem uma relação de interdependência, típica da comunicação rica, e somente assim existem os aspectos que caracterizam o risível.

4.8 – Postagem 8



Figura 40 – Postagem mais curtida do mês de agosto.

Observando a Figura 40, tem-se uma das poucas imagens fotográficas que parece não cumprir somente a função de registro. A imagem possui enquadramento em plano americano, o qual mostra a personagem dos joelhos para cima. Não existe um ambiente, apenas um fundo em degradê, de tons de cinza, o que sugere que a foto foi tirada em estúdio. Colaboram com essa ideia os efeitos fortes de volume e de iluminação presentes, além do contexto da imagem. Trata-se de uma fotografia da personalidade Preta Gil, tirada para um ensaio publicitário da loja de vestuário C&A. Buscando identificar os signos icônicos da imagem, percebe-se que Preta Gil usa um *short* jeans curto e uma blusa preta com padrões discretos, além de um colar de pedras pretas no pescoço. Seus cabelos estão ao vento, e suas feições e pose indicam estar posando da maneira que é típica às modelos.

É notável que Preta Gil parece ter sua anatomia distorcida. Seus ombros estão desalinhados, seu tronco parece se desviar para a esquerda de quem vê a imagem e seus trapézios estão protuberantes, como se não houvesse pescoço.

Buscando entender o contexto da época em que foi lançada, descobre-se tratar de uma imagem com bastante repercussão na internet. Isso porque foi considerada, por muitos usuários da rede, uma imagem adulterada pelo *software* Photoshop. Muitos divulgavam a imagem na internet brincando com o *slogan* da marca C&A, *abuse e use*, dizendo que não se deveria abusar tanto assim da ferramenta de edição. O fato virou notícia, e a marca chegou a fazer uma declaração pública explicando que a imagem não possuía excessos de edição, e a estranheza visual era causada por um ângulo infortuno, que dava a ilusão de distorções no corpo de Preta Gil.

Pela primeira vez, na amostra selecionada para análise, o enunciado não está contido na caixa de texto azul, típica da página JDD. Nesta postagem, ele toma a forma simulada da logo C&A, imitando suas características visuais, embora traga outra mensagem. A ambiguidade na sonoridade da sigla simula a pronúncia da palavra *feia*, muito provavelmente se referindo à imagem de Preta Gil na foto.

A relação entre imagem e texto, neste caso, não acontece da forma mais rica possível. O texto sozinho – na forma do logotipo – não parece contar o mesmo que a mensagem completa. Já a imagem, dependendo da interpretação do leitor, seria capaz de passar a mesma mensagem: Preta Gil, devido às distorções, está, de fato, feia na fotografia em questão. É preciso olhar para o lado risível da imagem para tentar perceber se isso muda a percepção da relação entre os modos da mensagem.

Partindo então para o aspecto cômico da postagem, tem-se como característica mais óbvia a comicidade das formas, ligada ao confronto entre corpo e alma. Neste caso, a matéria se estica e distorce sem flexibilidade, de forma contrária àquela desejada pela alma. Embora a distorção seja apenas fabricada, pouco difere de uma caricatura e produz, na mente de quem vê, a mesma imagem do artificial a sobrepor o natural. Essa parte cômica se encontra apenas na imagem e o texto usa de outro recurso para fazer rir. Como já se sabe, o trocadilho é uma das manifestações da interposição de séries, mas pode funcionar mesmo sem a imagem, como uma paródia da marca C&A. Por sua vez, o aspecto de logotipo alude à repetição em outro tom, já que todas as características da marca C&A persistem, e apenas o nome é mudado, como numa situação que se repete em todos os detalhes, mas com outro personagem.

Na postagem, nem sob a ótica do riso os modos da mensagem podem ser vistos como complementares, já que a imagem é risível por si só e o texto nada mais faz do que reforçar esse riso, ao brincar com seu contexto, sem, contudo, alterar a origem do riso. Desta maneira, conclui-se que a relação entre texto e imagem na mensagem seria de caráter específico de imagem, em que o texto acrescenta muito pouco ao que já podia ser compreendido pela imagem sozinha.

4.9 – Postagem 9



Figura 41 – Postagem mais curtida do mês de setembro.

A postagem representada na Figura 41 possui alguns signos plásticos mais relevantes. O enquadramento da imagem está em *close*, já que somente uma pequena parte da zebra está visível, enquanto existe um pássaro visto de perto, como figura principal da cena. O ambiente no fundo encontra-se desfocado. As cores da imagem são vivas e voltadas principalmente para o amarelo, o branco e o preto. Entre os signos icônicos presentes na fotografia, percebe-se a parte traseira de uma zebra, com o rabo levantado e um pequeno pássaro pousado abaixo de seu rabo, com o bico aberto. Ao fundo, um campo de vegetação rasteira e dourada. A imagem não parece remeter a nenhum contexto externo específico, mas, provavelmente, faz parte de algum trabalho fotográfico focado na vida selvagem. O contexto interno chama atenção por mostrar a localização inesperada do pássaro pousado na zebra, fato que, por si só, já torna a imagem mais interessante.

