

“O TOLO FALA. O SÁBIO ESCUTA”: IRONIA E PROVÉRBIOS EM PROL DA PERSUASÃO

“EL TONTO HABLA. EL SABIO ESCUCHA”: IRONÍA Y PROVERBIOS A FAVOR DE LA
PERSUASIÓN

“THE FOOL SPEAKS. THE WISE MAN LISTENS”: IRONY AND PROVERBS IN FAVOR OF
PERSUASION

Maria Flávia Figueiredo*

Ticiano Jardim Pimenta**

Universidade de Franca

RESUMO: Em sua gênese, a Retórica era utilizada como ferramenta analítica para o estudo das especificidades persuasivo-argumentativas dos discursos públicos (especialmente no âmbito político e judicial). Com a evolução dos meios comunicacionais, esse campo do conhecimento expandiu seus limites de análise para discursos que extrapolam a expressão verbal. Neste artigo, buscamos demonstrar como a Retórica pode ser utilizada para investigar um discurso proveniente de uma prática comum de nossos dias: a postagem e o consumo de vídeos em sites de compartilhamento. Assim, com base em um vídeo extraído do YouTube, analisamos como um orador pode persuadir seu auditório por meio do humor. Quanto à metodologia, uma análise qualitativa, que se fundamenta em pressupostos retóricos, paremiológicos e linguístico-discursivos, será empregada. Perscrutaremos, com mais ênfase, as estratégias retórico-discursivas utilizadas pelo orador, notadamente a figura da ironia e o deslindamento de enunciados proverbiais, e ponderaremos acerca do alcance retórico-argumentativo de tais estratégias.

PALAVRAS-CHAVE: Argumentação. Ironia. Provérbio. Retórica. YouTube.

RESUMEN: En su génesis, la retórica se utilizó como herramienta analítica para el estudio de las especificidades persuasivas-argumentativas de los discursos públicos (especialmente en las esferas política y judicial). Con la evolución de los medios de

* Docente permanente do Programa de Pós-Graduação em Linguística da Universidade de Franca e líder do grupo PARE (Pesquisa em Argumentação e Retórica). E-mail: mariaflaviafigueiredo@yahoo.com.br.

** Graduado em Letras – Tradutor/Intérprete (com bolsa de IC da FAPESP: Proc. 2017/2269-0), graduando em Psicologia pela Universidade de Franca e mestrandoo em Linguística no Programa de Pós-graduação em Linguística da Unifran (com bolsa CAPES/PROSUP (nº 88887.603707/2021-00). Membro do grupo PARE (Pesquisa em Argumentação e Retórica). E-mail: ticiano_pimenta@hotmail.com.

comunicación, este campo de conocimiento amplió sus límites de análisis a discursos que van más allá de la expresión verbal. En este artículo, intentamos demostrar cómo se puede utilizar la retórica para investigar un discurso que surge de una práctica cotidiana: la publicación y el consumo de videos en sitios para compartir. Entonces, mediante un video tomado de YouTube, investigamos cómo un orador puede persuadir a su audiencia a través del humor. En cuanto a la metodología, empleamos un análisis cualitativo, que se basa en supuestos retóricos, paremiológicos y lingüísticos-discursivos. Examinaremos, con más énfasis, las estrategias retórico-discursivas utilizadas por el hablante, en particular la figura de la ironía y las declaraciones proverbiales; además, consideraremos el alcance retórico-argumentativo de tales estrategias.

PALABRAS CLAVE: Argumentación. Ironía. Proverbios. Retórica. Youtube.

ABSTRACT: *In its genesis, Rhetoric was used as an analytical tool for the study of the persuasive-argumentative specificities of public discourses (especially in the political and judicial spheres). Facing the evolution of communication media, it has expanded its limits of analysis to discourses that go beyond verbal expression. In this article, we seek to demonstrate how this area of knowledge can be used to investigate a discourse originated from a common practice of our days: the posting and consumption of videos on sharing sites. In this paper, a YouTube video is analyzed in order to illustrate how a speaker can persuade his audience through humor. Methodologically speaking, a qualitative analysis, based on rhetorical, paremiological and linguistic-discursive assumptions, is used. The rhetorical-discursive strategies used by the speaker, notably the irony rhetoric figure and the unraveling of proverbial statements, will be examined, and the rhetorical-argumentative scope of such strategies will be considered.*

KEYWORDS: Argumentation. Irony. Proverb. Rhetoric. YouTube.

1 INTRODUÇÃO

A Retórica, de forma sucinta, é um campo do saber – além de uma disciplina, uma técnica e uma prática – que intenta descobrir os meios de persuasão mais pertinentes em cada caso, independentemente da temática a que o contexto faz referência (ARISTÓTELES, 2015). Desde a sistematização feita pelo filósofo estagirita Aristóteles, a funcionalidade da retórica tem sido modificada e incorporada às necessidades e especificidades de cada período da humanidade.

Em sua gênese, por exemplo, a Retórica era majoritariamente empregada em âmbito político e jurisdicional, em assembleias, júris e discursos públicos. Com o passar do tempo e as transformações dos meios comunicacionais, mais especificamente na Idade Média a partir da Era Renascentista, ela foi empregada com destaque nos discursos escritos e, contemporaneamente, é aplicada a recursos comunicativos que extrapolam a expressão verbal, como os campos imagético e sonoro.

Dessa forma, de acordo com as peculiaridades e necessidades comunicativas da época, a Retórica ganha novos alcances, sempre com vistas a analisar as estratégias retórico-argumentativas de determinado discurso; e, como meio de análise do verossímil, tem imensa contribuição para o estado da arte das ciências da linguagem e tem alavancado o desenvolvimento científico e tecnológico na modernidade (ABREU, 2004). Com base no exposto, trata-se de uma ferramenta teórico-metodológica extremamente pertinente à análise das construções discursivas da atualidade, que lançam mão de inúmeros recursos, provenientes das mais distintas formas de linguagens.

Atualmente, uma das práticas mais representativas e de ampla utilização nas sociedades em geral é a postagem e o consumo de vídeos por meio do site YouTube. Nessa plataforma on-line, seus espectadores encontram produções audiovisuais de conteúdos diversos. A prática se tornou tão comum que, por mês, cerca de três bilhões de horas de vídeos são assistidas no mundo por meio da plataforma, de acordo com o artigo do site *MerchDope*.

A partir desse contexto de criação e circulação discursiva contemporâneo, o presente artigo busca evidenciar como essa prática tão disseminada pode ser analisada pelo viés da retórica. Assim sendo, o objeto de pesquisa aqui investigado é um vídeo (BBC THREE, 2016) intitulado *TOP TEN: Most Hated Proverbs (feat. Ken Cheng)*, disponibilizado por um canal do YouTube, o BBC

Three¹. Segundo a descrição do canal *BBC Three* (2013): “Empenhamo-nos em questões de seu interesse, desde vídeos sobre amor, sexo e relacionamentos a investigações sobre crime e drogas. Nosso canal está aqui para fazer você pensar, rir e te dar voz”. (tradução nossa). O vídeo selecionado compreende um esquete humorístico em que o orador², Ken Cheng, faz uma lista dos “dez provérbios que ele mais odeia”.³ Nascido no Reino Unido, filho de pais chineses, Ken Cheng é comediante de *stand-up* e ex-jogador de pôquer profissional.