Voltando a atenção para o enunciado, percebe-se que este surge em tom de legenda dos acontecimentos narrados visualmente. Simulando uma narração da vida animal, o título nomeia o pássaro como um João de Barro, e, usando o recurso da ambiguidade, brinca com os significados da palavra barro, que seria tanto o

material de construção de seu ninho, quanto as fezes que possivelmente viriam do rabo da zebra. Além disso, o título utiliza fórmula fixa e fala de um desejo marcante no senso comum brasileiro, que seria conseguir a casa própria. Normalmente, a frase é utilizada em contextos de financiamento, venda imobiliária, programas de auxílio, sempre se referindo ao imóvel nestes termos, em que é preciso esperar a entrega do tão sonhado bem.

Tendo notado a ambiguidade presente no texto, fica claro que a mensagem tem como tipo de risível a interposição de séries, que, fazendo jogo de palavras com o léxico *barro*, cria uma duplicidade de histórias entre o significado denotativo e o conotativo da palavra. Além disso, a própria imagem já possui aspecto risível no que diz respeito à contraposição entre corporal e moral, já que o pássaro se encontra debaixo do rabo da zebra, em situação grotesca e escatológica. Também é possível perceber o risível na comparação da atitude do animal com a atitude humana. Como visto nos pensamentos de Bergson (2001), não existe riso naquilo que não é propriamente humano. Ri-se, por exemplo, de um animal, quando se vê nele características humanas. Basicamente, é o caminho inverso da comparação do ser humano com a coisa. Aqui tem-se então, a comparação da coisa com o ser humano. A sobreposição o entre maquinal e vivo se mantém, invertendo-se apenas a direção da comparação. Quando o pássaro é visto tendo uma atitude tão humana quanto sonhar com a casa própria, tem-se assim mais um motivo para rir.

O texto da postagem é responsável tanto pela ambiguidade, quanto pela comparação da ação do animal com as ações humanas, mas ainda assim não faria sentido quando isolado do restante da mensagem. Sem a imagem do pássaro sob o rabo da zebra não seria possível inferir dois significados para a palavra barro e a comparação do animal perderia força, visto que a imagem ajuda a perceber a ironia de tal comparação. Assim, embora o texto tenha aparência de legenda, traz novos significados para a mensagem que nenhum dos modos poderia passar sozinho. Também se vê, nesta postagem, que a relação entre texto e imagem é de *interdependência*, sob a ótica do risível ou não, já que é preciso que o leitor complete a relação entre imagem e texto e compreenda a mensagem como um todo, característica marcante do processo de subcomunicação.

imagem bastante interessante, mas é preciso verificar em que o título contribui para que a mensagem como um todo seja risível.

Outra vez tem-se o título colocado dentro da forma de um balão, indicando que a fala pertence à professora da imagem. Com um enunciado no imperativo, o balão de fala reutiliza-se de dizeres advindos do senso comum, já que as broncas de professores e professoras estão presentes no imaginário coletivo. Para evocar este imaginário, o léxico *coleguinha* se torna essencial. Também, lembrando-se de suas próprias experiências como estudante, é provável que o leitor se identifique com a situação de baderna de uma sala de aula – mesmo que nunca tivesse participado da bagunça – em que o professor ou a professora tiveram que tomar as rédeas da situação, brigando com turma. A fala da professora fica ainda mais verossímil, visto que existe um paralelismo visual entre a situação dela em sala de aula e na manifestação, agindo como autoridade frente a várias outras pessoas, que no caso da sala de aula, seriam crianças, e, no contexto da foto, policiais. Existe ainda ambiguidade na palavra *borracha*, que remete tanto a uma situação imaginária da professora em sala de aula, quanto à situação de manifestação visível na foto, na qual se tem como conhecimento comum o fato de policiais usarem balas de borracha para controlar a população.

Nesta postagem, mais uma vez, encontram-se disparidades, dependendo da ótica sob a qual se analisa a relação entre imagem e texto. A imagem já passa a impressão de que a professora briga com os policiais e, assim, o texto vem a corroborar com esta mensagem. Por sua vez, quando isolado, o texto não oferece o contexto da professora num embate contra policiais, e, dessa forma, parece apenas complementar o que a imagem já mostra. Porém, a ambiguidade e insinuação de que a cena se assemelha à de uma sala de aula é algo que é conseguido somente quando imagem e texto estão juntos, além de ser algo essencial para a construção da comicidade da mensagem.

O risível na postagem está presente de três maneiras principais. Primeiramente, percebe-se exclusivamente na imagem o caráter de inversão, já que visivelmente são os vários policiais que parecem estar sendo reprimidos, e não única manifestante, numa clara inversão de papéis. Outra maneira seria o próprio estereótipo do professor, já que a personalidade do indivíduo é tomada pela força

maior da profissão que ele exerce, tornando suas ações viciadas e repetitivas, uma vez que mesmo diante de um batalhão policial a professora não se conteria em dar bronca em todos presentes. A última forma de risível acontece por duas interposições de séries. Uma aponta as coincidências entre duas histórias. A primeira, registrada pela fotografia e contida no imaginário coletivo, remete a uma sala de aula cheia de alunos baderneiros. A outra está mais relacionada à comicidade de linguagem e se apresenta na palavra *borracha*, que é usada como sinônimo de bala de borracha e também com o significado de borracha escolar. A escolha desta palavra é essencial para criar a coincidência entre as duas séries evocadas pelo enunciado.

Considerando que o risível provocado pela interação entre imagem e texto não existe quando cada modo se encontra isolado – restando apenas aquele provocado pela própria imagem –, é correto afirmar que a relação entre imagem e texto, mais uma vez, refere-se à *interdependência*, em que somente juntos os dois modos conseguem passar a mensagem completa, complementando-se em significados.

4.11 – Postagem 11



Figura 43 – Postagem mais curtida do mês de novembro.

Ao buscar identificar os signos plásticos presentes na postagem de número 11, percebe-se primeiramente que, a exemplo da postagem anterior, esta também está enquadrada em plano geral médio. O enquadramento não é o suficiente para ver todo o ambiente, mas é amplo o bastante para que todos os personagens e suas ações apareçam de corpo inteiro. As cores da fotografia estão lavadas, em tom levemente sépia, e a iluminação parece fraca, o que pode ser justificado pelo céu nublado na imagem. Entre os signos icônicos identificáveis, vê-se um homem com os braços levantados, vestindo apenas uma camiseta sem mangas e uma cueca, ou *short* muito curto, ambos brancos. Em sua perna, um cachorro da raça *yorkshire* encontra-se agarrado, como é típico dos cães quando tentam cruzar. No alto, percebe-se um bebê *voando*, por assim dizer, provavelmente após ser arremessado pelo pai. O bebê na fotografia está rindo e vestindo apenas uma fralda, tênis e meias compridas. No ambiente é notável um gramado, um muro de tijolos, e, ao fundo, uma casa de dois andares, branca, com uma janela no segundo andar. Em comparação, percebe-se que o bebê parece estar quase na altura do teto da casa de dois andares.

O contexto externo da imagem não se refere a uma situação ou história específica, mas possivelmente remete às situações de brincadeira entre pais e filhos no geral, em que é comum se jogar o filho para cima, com intuito de diverti-lo. O contexto interno da imagem provoca grande interesse, considerando quão inusitada a cena disposta é. Tem-se primeiramente uma fotografia nada usual de um cachorro tentando cruzar com a perna do homem, e tal ação não poderia acontecer em momento mais inoportuno, já que o pai acaba de jogar seu filho para cima, a uma altura igualmente incomum, por colocar o em risco a segurança do bebê.

O título disposto na caixa azul parece simular o discurso das manchetes de jornal, ao manter o tempo verbal no presente, mesmo tratando-se de uma imagem visivelmente antiga. Essa semelhança com o discurso jornalístico parece ser usada para passar a ideia de que a situação é alarmante. Visto a forma como enunciado reinterpreta a narrativa da imagem, fica claro que a semelhança serve para ressaltar o quão inusitada a mensagem como um todo é, por tratar de uma notícia envolvendo abdução alienígena cujo herói é um cachorro. Brincando com a altura desproporcional com que o filho é jogado, o enunciado dá a entender que na verdade ele estava sendo levado por algum tipo de nave espacial, situação reconhecida no senso comum da ficção, em que um personagem é sugado para o alto, em direção à nave alienígena. Da mesma maneira, a forma com que o cachorro se agarra à perna do homem é completamente reinterpretada, dando a entender que ele está impedindo o dono de ser sugado também, ao segurá-lo pela perna.

Caso quem lesse a postagem, devido a seu próprio contexto e costumes, desse preferência à mensagem contida no texto, interpretaria rapidamente que a imagem não passa de uma ilustração do que está escrito. Vendo o enunciado como principal, a imagem realmente parece não acrescentar mais do que detalhes à cena já descrita no texto. Porém, considerando que é difícil crer na veracidade do enunciado, é de se supor que a maioria dos leitores rapidamente perceberia os conflitos de contexto interno presentes na imagem, compreendendo que o enunciado brinca com estes conflitos e seus significados. A exemplo do que acontece em outras postagens, é necessário, inicialmente ver como o risível se manifesta neste caso para entender melhor qual é a relação predominante entre o código textual e visual.

Primeiramente, é importante considerar que a imagem já possui aspecto risível, mesmo sem a adição do texto. A cena inusitada remete ao conflito entre moral e corporal, e é capaz de fazer surgir o riso pelo material e mundano, perceptíveis no fato de o homem estar de cueca e de o cachorro estar tentando cruzar com sua perna, em contraposição ao moral e espiritual, perceptível na nobreza da ocasião de um homem brincando com seu feliz bebê. Mesmo assim, o enunciado faz com que essa postagem seja uma das mais interessantes quanto ao uso da interposição de séries para construir o risível, pois é capaz de contar uma história completamente diferente e bastante interessante a partir de uma situação que já era conflituosa e inesperada. Ao reinterpretar a imagem, como acontece em outras postagens, o enunciado cria um novo contexto para cena e, conseqüentemente, uma nova narrativa que coincide com aquela que se interpretaria naturalmente.