Vale a pena ressaltar que o objeto de estudo aqui analisado é um dos dez vídeos que compõem o *corpus* da pesquisa de Iniciação Científica intitulada “Universalidade proverbial e lugares da argumentação: uma incursão pela retórica e pela paremiologia”. Este artigo, portanto, é um recorte de uma pesquisa maior que discute a relação da paremiologia com a retórica a partir da comparação de provérbios de língua inglesa e de língua portuguesa. Na fase de investigação de possíveis materiais de estudo, um levantamento de discursos que contemplavam a temática dos provérbios foi feito e aqueles que dialogavam com a temática retórica foram selecionados.

Dentre os recursos retóricos utilizados pelo orador Ken Cheng com o propósito de gerar humor em seu auditório, destacaremos, em nossa análise, o uso da figura retórica da ironia, que auxilia na construção de uma autoimagem (ethos) debochada e arrogante. Demonstraremos, ademais, que, por meio de uma suposta crítica à utilidade dos provérbios, o orador acaba por evidenciar suas funcionalidades e destacar o valor desses fraseologismos (frases ou expressões cristalizadas).

Em função do conteúdo explorado no vídeo, traremos, nas próximas duas seções, uma reflexão sobre provérbios e algumas de suas características argumentativas, além da ironia como figura retórica, que representam os dois principais dispositivos analíticos do trabalho. Todavia, sempre que pertinente aos objetivos elencados, traremos à baila, na seção três, conceitos e pressupostos teóricos caros aos estudos linguísticos e, especialmente, aos retóricos (tanto por meio de autores clássicos, quanto contemporâneos). Assim sendo, abrimos mão de uma divisão rígida e estanque entre fundamentação teórica e a análise, uma vez que a disposição tal como foi feita favorece a consecução dos objetivos propostos.

2 OS PROVÉRBIOS E SEU CARÁTER RETÓRICO-ARGUMENTATIVO

De acordo com os estudos da paremiologia, área que se ocupa da investigação dos provérbios como fenômeno linguístico e social, os provérbios representam práticas sociais talvez tão antigas quanto as próprias civilizações. Albuquerque (1989, p. 35) elucida que recursos “[...] equivalentes aos provérbios atuais, são citados desde o terceiro milênio a.C.”. Tal fato demonstra que a resiliência proverbial, isto é, a permanência do uso de provérbios ao longo dos tempos, proporcionada pelas características intrínsecas desses fraseologismos, possibilita sua perpetuação, adaptação e reformulação, evidenciando, assim, sua relevância para as comunidades linguísticas.

As características formais e de conteúdo dos enunciados proverbiais fornecem pistas de como e porquê eles são comuns a tantos povos; além de destacar como tais estruturas têm se perpetuado na história social humana:

1 Segundo a descrição do canal *BBC Three* (DATA): “Empenhamo-nos em questões de seu interesse, desde vídeos sobre amor, sexo e relacionamentos a investigações sobre crime e drogas. Nosso canal está aqui para fazer você pensar, rir e te dar voz”. (tradução nossa).

2 Nascido no Reino Unido, filho de pais chineses, Ken Cheng é comediante de *stand-up* e ex-jogador de pôquer profissional. Ganhou o prêmio *Funniest Joke of the Fringe award* em 2017 (LOGAN, 2019).

3 Vale a pena ressaltar que o objeto de estudo aqui analisado é um dos dez vídeos que compõem o *corpus* da pesquisa de Iniciação Científica intitulada “Universalidade proverbial e lugares da argumentação: uma incursão pela retórica e pela paremiologia”. Este artigo, portanto, é um recorte de uma pesquisa maior que discute a relação da paremiologia com a retórica a partir da comparação de provérbios de língua inglesa e de língua portuguesa. Na fase de investigação de possíveis materiais de estudo, um levantamento de discursos que contemplavam a temática dos provérbios foi feito e aqueles que iam ao encontro da temática retórica foram selecionados.

Apesar de muito usados na escrita, eles são, primordialmente, um gênero oral, muitas vezes perspicazes e astutos, empregando uma enorme amplitude de recursos retóricos e poéticos no âmbito de sua extensão limitada. Metáfora, ritmo, aliteração, assonância, construções binárias: estes e outros recursos criam, na forma do provérbio, um eco de sentido. (Nem todos são metafóricos: [...]). Compacto e fácil de ser memorizado, o provérbio serve como veículo não só do conhecimento moral, mas também do prático, como as regras profissionais e informações sobre o clima. (OBELKEVICH, 1997, p. 44 - 45)

A partir dessa citação, pode-se inferir que, além de pertencerem tanto à modalidade oral quanto à escrita, os recursos retóricos e poéticos dos provérbios, sua forma reduzida, sua acessibilidade mnemônica e sua capacidade de fornecer instrução sobre situações diversas, conferem-lhes possibilidades argumentativas pertinentes aos mais variados contextos interacionais.

Na esteira da tradição grega, “[...] o discurso retórico possui quatro pilares, correspondentes às etapas de organização do discurso: invenção, disposição, elocução e ação [...]” (FERREIRA, 2010, p. 103). Esses pilares representam, portanto, o caminho que o orador deve percorrer a fim de criar o discurso mais persuasivo e eficiente em cada caso. A invenção – ou *inventio* em latim – representa justamente a parte em que o orador busca e opta pelos argumentos mais pertinentes para persuadir seu auditório em um contexto específico. Assim sendo, o orador pode recorrer de maneira sapiente a esses fraseologismos no processo de apuração e seleção dos argumentos mais adequados em cada caso, buscando encontrar as melhores provas para sustentar sua tese⁴.

As funções dos provérbios dentro das comunidades linguísticas são tão amplas quanto suas características formais e de conteúdo (cf. AMARAL, 1976) e mais relevantes do que as tentativas de definição do que vem a ser um “[...] provérbio propriamente dito [...]” (XATARA; SUCCI, 2008): “O seu efeito é elevar uma afirmação de um nível simplório para um nível enfático, com o intuito de ensinar, elogiar, *persuadir*, consolar, estimular ou, contrária e alternativamente, prevenir, admoestar, advertir, envergonhar, restringir ou desencorajar atitudes” (VELLASCO, 2000, p. 128, grifos nossos).

Percebe-se, assim, que os provérbios têm uma funcionalidade de caráter essencialmente retórico, uma vez que o intuito de um discurso, no âmbito prático dessa arte, é alcançar a persuasão. Este termo é amplamente discutido por autores clássicos e contemporâneos e, de forma sintética, o termo “origina-se de *persuadere* (per + *suadere*). *Per*, como prefixo, significa ‘de modo completo’. *Suadere* equivale a ‘aconselhar’. É, pois, levar alguém a aceitar um ponto de vista, é não se valer da palavra como imposição, mas, sim, de modo habilidoso” (FERREIRA, 2010, p. 15).

As possibilidades persuasivo-argumentativas dos provérbios podem ser associadas também ao fato de que, na maioria dos casos, há sempre enunciados proverbiais antagônicos sobre qualquer que seja o tema em questão, e sua utilização está invariavelmente associada a um contexto particular: “Em todo par, ambos são verdadeiros, mas apenas um será adequado a uma situação específica” (OBELKEVICH, 1997, p. 44).

Como recurso argumentativo, o provérbio pode se apoiar sobre três propriedades principais:

1) **Atemporalidade** – Em perspectiva histórica, a palavra “provérbio” tem sua origem no latim (*proverbium*) e suas primeiras aparições podem ser verificadas em textos do século XII (cf. XATARA; SUCCI, 2008). Contudo, de acordo com Albuquerque (1989), estruturas semelhantes ao que hoje chamamos de provérbios podem ser observadas desde a antiguidade entre os egípcios (*sebayts*, “ensinamentos”), hebreus (constituindo fontes de sabedoria) e gregos (encontradas em obras de Platão, Aristóteles e Ésquilo). A atemporalidade pode ser corroborada, então, por meio de sua etimologia e da utilização dos termos que lhes são, em certa medida, precursores. Ainda que, na história social, os provérbios ora foram enaltecidos e estudados como disciplina fundamental para a educação das classes letradas, ora foram vistos com desdém ou desprezo (cf. OBELKEVICH, 1997), eles se mantiveram presentes até a contemporaneidade graças a seu caráter adaptativo, como anteriormente mencionado.

4 Tal afirmação será corroborada por nossa análise quando demonstramos que o deslindamento dos enunciados proverbiais pelo orador Ken Cheng alcança seu objetivo persuasivo (gerar humor) e, ao mesmo tempo, valida o valor prático e social desses fraseologismos.

2) **Tradicionalidade** – Subsidiado pela característica anterior e devido ao uso recorrente ao longo das gerações, o provérbio carrega uma ancestralidade latente que impõe uma aceitação intrínseca de seus postulados. Portanto, podemos inferir que sua tradicionalidade gera, no processo conversacional, uma autoridade:

O caráter de tradicionalidade dos provérbios traduz-se em caráter de autoridade. O peso da tradição da verdade consensual geral inculca autoridade na emissão dos provérbios e, por isso, os ouvintes tendem a reagir aos enunciados proverbiais como se eles fossem asserções irrefutáveis. [...] A tradicionalidade, o uso repetido do provérbio é, portanto, responsável pelo caráter didático e pelo caráter de autoridade contidos nos provérbios. (VELLASCO, 2000, p. 152)

3) **Impessoalidade** – Tal característica relaciona-se com a ideia de que, quando um orador faz uso de um provérbio, seu discurso é alicerçado em um conhecimento ancestral que foi posto à prova inúmeras vezes, o que garante sua verossimilhança, e, ao mesmo tempo, exime o orador de responsabilidade. “Pode-se dizer, então, que o provérbio é um típico recurso de persuasão de quem não quer se responsabilizar por aquilo que é dito, ou porque não sabe a razão do que diz ou não tem certeza”. (XATARA; SUCCI, 2008, p. 39).

Evidencia-se, assim, que a atemporalidade, a tradicionalidade e a impessoalidade conferem ao provérbio uma autoridade fundamentada na *doxa*, isto é, no campo do senso comum, da opinião, do provável, do contingente (cf. RAMÍREZ VIDAL, 2016), que, na perspectiva retórica, pode ser utilizada para garantir a adesão do auditório ao discurso do orador, sem que seja necessária a formulação de argumentos próprios.

2 A IRONIA COMO ‘GATILHO’ DO HUMOR

Fiorin (2014, p. 25-26) elucida que, ao longo da história, foram caracterizadas duas formas de analisar as operações descritas pela retórica antiga: a primeira delas é uma teoria da argumentação que se presta a analisar as operações da invenção (*inventio*) e da disposição (*dispositio*) “[...] onde estariam os elementos destinados a convencer e persuadir [...]”, que ficou conhecida como topologia; enquanto a segunda teoria, intitulada tropologia ou teoria dos tropos, se ocupa da elocução (*elocutio*) e posteriormente se tornou “uma teoria das figuras”.

Ao enunciar as bases para o estudo das figuras, Fiorin (2014, p. 28, grifo do autor) afirma que os tropos “[...] indicam uma mudança de sentido, como uma classe das *figuras* [...]” e, por meio deles, há substituição de um sentido literal por um figurado. O autor ainda elenca e elucida figuras retóricas que são utilizadas pelo orador em sua busca por convencer e persuadir. Neste artigo, a figura retórica da ironia será explorada, uma vez que, como veremos, ela foi utilizada como meio de gerar humor e conquistar a adesão do auditório.

Vale ressaltar que, ao longo da história, essa figura tem sido analisada também por outras áreas do conhecimento devido aos efeitos gerados por sua aplicação nos discursos. Dentre elas, encontram-se abordagens filosóficas, psicanalíticas, pragmáticas, literárias, retóricas, sendo que essa última representa “a tradição mais conhecida” (BRAIT, 1997).

Antes de abordar a definição de ironia no âmbito de sua perspectiva tropológica, é profícuo mencionar que, dentro do senso comum, sarcasmo e ironia são conceitos intercambiáveis e praticamente indistinguíveis. Contudo, como afirma Fiorin (2014, p. 70), “[...] a ironia apresenta uma atitude do enunciador, pois é utilizada para criar sentidos que vão do gracejo até o sarcasmo, passando pelo escárnio, pela zombaria, pelo desprezo, etc.”. O sarcasmo apropria-se da ironia para ridicularizar, humilhar ou insultar. Porém, quando o orador simula e propõe ao auditório um sentido para afirmar justamente o oposto, temos o emprego da figura retórica da ironia.

Tal fato pode ser sustentado pelo que afirma Brait (1997, p. 17):

Como elemento estruturador de um texto cuja força reside na sua capacidade de fazer do riso uma consequência, o interdiscurso irônico possibilita o desnudamento de determinados aspectos culturais, sociais ou mesmo estéticos, encobertos pelos discursos mais sérios e, muitas vezes, bem menos críticos.

Em suma, pode-se dizer que o uso da ironia, como figura retórica, associado ao humor dela decorrente, constitui um instrumento favorável à persuasão do auditório. Em outras palavras, a subversão do sentido presente no discurso do orador é o meio que conduzirá ao seu propósito argumentativo: gerar humor.

Uma vez abordados os dispositivos analíticos pertinentes aos objetivos deste artigo, partiremos agora à análise do objeto de pesquisa.

3 ANÁLISE: IRONIA E PROVÉRBIOS COMO RECURSOS RETÓRICOS

Antes de procedermos à análise do vídeo selecionado como objeto de estudo deste artigo, *TOP TEN: Most Hated Proverbs*⁵, discorreremos sobre o contexto do vídeo, a contextualização do orador, os critérios de análise e as motivações para a seleção do discurso como objeto de análise.