Neste caso, a ambigüidade não aparece nas palavras, mas na própria imagem, que passa a ser percebida da maneira esperada e, ao mesmo tempo, da maneira proposta pelo enunciado. Nessa ambigüidade, o cachorro passa a ter os dois papéis: o de herói, representando a moral, e o de bufão, representando o baixo corporal. Os dois papéis simultâneos reforçam ainda mais o riso, já que além da ambigüidade como provocadora do riso, tem-se a contraposição entre corporal e moral, em conflito constante na postagem, tendo o mesmo papel. Não é possível imaginar o cachorro como salvador, por mais de alguns segundos, sem que se lembre originalmente da situação embaraçosa em que ele se coloca, juntamente do dono.

Esse ciclo parece se repetir na cabeça de quem lê, como se fosse verificado um herói o tempo todo a se humilhar, e ele não seria possível caso não fosse dada importância aos dois modos presentes na mensagem. O riso, por mais que já existisse antes, aparece com propriedade, como descrito, somente graças à complementaridade entre imagem e texto, que induz o leitor a completar o raciocínio cômico inúmeras vezes, mentalmente. Mais uma vez, ele acaba por ser fator crucial para que a postagem seja considerada *interdependente*, no que concerne à relação entre imagem e texto.

4.12 – Postagem 12



Figura 44 – Postagem mais curtida do mês de novembro.

A última postagem da seleção possui, entre seus signos plásticos, predominância do branco e iluminação aparentemente artificial, já que, em vários pontos da imagem, ela se intensifica, a ponto de omitir detalhes do que é fotografado. O enquadramento aparenta estar em plano médio, mostrando os personagens da cintura para cima, enquanto os arredores têm pouco destaque. Buscando descrever os signos icônicos da imagem, à esquerda, nota-se uma mulher sorrindo, com algum tipo de aparelho, que parece hospitalar, na mão direita. Ela usa luva na mão que está visível e parece estar de jaleco, com óculos de proteção na cabeça. Ao seu lado, deitada, vê-se a personalidade Bárbara Evans, também usando óculos de proteção e coberta por um tecido branco. Em seu braço direito é possível ver uma tatuagem. Ela se encontra deitada em algum tipo de encosto recoberto por tecido branco. Tudo em conjunto nos faz entender que Bárbara Evans está em alguma sala de procedimento médico ou estético.

O contexto ajuda a compreender melhor a imagem, já que Bárbara Evans gerou polêmica na internet, após divulgar fotos suas com duas novas tatuagens, sendo uma em cada braço, homenageando seu pai e sua mãe. As fotos foram motivo de discussão principalmente pelo *design* pobre das tatuagens, que

prejudicava a leitura, permitindo interpretações errôneas do que estava escrito. Na época, vários internautas postaram fotos próprias com mensagens escritas nos braços contendo erros de ortografia e frases cômicas, parodiando as tatuagens da celebridade. Após apenas três dias, Bárbara Evans divulgou em seus perfis de mídias sociais que iria remover as tatuagens, causando novo reboliço na internet.

Ciente do contexto em que a mensagem foi postada, o autor do enunciado resolve brincar com a frivolidade da celebridade. Simulando, também neste caso, a estrutura de notícia marcada pela descrição no tempo verbal presente, o título insinua que não seria Evans, mas a própria tatuagem que estava arrependida. Considerando que o caso circulou principalmente por páginas de fofoca e que Bárbara deve sua fama principalmente ao fato de ser filha de Monique Evans, o enunciado dá a entender que a tatuagem preferiria estar no braço de alguém mais importante ou respeitável.

Pela primeira vez, nas postagens analisadas, percebe-se a inversão como fator principal para o risível. O recurso é utilizado no texto, na forma de comicidade de linguagem, em que sujeito e objeto são trocados um pelo outro, na construção do enunciado, criando a ideia de rearranjo mecânico, neste caso, transposto para o universo do código textual. Ao inverter a ordem da frase, que originalmente deveria dizer que Bárbara Evans resolveu remover sua tatuagem, o texto constrói uma frase jocosa, cuja estrutura cômica é facilmente dedutível, segundo Bergson (2007).