O vídeo em questão é uma publicação no site Youtube, mais especificamente no perfil do canal BBC Three, que conta com aproximadamente 2 milhões de inscritos. Na descrição do vídeo, obtemos as seguintes informações: "Why do most proverbs have something to do with animals? Who comes up with these things? Ken Cheng revealed the ten proverbs he loves to hate" ("Por que a maioria dos provérbios tem algo relacionado a animais? Quem inventa essas coisas? Ken Cheng releva os dez provérbios que mais ama odiar").

Apesar do perfil no Youtube da BBC Three ser detentor do vídeo, ou seja, do discurso em questão, Ken Cheng será considerado como orador do ato retórico, uma vez que é o uso de sua imagem e personalidade que auxiliam na construção do contexto em que o ato discursivo se desenvolve. Assim, julgamos pertinente discorrer um pouco mais sobre a figura daquele que será considerado o orador do ato retórico em pauta.

Ken Cheng é um jogador profissional de pôquer e comediante inglês com ascendência chinesa. Ele também cursou Matemática e decidiu abandonar os estudos em prol de sua carreira como jogador. Além de ter destaque no mundo do pôquer, Cheng também é conhecido por seus números de comédia *stand up*, que geralmente abordam peculiaridades da cultura inglesa sob a perspectiva de um descendente.

O vídeo em questão foi produzido pela BBC Three em decorrência de um concurso de comediantes em que Cheng foi finalista. No concurso, que ocorreu em 2015, Ken performou um número de comédia em que discutia a precisão do significado conferido ao provérbio "matar dois pássaros com uma pedra só". Com o sucesso da performance, o comediante chegou à final do concurso e, no ano seguinte, o vídeo foi publicado pela produtora. A produção contém a piada anterior de Cheng, sobre o provérbio dos pássaros, e mais outras nove que também circundam a temática dos provérbios.

O vídeo em questão exprime eximamente a forma com que o humor pode ser utilizado como ferramenta retórica em um discurso. Tal fato, aliado à temática dos provérbios, mencionada anteriormente, justifica a seleção do vídeo como objeto de análise para este artigo. Por meio de suas estratégias retórico-argumentativas, é possível observar a forma intrigante com que o humor tece percursos argumentativos que encaminham o auditório à persuasão desejada pelo orador. Fica, pois, justificada a escolha do vídeo

⁵ A transcrição e a tradução do discurso do orador (Ken Cheng) foram feitas na íntegra pelos autores deste artigo.

como objeto de estudo, uma vez que ele vai ao encontro da temática da pesquisa desenvolvida e se apresenta como um nítido exemplo do uso de provérbios de forma humorística com vistas à persuasão de um auditório.

Outro aspecto que merece atenção é o fato de que, apesar de o vídeo ser considerado um texto sincrético, ou seja, composto por diversas linguagens (nesse caso, a imagética e a sonora), consideraremos majoritariamente, como objeto de análise, a porção verbal (isto é, sonora) do discurso, uma vez que nosso foco é o uso dos provérbios e da ironia enquanto estratégia retórica e não exclusivamente a questão proxémica, que diz respeito à posição do orador no espaço físico em que o discurso ocorre e a disposição dos objetos em cena no momento da performance do ato retórico. A porção imagética do discurso será levada em consideração apenas nos momentos em que corrobora para a construção da figura da ironia.

Para manter um critério claro no decorrer da análise, pautamo-nos no conceito retórico de partes do discurso que, basicamente, trata da forma ordenada que um discurso deve ser estruturado para que o orador tenha mais chances de atingir a persuasão de seu auditório. Essas partes são: *exórdio* (a ‘introdução’ do discurso, em que o orador tem o primeiro contato com o auditório e deve angariar de seus ouvintes/espectadores a benevolência para que estejam dispostos a ouvir ao discurso que será apresentado); *narração* (que conta os fatos específicos e o intuito particular do discurso trazido pelo orador); *confirmação* (que detém os argumentos e provas que devem corroborar a aceitação da tese apresentada pelo orador por parte do auditório); e *peroração* (a ‘conclusão’ do discurso que pode ter diversas funções, como retomar o objetivo central do discurso, recapitular de forma sucinta a argumentação apresentada, apresentar uma solução para o problema em questão. Independentemente da função, a peroração deve unir os argumentos apresentados na etapa da confirmação, porção lógica, ao lado psicológico do auditório, conclamando a ação, ou seja, alcançando a persuasão). As partes do discurso são claramente retomadas e descritas em artigo intitulado “A perspectiva retórica da argumentação: etapas do processo argumentativo e partes do discurso”, escrito por Figueiredo e Ferreira (2016a).

Assim sendo, o objeto de estudo será dividido em quatro partes e, na confirmação, parte em que se encontra a maioria dos provérbios, analisaremos cada uma das estratégias persuasivas exploradas por Ken Cheng com base nas proposições relacionadas principalmente à retórica e à paremiologia. Ademais, contaremos também com alguns pressupostos linguísticos, quando forem necessários aos objetivos deste artigo.

Vejamos a primeira parte do discurso em questão, o exórdio:

Parte 1: *Hi, I'm Ken Cheng. Welcome to my home. There are a lot of phrases that English people use that I think are bullshit.* (00:00:07)⁶

A primeira parte, o exórdio, como mencionado anteriormente, refere-se ao momento em que o orador deve fazer uma apresentação de si e do assunto a ser tratado. É nesse momento que ele deve criar uma proximidade com o auditório, buscando encontrar elementos que os aproximem.

Geralmente, a demonstração de carisma e benevolência por parte do orador é acolhida pelo auditório, e, por essa razão, cria um ponto de identidade entre eles. Isso acontece, entre outros motivos, porque uma imagem que apresenta características agradáveis e sensíveis é preferível a uma imagem antipática e/ou malevolente. No âmbito da retórica, a imagem que o auditório “capta” do orador a partir do seu discurso é chamada de *ethos*. Segundo Figueiredo e Ferreira (2016b, p. 62):

O *ethos* caracteriza-se como a imagem, verdadeira ou não, que o orador constrói de si no intuito de persuadir e convencer seu auditório. Essa imagem desenha-se na mente do auditório, muitas vezes, de forma inconsciente, por força da maneira como o discurso é interpretado e a postura do orador é analisada.

⁶ “Olá, sou Ken Cheng. Bem-vindos à minha casa. Existem muitas frases que os ingleses usam que eu acho que são besteira.”

De acordo com Aristóteles (2015, p. 63), o discurso deve ser “[...] proferido de tal maneira que deixa a impressão de o orador ser digno de fé [...].” Ken Cheng, de forma aparentemente contrária a esse preceito retórico, cria uma imagem controversa de si: inicia o vídeo sentado em uma cadeira, convidando o auditório a se sentir bem-vindo em sua casa; no entanto, o ambiente não se assemelha em nada a um “lar” (local em que nos sentimos acolhidos e aconchegados), pois, além da cadeira, há apenas um vaso, um par de tênis e um mancebo (o que cria um ambiente bastante minimalista e estéreo).