Nessa postagem, além da simplicidade aparente na construção do risível, também não se percebe muita relevância na relação entre imagem e texto. O risível presente na mensagem tem cunho caracteristicamente verbal, depende apenas do texto para existir, algo que também é particular a essa postagem, na amostra. A imagem acaba funcionando como uma ilustração do que acontece, mas sua subtração em nada altera a mensagem original, já que é possível entender o acontecimento e rir da comicidade de linguagem apenas pela leitura do enunciado. Desta maneira, não importando sob qual ótica a imagem seja analisada, acaba-se por identificar a relação entre imagem e texto como sendo *específica de palavras*, na qual a imagem em quase nada contribui para o que é contado. Ainda assim, a postagem parece ter sido bastante popular, considerando seu número de curtidas. Mais uma vez é possível supor que, além do aumento gradativo no número de

seguidores da página JDD, tem-se como razão para isso a popularidade do tema abordado, que, mesmo quando se trata de um caso de fofoca, foi pautado pela mídia e gerou repercussão na internet.

4.13 Disposições gerais

Nas análises de postagens algumas características se tornaram mais evidentes e alguns fenômenos foram mais recorrentes que outros. Foram identificados fatores como o crescimento da página e a importância do agenda-setting nas postagens, além da relação direta entre temas, do uso de recursos do riso e da relação entre imagem e texto e da popularidade das postagens em cada mês. Para que seja possível a disposição de considerações finais sobre a análise, é necessário que se revise as constâncias e recorrências de maneira mais objetiva. O quadro resumo representado na Tabela 1 toma esta função de simplificar a visualização de padrões, que poderão então ser comentados na conclusão do trabalho.

Analisando-o, é possível perceber primeiramente que a maioria das postagens tem como tema principal, representados nas imagens, o cotidiano do? ser humano. Nos dois únicos casos em que isso não ocorre, o texto faz questão de remeter ao lado humano da situação. No caso dos carros, fala-se sobre os donos, e no caso dos animais, comparece-se com situações que somente um ser humano poderia vivenciar. Em todos os casos, vê-se que disposição sobre a relação entre o humano e o riso dialoga bem com a realidade da análise. Além disso, dentro da questão humana, o tema da celebridade é recorrente, estando presente em cinco das doze postagens. Da mesma maneira que, na *Idade Média* (BAKHTIN, 2008), debochava-se de heróis e figuras públicas, a página JDD parece funcionar seguindo este princípio. Nela, em vez de momentos reservados para a festa, tem-se um carnaval do ano inteiro, no qual a inversão de poder acontece a qualquer momento. Desta maneira, saem os reis, bispos e senhores, e entram as celebridades e figuras públicas, parodiadas e ridicularizadas da mesma maneira. Sendo o riso um fator que acompanha a vida pública há tanto tempo, não é difícil compreender que sua manifestação pode também influenciar a popularidade de uma postagem, fazendo com que este critério seja somado a outros, no que concerne ao risível.

Percebe-se também que, das doze imagens, oito já eram risíveis por conta própria, mas em todas as imagens analisadas, com exceção talvez do mês de agosto, a adição do texto contribuiu para potencializar o efeito do riso, fosse

amplificando o tipo de risível já presente ou adicionando novas maneiras de se construir o risível. As imagens que não são engraçadas por si sós parecem depender de outros recursos como o conflito interno, o contexto e o tema da agenda pública ao qual se referem, ou mesmo as personalidades famosas que elegem para ridicularizar. De todas as imagens, apenas a do mês fevereiro não possui nenhum dos elementos levantados como capazes de tornar a imagem interessante.

Considerando o riso não apenas na imagem, mas também nas postagens multimodais como um todo, vê-se como constante, principalmente, o tipo de riso que se refere à interposição de séries. Manifestado em nove dos doze casos estudados, a interposição de séries parece ser um dos recursos que mais se manifesta nas postagens da amostra, embora não apareça de forma isolada em nenhuma das análises. Da mesma maneira, percebe-se um padrão nas relações entre imagem e texto. Analisadas sob a ótica do riso, nove das doze postagens selecionadas foram consideradas possuidoras de relações interdependentes entre texto e imagem. Esta proporção também dialoga bastante com o que pensam Bergström (2009) e McCloud (2005) sobre o caráter original e interessante das mensagens que aplicam os dois códigos de maneira complementar, embora não haja indicação relação de que o texto necessite de ressignificar a imagem no processo de relação. Além disso, são oito os casos em que tanto interposição de séries, quanto a interdependência estão presentes.

Por fim, vê-se que outras classificações quanto às relações de texto e imagem nem mesmo aparecem na amostra da análise. Imagina-se que as relações duoespecíficas não figurem entre as postagens justamente por tratarem de uma comunicação pobre. As relações de paralelismo, por sua vez, pouco poderiam fazer pela mensagem, já que significariam uma total desconexão entre imagem e texto, algo que vai contra os princípios da própria página. Já a relação de montagem aparece na amostra geral do trabalho, em duas ocasiões. Porém, da mesma maneira, supõe-se que seja um tipo de interação que não possibilita muitas formas de se construir o risível, ou pelo menos estas formas não foram até então exploradas.