Somando-se a esse fato, o orador começa seu discurso afirmando que existem frases que os ingleses utilizam que ele considera *bullshit* (besteiras, bobagens) e, na sequência, elucida que fará uma contagem regressiva dos dez provérbios mais odiados por ele.

Os enunciados proverbiais, via de regra, não são questionados emotivamente por seus usuários ou tidos como “besteiras”. Em geral, são de extrema valia para as relações interpessoais, principalmente no reconhecimento entre membros de um grupo, como pontua Vellasco (2000, p. 141):

Um(a) falante pode perceber outro membro do seu grupo e identificar a comunidade à qual o outro pertence, por meio do estoque dialetal de provérbios. Ao citar provérbios, os falantes também sinalizam a sua identidade com unidades nacionais. Além disso, na compreensão e na percepção da citação proverbial, o(a) interlocutor(a) também sinaliza a sua aceitação e sua identificação com o(a) falante e o grupo em questão.

Todavia, ao convidar o auditório a se sentir bem-vindo em um cenário pouco convidativo, afirmar que os provérbios são “besteiras” e que ele está ali para apresentar sua lista dos seus dez provérbios mais odiados, Ken Cheng acaba quebrando determinadas expectativas e valores do seu auditório (artifício característico das comédias *stand-up*), e produz, assim, por meio do seu discurso, um *ethos* questionável.

Se, como advoga Reboul (2004, p. 48), o *ethos* relaciona-se com o “[...] caráter que o orador deve assumir para inspirar confiança no auditório [...]”, seria plausível supor que essa imagem inicial de Ken Cheng aumentaria a distância entre o orador e seu auditório. Contudo, justamente o contrário parece ocorrer porque “[...] o deslindamento de valores sociais, culturais, morais ou de qualquer outra espécie parece fazer parte da natureza significante do humor [...]”. (BRAIT, 1997, p. 15). Nesse sentido, o auditório aproxima-se do orador uma vez que este dissimula seus objetivos ao enunciar o oposto daquilo que afirma (cf. FIORIN, 2014, p. 69). O orador, portanto, cria um sentido de desprezo pelos provérbios, subverte o senso comum e outorga ao seu discurso um ar de comicidade. Assim, por meio do humor irônico, Ken Cheng aproxima-se de seu auditório.

A formulação do exórdio, tal como foi feita pelo orador, busca, por um lado, “[...] chamar a atenção para o interesse que este [assunto] apresenta em função de sua importância, pelo caráter extraordinário, paradoxal [...]” (FIGUEIREDO; FERREIRA, 2016a, p. 52); e, por outro lado, “[...] tornar o auditório dócil, atento e benevolente [...]”. (FIGUEIREDO; FERREIRA, 2016a, p. 53).

Adentremos na segunda e na terceira parte do discurso analisado, respectivamente elencadas:

Parte 2: *Here's a countdown of my top ten most hated proverbs. (00:00:07)*⁷

Parte 3.a: *Ten. Today is a gift. That's why they call it the present. That's just below average wordplay disguised as wisdom. Anyone could do that. Er, keep your eye on the time. That's why they call it a watch. Easy. (00:00:17)*⁸

A partir desse trecho, Ken Cheng adentra a narração e a confirmação, que são, respectivamente, a segunda e a terceira partes do discurso. Acerca dessas partes, Figueiredo e Ferreira (2016a) afirmam que a primeira se relaciona com a apresentação do contexto

⁷ “Aqui vai uma contagem regressiva dos meus dez provérbios mais odiados.”

⁸ “Dez. Hoje é uma dádiva. Por isso que o chamam de presente. Não passa de um jogo de palavras medíocre disfarçado de sabedoria. Qualquer um pode fazer isso. Mantenha os olhos no ‘tempo’. Por isso que o chamam de ‘relógio’. Fácil.”

e da problemática em questão, enquanto a segunda – mais extensa – é formada por um conjunto de provas. Os autores também esclarecem que “[...] a *confirmação* nem sempre é nitidamente separada da *narração*, uma vez que o texto se expande em *confirmação* [...]” (2016, p. 55, grifos dos autores).

Nesses trechos, o orador inicia sua lista dos provérbios mais odiados. Para demonstrar a frivolidade do enunciado proverbial “*Today is a gift. That's why they call it the present*” (“Hoje é uma dádiva, por isso que o chamam de presente”), Ken Cheng utiliza-se de um argumento que faz parte, como proposto por Perelman e Olbrechts-Tyteca (2000), daqueles que fundamentam a estrutura do real; isto é, daqueles que “[...] são considerados modos de organização da realidade [...]”. (FIORIN, 2015, p. 184).

Primeiramente, ele afirma que o provérbio “não passa de um jogo de palavras medíocre disfarçado de sabedoria” e continua “qualquer um poderia fazer isso”. Na sequência, ele produz um jogo de palavras da mesma natureza que a do provérbio: “*Keep your eye on the time. That's why they call it a watch*” (“Mantenha os olhos no “tempo”. Por isso que o chamam de “relógio”). A palavra *watch* tanto pode ser um verbo (assistir, ver, observar) quanto um substantivo (relógio). Ele cria, assim, um jogo de palavras que também fundamenta a estrutura do provérbio. O uso de tal estratégia compõe, dessa forma, um argumento por exemplo, que, segundo Perelman e Olbrechts-Tyteca (2000, p. 399), é “[...] uma generalização a partir de casos particulares [...]”, para demonstrar o quanto trivial e simples o enunciado proverbial em questão é. Ele completa esse raciocínio com a palavra *easy* (fácil), o que favorece a construção de um *ethos* de superioridade e arrogância. Assim, o orador utiliza o argumento por exemplo para demonstrar como sua tese, de que o provérbio em questão é apenas um jogo de palavras barato, é verossímil, é aceitável, ao generalizar uma questão particular, aplicando suas características específicas a uma outra situação, nesse caso, o jogo de palavras que ele cria com *time* e *watch*.

Brait (1997, p. 78), ao elucidar as concepções de ironia como atitude ou como procedimento verbal, demonstra que a ironia verbal, de acordo com Kerbrat-Orecchioni (1978), “[...] implica um trio actancial: o locutor (A¹) que dirige um certo discurso irônico para um receptor (A²), para caçoar de um terceiro (A³) que é o alvo da ironia [...]”.

Aplicando tal raciocínio ao objeto de pesquisa aqui trabalhado, A¹ seria Ken Cheng, A² o auditório formado pelos indivíduos que assistem ao vídeo e A³ os provérbios e seus usuários. A relação entre esses actantes pode ser entendida da seguinte maneira: o orador dirige seu discurso ao receptor (espectadores) que começa a ser persuadido e convencido de que os provérbios são de fato “besteiras” por meio da subversão da validade desses enunciados. Esses actantes e suas relações se manterão ao longo de todo o vídeo até que a ironia seja de fato percebida pelo auditório.

Parte 3.b: *Nine. Don't judge a book by its cover. I don't have time to read EVERY book. Of course I'm going to judge a book by its cover! I only read The Life Of Pi because it said “winner of the Man Booker Prize” on the cover. If I hadn't judged it by its cover, I would have missed out on a good book.* (00:00:31)⁹

Uma característica muito comum dos provérbios é a utilização de metáforas, embora nem todos façam uso dessa figura retórica (de linguagem). Segundo Moura (2012, p.11), “[...] a metáfora institui um mundo imaginário, em que as palavras funcionam na base do faz de conta [...]”. No trecho em questão, o orador cita o provérbio “não julgue o livro pela capa”. Esse enunciado, a fim de se observar seu valor prático, deve ser entendido metaforicamente: não se deve julgar algo ou alguém a partir de seus aspectos externos, mas, sim, pelo seu conteúdo. Porém, no vídeo, o orador analisa o provérbio por meio do seu sentido literal, excluindo seu sentido metafórico.

Essa tática é utilizada em praticamente todos os outros provérbios em sua tentativa de desqualificá-los. Nesse trecho especificamente, ao tratar o enunciado proverbial literalmente, o orador extingue sua potencialidade semântica e restringe sua utilização a situações concretas. Isso fica evidente quando ele afirma que “teria perdido um bom livro (*As Aventuras de Pi*)”, se não tivesse lido, em sua capa, o comentário: ‘ganhador do prêmio *Man Booker*’.

⁹ “Nove. Não julgue o livro pela capa. Eu não tenho tempo de ler TODOS os livros. Claro que eu vou julgar um livro pela capa! Eu só li *As Aventuras de Pi* porque estava escrito ‘ganhador do Prêmio *Man Booker*’ na capa. Se eu não tivesse julgado o livro pela capa, eu teria perdido um bom livro.”

Parte 3.c: *Eight. Never look a gift horse in the mouth. Er, you just said “don’t judge a book by its cover”. Why would I judge a horse by not its mouth? I always inspect my gifts. I actually prefer it when people leave the price tag on so I know exactly how much they value our friendship. This is just one of those phrases that pretends to be good advice, but is actually just a useless fact about animals.* (00:00:46)¹⁰

Em consonância com o raciocínio explicitado no trecho anterior, Ken Cheng continua a interpretar os provérbios em sentido literal. “A cavalo dado não se olha os dentes”, equivalente em língua portuguesa do enunciado proverbial citado pelo autor, que tem proximidade metafórica com aquele utilizado no trecho anterior.

Analizar “os dentes” de equinos é uma forma de avaliar sua saúde e seu estado geral. Metaforicamente, o provérbio intenta demonstrar que devemos ser gratos com aquilo que nos é oferecido, mesmo que não nos agrade por certas características. No caso de ser interpretado literalmente, como o orador faz, o conselho se torna trivial.

Ken Cheng continua a afirmar discursivamente seu *ethos* arrogante e debochado ao comentar que “sempre inspeciona seus presentes” e que “prefere que as pessoas deixem as etiquetas nos presentes para que ele possa avaliar o quanto elas valorizam sua amizade”. A superficialidade contida nesse comentário parece demonstrar a intenção, por parte do orador, de causar humor no auditório, “[...] uma vez que a ironia deflagra dados ambivalentes e conflitantes e gera no ouvinte a necessidade de reconhecimento do turbulento, do plural que convoca uma conciliação, o que [...] propicia a instauração do humor [...].” (FIGUEIREDO, 2016, p. 202).

A fim de reforçar sua tese acerca de quão inúteis e triviais os provérbios são, o orador encerra esse trecho dizendo que “essa é uma daquelas frases que aparenta ser um bom conselho, mas é apenas um fato inútil sobre animais”.

Parte 3.d: *Seven. You can lead a horse to water, but you can't make it drink. See? Useless. If the drinking game Ring of Fire has taught me anything, it's that you can make anyone drink anything.* (00:01:08)¹¹

A hipótese de que os enunciados proverbiais são inúteis é aqui reforçada. Depois de citar “*You can lead a horse to water, but you can't make it drink*” (“Você pode levar um cavalo até a água, mas não pode obrigá-lo a beber”), Ken Cheng afirma: “Viu? Inútil”, o que reforça o raciocínio desenvolvido no trecho anterior.

No trecho subsequente – *If the drinking game Ring of Fire has taught me anything, it's that you can make anyone drink anything* (Se o jogo de bebida *Ring of Fire* ensinou-me qualquer coisa, foi que você pode fazer qualquer um beber qualquer coisa) –, o orador faz uso do apelo à intertextualidade com o universo lúdico para fundamentar sua argumentação. O fenômeno da intertextualidade pode ser definido da seguinte maneira: “Em um texto está inserido outro texto (intertexto) anteriormente produzido, que faz parte da memória social de uma coletividade ou memória discursiva dos interlocutores” (KOCH, 2004, p. 17).

Ao mencionar a expressão *Ring of Fire*, o orador remete o auditório ao universo de um jogo de bebida muito popular em países ocidentais¹² e, ao associar a consequência última do jogo ao provérbio citado, Ken Cheng defende a ideia de que qualquer pessoa pode ser obrigada a beber qualquer coisa, o que ratifica a inutilidade do enunciado proverbial.

10 “Oito. A cavalo dado não se olha os dentes. Você acabou de dizer ‘não julgue o livro pela capa’. Por que eu não iria julgar um cavalo pelos seus dentes? Eu sempre inspeciono meus presentes. Na realidade, prefiro que as pessoas deixem as etiquetas para que eu saiba exatamente o quanto elas valorizam nossa amizade. Essa é uma daquelas frases que aparenta ser um bom conselho, mas é apenas um fato inútil sobre animais.”

11 “Sete. Você pode levar um cavalo até a água, mas você não pode obrigá-lo a beber. Viu? Inútil. Se o jogo de bebida *Ring of Fire* ensinou-me qualquer coisa, foi que você pode fazer qualquer um beber qualquer coisa.”

12 Sucintamente, o jogo acontece por intermédio de cartas que têm regras pré-estabelecidas. Cada carta tem sua própria “minirregra”, que varia de acordo com local em que se está jogando. O objetivo último do jogo é fazer com que os participantes bebam de acordo com as cartas que tiram.

Parte 3.e: *Six. You can't teach an old dog new tricks. That's simply an ageism lawsuit waiting to happen. This reminds me of a Chinese proverb – “one drop of semen is worth ten drops of blood” – which is simply a jism lawsuit waiting to happen.* (00:01:20)¹³

O sexto provérbio na lista do orador também apresenta animais em sua formulação. Entretanto, Ken Cheng não mais o interpreta em seu sentido literal, mas faz uso de outro recurso: apelará aos valores do auditório. Por essa razão, declara que um provérbio que afirma não ser possível ensinar truques novos a cachorros velhos “não passa de um processo por discriminação de idade esperando para acontecer”. O orador, portanto, apela aos valores que o auditório cultiva em relação às pessoas mais velhas, apostando que assumir que tais indivíduos não conseguem aprender coisas novas é uma atitude preconceituosa, que é repudiada pela *doxa* dentro da perspectiva contemporânea. Ao subverter e, consequentemente, depreciar o provérbio, o orador tenciona gerar humor e, dessa maneira, aproximar-se ainda mais de seu auditório por meio de seu *ethos* debochado.