Postagem	Imagem: signos principais	Imagem é risível?	Texto: recursos principais	O texto ressignifica a imagem?	Contexto	Tipo de Risível	Relação imagem e texto
Janeiro	Personalidade em primeiro plano	Sim	Diálogo; uso do senso comum; estereótipo	Não	Personalidade bíblica: Jesus	Semelhança, repetição	Aditiva, por ancoragem.
Fevereiro	Personagem em primeiro plano, tom sépia	Sim	Ambiguidade; metáfora	Não	Conflito interno	Interposição de séries; corporal <i>versus</i> moral.	Interdependente
Março	Personagem em primeiro plano	Não	Diálogo; ambiguidade, escolha lexical	Sim	Cultural, costumes Indianos.	Interposição de séries; fantasias	Interdependente
Abril	Carros em plano geral médio	Sim	Estereótipo; trocadilho; escolha lexical	Não	Personalidade: Eike Batista	Repetição; interposição de séries	Interdependente
Maio	Personalidade em primeiro plano	Não	Diálogo; estereótipo; senso comum; escolha lexical	Sim	Personalidade: Neymar; Agenda: Copa das Confederações	Estereotipo; humano <i>versus</i> coisa; interposição de séries	Interdependente
Junho	Personagem em primeiro plano, baixa coloração	Não	Senso comum	Sim	Agenda: Manifestações em 06/2013	Repetição	Interdependente
Julho	Personalidade em primeiro plano, aparência de <i>flash</i>	Sim	Senso comum; escolha lexical	Sim	Personalidades: Huk, Pelé; Conflito interno	Corporal <i>versus</i> moral; Interposição de series	Interdependente
Agosto	Personalidade em plano médio, aparência de estúdio	Sim	Notícia emulada; escolha lexical; trocadilho	Não	Personalidade: Preta Gil; Agenda: polêmica envolvendo manipulação de imagem; conflito interno	Comicidade nas formas; interposição de séries; repetição	Específico de imagem
Setembro	Animais em <i>close</i> , aparência de fotografia animal	Sim	Escolha lexical; ambiguidade	Sim	Conflito interno; Revistas como National Geographic	Corporal <i>versus</i> moral; interposição de séries; humano <i>versus</i> coisa	Interdependente
Outubro	Personagens em plano geral médio, fotografia jornalística	Sim	Diálogo; frase feita; escolha lexical; ambiguidade;	Não	Conflito interno; Agenda: manifestações dos professores, em 10/2013	Inversão; estereótipo; interposição de séries	Interdependente
Novembro	Personagens em plano geral médio	Sim	Notícia emulada; ambiguidade	Sim	Conflito interno	Corporal <i>versus</i> moral; interposição de séries	Interdependente
Dezembro	Personalidade em plano próximo	Não	Notícia emulada; inversão	Sim	Personalidade: Bárbara Evans; Agenda: repercussão de suas tatuagens	Inversão textual	Específica de palavras

Tabela 1 – Quadro resumo da análise de postagens

5. Considerações finais

Partiu-se das considerações sobre a importância da imagem na comunicação e a necessidade de se pensar novos meios de compreendê-la num processo de letramento visual. Essa ponderação se tornou mais relevante conforme o avanço do estudo, ao perceber que, embora pareça se tratar de um tema já bastante visitado, existe muito a se pensar quanto à produção de novos signos por meio da imagem e o processo de analogia e reinterpretação de significados que dá origem a estes novos signos. No que concerne a este quesito, considerando o desenvolvimento e a popularização de softwares de edição de imagem e texto, assim como o surgimento de novas tecnologias e suportes para comunicação, vê-se o surgimento de novas possibilidades para a construção de mensagens visuais e mensagens que utilizem de imagem e texto como códigos principais.

Desta maneira, tem-se clara a necessidade de dar continuidade aos estudos que buscam compreender a comunicação em mensagens construídas a partir de mais de um modo. Embora já existam maneiras de se abordar a questão, o fato de ter sido necessário traçar paralelos entre vários autores para encontrar denominadores comuns demonstra o quanto ainda pode ser desenvolvido neste tipo de estudo. Cada autor abordado permitiu escolher focar em uma parte do processo de avaliação de mensagens multimodais, e apenas um deles se estende a ponto de permitir tentar englobar todas as possibilidades que as interações entre imagem e texto podem proporcionar. Ainda assim, nenhum autor foi suficiente para fornecer uma visão completa da complexa gama de possibilidades que permeiam as relações multimodais caracterizadas pelo uso da imagem estática e do texto. Por outro lado, o fato de este estudo citar um tipo de relação – derivado de outra – até então não comentada por nenhum dos autores, indica que não se deve descansar na procura de entender as possibilidades proporcionadas por imagem e texto. Embora o quadro de relações produzido pelo autor deste trabalho busque abarcar de forma mais abrangente as teorias já propostas, é possível que existam ainda mais relações a serem estudadas, embora não tenham sido identificadas no trabalho.

Considerando que as imagens escolhidas para serem postadas no JDD são, em geral, imagens disponíveis no meio virtual, e que não foi encontrado nenhum caso de imagem produzida especificamente para ser postada no JDD, não era esperado que as imagens possuísem fatores que remetessem ao meio publicitário. Ainda assim, é perceptível que o uso do conflito no contexto interno, das personalidades, e de abordagem de temáticas relevantes à agenda pública remete sim, em certo nível, aos recursos utilizados pela mensagem publicitária, para trazer atenção para si. Afinal, o inusitado, as figuras públicas, e o processo de *pegar carona* em temas pautados pelo agenda-setting há muito tempo são identificados em campanhas e peças publicitárias. Da mesma maneira, percebe-se grande relação entre as características do gênero linguístico presente na página e aqueles explorados pela publicidade, mas vê-se também o uso de outras formas de se pensar o título, como é o caso do título como legenda, e o título como manchete de jornal. De certa maneira, até mesmo essa apropriação de modelos advindos de outras fontes contribui para entender a congruência da página com o processo publicitário de construção de mensagens. Somando-se a isso a própria intenção da página, assim como público para o qual se direciona, vê-se a relevância da análise do JDD ao auxiliar no entendimento do uso de imagem e texto na própria publicidade.

Percebe-se também que muitas das maneiras encontradas para construção de mensagens multimodais interessantes envolvem conceitos e recursos amplamente utilizados na construção do risível. Foram estudados casos que se aproveitam de estereótipos para explicar a imagem, que usam ambiguidade visual e textual para buscar novas interpretações e significados para a mensagem como um todo, e que aproveitam metáforas que se completam somente quando os dois modos são analisados em conjunto. Tais recursos existem fora do campo do risível, mas se tornam mais completos dentro dele. Não totalizam as formas de se enxergar os tipos de comicidade, mas aparecem na análise como essenciais para que o riso aconteça, ou, ao menos, seja potencializado.

No que se refere às relações entre imagem e texto e à construção do risível, a análise realizada mostra a existência de padrões perceptíveis. Assim, a interposição de séries foi identificada como tipo de risível mais característico nas mensagens multimodais. Sabendo da estreita relação da página com a publicidade e o mercado

publicitário, indica-se como responsável por este fato, primeiramente, o uso constante da ambiguidade – fator decisivo para interposição de séries – como recurso na página. Além disso, considerando que, no processo da página JDD, a imagem é escolhida, para posteriormente serem sugeridos os títulos, é possível afirmar que o autor de cada título, ao adicioná-lo em caráter posterior, busca novas maneiras de interpretar a imagem, parte das vezes trabalhando os significados que ela já possui, e, outras vezes, construindo novos significados através de analogias e resgate de contextos diversos. Desta forma, a tentativa de construir comicidade ou aumenta-la nas vezes em que já existe, este processo acaba por produzir, muitas vezes, a interposição de séries como resultado natural. Isso porque os signos utilizados para gerar novas significações se tornam pontos de coincidência entre histórias imaginadas por quem lê e as histórias descritas pelos títulos. Neste processo, conseqüentemente, a mensagem adquire caráter interdependente, já que, sem o texto, não existiria reinterpretação, e sem a imagem, não existiria o que reinterpretar. Existe, portanto, um alto grau de conectividade entre fatores, que faz com que imagem e texto produzam ao mesmo tempo mensagens interdependentes e cujo risível se dá pela interposição de séries.

Respondendo a pergunta que dá norte a este trabalho, percebe-se que a principal relação entre imagem e texto capaz de construir uma mensagem risível é a interdependência entre códigos. Porém, ressalta-se que a ótica sob a qual as relações são estudadas tem grande importância nas classificações conseqüentes. Considerando que as relações são classificadas a partir de seu produto, a mensagem multimodal final, diferentes interpretações desta mensagem acarretariam classificações igualmente diversas. Entre nove postagens consideradas interdependentes, cinco perderiam essa nomenclatura caso o riso não fosse considerado como fator principal na análise. Bastaria outra temática, como a clareza das informações colocadas, para que o resultado da análise tomasse um rumo bastante diferente.

Quanto aos quatro casos que não mudam de classificação, independentemente da abordagem proposta, dois deles foram acompanhados de um aumento no número de curtidas, e dois não foram. Não é possível afirmar, portanto, que a interdependência seja por si só determinante para a popularidade das postagens. No caso da postagem de junho, que tem as manifestações daquele

mês como temática, tem-se visível o papel, principalmente, do fenômeno de agenda-setting na grande variação do número de curtidas. De qualquer maneira, buscar repetir os casos de interdependência *pura* como solução para a popularidade e aceitação de uma mensagem multimodal risível parece um esforço em vão, visto que o efeito é o mesmo do produzido por relações que são interdependentes apenas sob a ótica do riso.

Posto isso, tem-se a seguinte conclusão: é possível ver nas relações de interdependência o caminho mais óbvio para o uso de mensagens multimodais, e, por que não, para a comunicação multimodal na publicidade. Ainda assim, é fundamental que se tenha conhecimento da função da mensagem, da expectativa dos interlocutores, e da ótica sob a qual a mensagem será lida para que a interdependência entre códigos aconteça e tal caminho seja trilhado com sucesso.