Na sequência, Ken Cheng cita o provérbio chinês “Uma gota de sêmen vale dez gotas de sangue” com a intenção de impulsionar seu discurso humorístico. Na sequência desse enunciado, ele afirma: “*which is simply a jism lawsuit waiting to happen*”. *Jism* é uma gíria de língua inglesa que significa, de acordo com o *Cambridge Dictionary*, “líquido lançado pelo pênis durante atividade sexual” (tradução nossa); o *Urban Dictionary* também acrescenta “o subproduto do orgasmo masculino” (tradução nossa). Dessa forma, a frase do orador pode ser entendida como: “é simplesmente um processo ‘por orgasmo’ esperando para acontecer”. Por consequência, o orador busca instaurar o humor por meio de um jogo de palavras, que tem origem em aspectos fonéticos (isto é, que envolve a pronúncia das palavras) e que, ademais, remete a um tabu linguístico.

Parte 3.f: *Five. No news is good news. I can think of hundreds of situations that's not the case, like if you're trapped down a well. Or you're a journalist. Or you're waiting for an organ donor.* (00:01:36)¹⁴

A intertextualidade e a interpretação literal são retomadas pelo orador nesse trecho como recurso argumentativo. Após citar o provérbio *No news is good news* (“Nenhuma notícia é uma boa notícia”), o orador alega que existem inúmeras situações em que tal assertiva não é verdadeira e apresenta exemplos concretos disso.

O primeiro deles é “se você estiver preso em um poço”. Por meio desse exemplo, que é arraigado na interpretação literal do provérbio, o orador conclama o auditório a imaginar o quanto angustiante seria esperar dentro de um poço sem receber notícias de um possível resgate. Na sequência, Ken faz uma alusão ao universo jornalístico, implícita e humoristicamente, fazendo o auditório deduzir o que seria do jornalista se não tivesse o que noticiar. Por fim, ele cita a angústia dos que necessitam de um transplante de órgãos, que é intensificada pela falta de notícias.

Parte 3.g: *Four. A watched pot never boils. This is not true. I know this because I like to watch the pots of my enemies by standing outside their kitchen so their dinner never cooks and they get hungry. It never works. It's usually a waste of my afternoon.* (00:01:48)¹⁵

Nesse trecho, o orador busca enfatizar suas características humorísticas subversivas ao explicitar uma de suas “práticas”. A ciência demonstra que o enunciado *A watched pot never boils* (“Uma panela vigiada não ferve”) é falso se interpretado literalmente, pois,

13 “Seis. Você não pode ensinar novos truques a um cachorro velho. Isso é simplesmente um processo por discriminação de idade esperando para acontecer. Lembra-me um provérbio chinês, ‘uma gota de sêmen vale dez gotas de sangue’, que é simplesmente um processo ‘por orgasmo’ esperando para acontecer.”

14 “Cinco. Nenhuma notícia é uma boa notícia. Eu consigo pensar em centenas de situações que esse não é o caso, por exemplo, se você está preso em um poço. Ou se é um jornalista. Ou se está esperando por um doador de órgão.”

15 “Quatro. Uma panela vigiada nunca ferve. Isso não é verdade. Eu sei disso porque eu gosto de vigiar as panelas dos meus inimigos do lado de fora de suas cozinhas para que o jantar deles não cozinhe e eles fiquem com fome. Nunca funciona. Geralmente é um desperdício das minhas tardes.”

qualquer líquido submetido à fervura entrará em ebulição de acordo com suas características, independentemente de haver ou não alguém “vigiando”.

O orador busca gerar riso no auditório ao subverter o uso desse saber científico, amplamente conhecido pelo senso comum. Resumidamente, ele afirma que “gosta de vigiar as panelas dos seus inimigos do lado de fora de suas cozinhas para que o jantar deles não cozinhe e eles fiquem com fome” e completa “nunca funciona”. Seu *ethos* debochado é, então, reafirmado por meio do humor.

Parte 3.h: *Three. Killing two birds with one stone. Who goes around throwing stones at birds? If you're going around killing birds with stones, you have issues. If you're going around killing birds with stones so often that you need a more time-efficient way of doing it, that is obsession.* (00:02:04)¹⁶

Parte 3.i: *Two. Not enough room to swing a cat. Who goes around swinging cats in rooms? Why are these proverbs all about animals? I don't care about dogs, horses, birds or cats.* (00:02:21)¹⁷

Em ambos os trechos transcritos acima, o orador, por meio da literalidade, evidencia quão absurdos são os provérbios listados. Afinal de contas, “quem sai por aí jogando pedras em pássaros” ou “movendo gatos em cômodos”? Ao confrontar o auditório com tais interrogações, Ken Cheng se vale de um argumento pelo ridículo que, segundo Perelman e Olbrechts-Tyteca (2000, p. 233), se refere a “[...] tudo aquilo que merece ser sancionado pelo riso [...]”.

A *doxa* contemporânea condena maus tratos dirigidos a animais e, portanto, o provérbio *Killing two birds with one stone* (“Matar dois coelhos com uma cajadada só”, equivalente em língua portuguesa), listado na Parte 3.h, se opõe “[...] a concepções que são naturais numa dada sociedade [...]” (PERELMAN; OLBRECHTS-TYTECA, 2000, p. 234). Além disso, o orador eleva o enunciado proverbial *Not enough room to swing a cat* (“Não há espaço no cômodo para mover um gato”) ao desprezível, pois evidencia que “[...] suas consequências seriam ridículas [...]” (PERELMAN; OLBRECHTS-TYTECA, 2000, p. 234).

O *ethos* arrogante do orador é enfatizado na Parte 3.i, quando Ken Cheng questiona “por que todos esses provérbios são sobre animais? Eu não me importo com cachorros, cavalos, pássaros ou gatos”. É como se afirmasse que, devido ao fato de não se importar com animais, o sentimento de ódio que nutre pelos enunciados proverbiais ganha mais força.

Parte 3.j: *And one. Don't count your chickens before they hatch. Stop it now. What's this English obsession with animals, especially when it comes to counting them? Get a hobby.* (00:02:32)¹⁸

Em termos da disposição do discurso, o trecho acima é o último que se refere à confirmação. De acordo com Figueiredo e Ferreira (2016a), é a parte em que orador expõe os argumentos que podem, de fato, *confirmar* sua tese.

Ao invés de se manter na linha de interpretação literal observada na maioria dos argumentos anteriores, Ken Cheng chama a atenção do auditório para o fato de que “muitos provérbios ingleses têm obsessão pelos animais”. Isso reforça o que o orador afirmou na Parte 3.i e reafirma a frivolidade dos provérbios.

16 “Três. Matar dois pássaros com uma pedra. Quem sai por aí jogando pedras em pássaros? Se você sai por aí matando pássaros com pedras, você tem problemas. Se você sai por aí matando pássaros com pedras com tanta frequência que você precisa de um jeito mais rápido e eficaz, isso é obsessão.”

17 “Dois. Não há espaço no cômodo para mover um gato. Quem sai por aí girando gatos em cômodos? Por que todos esses provérbios são sobre animais? Eu não me importo com cachorros, cavalos, pássaros ou gatos.”