6. Referências

- BAKHTIN, M. Rabelais e a história do riso. In: _____. **A Cultura Popular Na Idade Média E No Renascimento**. 6ª. ed. São Paulo-Brasília: Hucitec, 2008. Cap. Primeiro, p. 51-124.
- _____. Gêneros Textuais. In: _____. **Estética da criação verbal**. 2ª. ed. São Paulo: Martin Fontes, 1997. p. 277-326.
- BERGSON, H. **O Riso**: ensaio sobre a significação da comicidade. 2ª. ed. São Paulo: Martin Fontes, 2007.
- BERGSTRÖM, B. **Fundamentos da comunicação visual**. 1ª. ed. São Paulo: Rosari, 2009.
- BESSA, M. B.; BARBOSA, M. V. L.; CÂMARA, M. Por uma interpretação da imagem fotojornalística —"Noé na Porta": aspectos multimodais. **SIMPÓSIO HIPERTEXTO E TECNOLOGIAS NA EDUCAÇÃO: MULTIMODALIDADE E ENSINO**, 2008.
- CARMAGNANI, A. M. G. Multimodalidade e construção da notícia: fatos e versões. **Revista Crop**, v. 13/2008, p. 1-16, 2008.
- CARRASCOZA, J. A. **A evolução do texto publicitário**: A Associação de palavras como elemento de sedução na publicidade. São Paulo: Futura, 1999.
- _____. **Redação Publicitária**: Estudos sobre a retórica do consumo. São Paulo: Futura, 2003.
- CARVALHO, N. D. **Publicidade**: A linguagem da sedução. São Paulo: Editora Ática, 2001.
- CHALHUB, S. **Funções da Linguagem**. 3ª. ed. São Paulo: Editora Ática, 1990.
- DIONÍSIO, A. P. Gêneros Multimodais e Multiletramento. In: KARWOSKI, A. M.; GAYDECZKA, B.; BRITO, **Gêneros textuais**: reflexões e ensino. União da Vitória: Kayganguê, 2006. p. 159-177.
- Job do Dia**. Disponível em: <<http://www.facebook.com/JobDoDia/>>. Acessos no primeiro semestre de 2014.
- JOLY, M. **Introdução a Análise da Imagem**. Campinas: Papirus, 1996.
- KRESS, G.; VAN LEEUWEN, T. **Reading images**: the grammar of the design visual. Londres: Routledge, 1996.
- MARTINO, L. C. De qual comunicação estamos falando? In: HOFELDT, A.; MARTINO, L. C.; FRANÇA, V. V. **Teorias da Comunicação - Conceitos, escolas e tendências**. 2ª. ed. Petrópolis: Vozes, 2002. Cap. 1, p. 11-25.
- MARTINS, José L. **Entrevista sobre a página JDD**. 17 de junho de 2014. Entrevista realizada por meio de roteiro, enviado por e-mail, concedida a João Rios.
- MCCLOUD, S. **Desvendando os Quadrinhos**. São Paulo: M. Books, 2005.

People. Disponível em: <<http://www.facebook.com/JobDoDia/likes>>. Acesso em 15 de junho de 2014.

RABAÇA, C. ; BARBOSA, G.. **Dicionário de Comunicação.** 5ª. ed. [S.l.]: Campus Elsevier, 2002.

Rabbit-Duck Illusion. Disponível em: <<http://mathworld.wolfram.com/Rabbit-DuckIllusion.html>>. Acesso em 20 de maio de 2014.

Type the Sky by Lisa Reinermann. Disponível em: <<http://www.typtoken.net/typeface/type-the-sky-by-lisa-reinermann/>>. Acesso em 25 de maio de 2014.

WOLF, M. Estudo das tendências a longo prazo. In: _____ **Teorias da comunicação.** 7ª. ed. Lisboa: Editorial Presença, 2002. Cap. 2, p. 139-173.

Anexo 1

Roteiro de entrevista sobre a página JDD.

1. Conte um pouco da história da página. Quem são os envolvidos e como surgiu a ideia de criá-la?
2. Quando a página começou a fazer sucesso, e ao que o atribui?
3. A temática cômica teve papel importante nesse sucesso? Por quê?
4. Como pensou na proposta de funcionamento da página? Inspirou-se em outras páginas ou exemplos semelhantes?
5. As primeiras postagens da página não seguiam um padrão. Existe um momento chave em que a página se padronizou quanto à mecânica e às postagens?
6. A página, embora seja aparentemente concentrada na questão da comicidade, faz várias referências a termos e situações publicitárias, como *job*, títulos etc. Por quê?
7. Utiliza de algum critério na seleção das imagens que serão postadas? Ele envolve a comicidade da imagem? Que outros fatores são importantes?
8. Que fatores você considera importante para que se tenha uma postagem (imagem somada ao título escolhido) de sucesso?
9. Algumas vezes o perfil da página interage na forma de comentários com os seguidores. Em que situações isso acontece?

10. Você imaginou um público específico que seguiria a página? Se sim, qual e por quê?

11. Para você, qual importância tem a página para o público que a visita e para os seguidores?