18 “E um. Não conte com o ovo no cu da galinha. Parem agora. Qual é essa obsessão inglesa com animais, especialmente em relação a contá-los? Achem um hobby.”

Para concluir, o orador apela ao imperativo e afirma que os responsáveis pela formulação dos provérbios deveriam “encontrar um hobby”.

Vejamos agora a última parte do discurso analisado:

Parte 4: *Well, thanks for coming over. I've been Ken Cheng and this has been my top ten most hated proverbs. Remember this one – the fool speaks, but the wise man listens.* (00:02:32)¹⁹

O trecho acima se refere à peroração, que é a parte final do discurso retórico e que pode apresentar algumas funcionalidades: ampliação da ideia defendida, apelo às paixões e recapitulação (cf. FIGUEIREDO; FERREIRA, 2016a, p. 55). Nesse excerto, o orador recapitula o assunto do vídeo ao afirmar “bom, obrigado por terem vindo. Eu sou Ken Cheng e esta foi a lista dos meus provérbios mais odiados”.

De modo a ampliar a ideia defendida, em forma de epílogo, o orador cita o provérbio *the fool speaks, but the wise man listens* (“O tolo fala, mas o sábio escuta”). Ainda que toda a construção argumentativa do vídeo forneça pistas de que a figura retórica da ironia é a base da argumentação proposta pelo orador, somente com a utilização desse último provérbio é que esse fato se confirma. Com essa frase final, o orador almeja provar que, na contramão do exposto em sua linha argumentativa, os enunciados proverbiais são de extrema importância e valia para as comunidades linguísticas. Eles podem fornecer informações necessárias para que os sujeitos tenham condições de enfrentar suas realidades a partir de conhecimentos acumulados ao longo de várias gerações; afinal, “ouvir” e consequentemente interpretar o que o provérbio postula é uma qualidade dos “sábios”.

Tal linha argumentativa encontra, na figura retórica da ironia, a base de sua formulação e vai ao encontro da máxima proposta por Figueiredo (2016): um orador “[...] disposto a transformar a ordem estabelecida, dissimula-se na IRONIA [...]”. Valendo-se desse último provérbio, o orador evidencia suas funcionalidades e demonstra que devem ser interpretados metaforicamente, com a possibilidade de se tornarem inúteis e triviais se analisados de forma literal.

Ainda vale ressaltar a definição de Fiorin (2014, p. 69, grifos do autor):

A *ironia* (do grego *eironéia*, que significa ‘dissimulação’) ou *antífrase* (do grego *antíphrasis*, que quer dizer ‘expressão contrária’) é um alargamento semântico, uma difusão sêmica. No eixo da extensão, um significado tem o seu valor invertido, abarcando assim o sentido x e o seu oposto. Com isso, há uma intensificação maior ao sentido, pois se finge dizer uma coisa para dizer exatamente o oposto. O que estabelece uma compatibilidade entre os dois sentidos é uma inversão. A ironia apresenta uma atitude do enunciador, pois é utilizada para criar sentidos que vão do gracejo até o sarcasmo, passando pelo escárnio, pela zombaria, pelo desprezo, etc. Na verdade, são duas vozes em conflito, uma expressando o inverso do que disse a outra; uma voz invalida o que a outra profere. Assim, a ironia é um tropo em que se estabelece uma compatibilidade predicativa por inversão, alargando a extensão sêmica dos pontos de vista coexistentes e aumentando sua intensidade.

A partir dessa citação, fica ainda mais evidente de que maneira Ken Cheng, por meio do seu discurso, constrói o sentido irônico. Tal construção tem início no exórdio, momento em que ‘recebe’ seu auditório em sua ‘casa’ (quando dissimula a ideia de casa e rompe com os padrões da *doxa* sobre a temática) e apresenta a temática geral de seu ato retórico (o quanto ele acha que provérbios são triviais e inúteis); continua a se desenvolver na narração, quando dispõe seu intuito discursivo (enumerar os dez provérbios que mais odeia); perpassa a confirmação, ao apresentar os provérbios e os argumentos que buscam evidenciar sua trivialidade e ineficácia (estágio em que o orador constrói as bases de seu discurso irônico); e é finalmente concluída na confirmação, momento em que o orador rompe com a direção argumentativa adotada e se vale da figura retórica da ironia e de um provérbio para concluir sua argumentação.

19 “Bom, obrigado por terem vindo. Sou Ken Cheng e esses foram os dez provérbios que eu mais odeio. Lembrem-se deste: o tolo fala, mas o sábio escuta”.

Dessa forma, como Fiorin (2014) elucida, no ato retórico do comediante, existem duas vozes em contraposição: a primeira, que diz o quanto provérbios não possuem lógica clara e são irracionais; e a segunda, que afirma que eles trazem uma sabedoria prática e sintetizada da realidade ao serem empregados na comunicação. A segunda voz, trazida pela confirmação de Ken Cheng, invalida toda a construção da primeira, que afirmava que provérbios são inúteis, e é exatamente essa sobreposição de sentidos opostos que constrói o sentido cômico do vídeo. De fato, tal inversão contida na construção trópica de Cheng ganha ainda mais força com a imprevisibilidade de seu argumento final, o emprego de um provérbio. Tal imprevisibilidade advém da construção argumentativa do orador, que a todo o tempo invalidou a utilidade de provérbios.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste artigo, buscamos demonstrar como discursos contemporâneos, aqui representados pela postagem e consumo de vídeos na plataforma YouTube, podem ser estudados mediante uma análise de cunho retórico. Dessa maneira, por intermédio de um vídeo extraído dessa plataforma, procuramos destacar os meios utilizados pelo orador na busca por persuadir seu auditório. Para isso, valemo-nos de pressupostos teórico-metodológicos da retórica clássica e contemporânea. Devido ao conteúdo discursivo do vídeo, trouxemos à baila discussões sobre algumas características retórico-argumentativas dos provérbios pertinentes aos objetivos deste trabalho, sem a intenção de fazer uma revisão bibliográfica ampla sobre a temática ou mesmo reduzir a utilização dos provérbios àquela observada no objeto de pesquisa analisado.

De maneira mais específica, no que tange ao aspecto argumentativo de nossas proposições, um dos meios utilizados foi o argumento pelo ridículo, que se manifestou ao longo de toda a construção retórica do orador. Por meio dele, o humor foi construído e teve como alicerce a figura retórica da ironia. O intuito do comediante foi destruir a construção argumentativa dos provérbios e, para isso, empregou, por vezes, a literalidade na interpretação dos enunciados, além de estabelecer intertextualidades entre os provérbios e outros textos.

Ademais, demonstramos de que maneira a figura retórica da ironia representa um importante alicerce argumentativo que, no texto analisado, permitiu explorar eficazmente a subversão da linguagem por meio da construção de um *ethos* humorístico, debochado e arrogante.

Por fim, pudemos constatar que os provérbios atuam como importantes recursos retóricos que, se devidamente utilizados, podem constituir argumentos relevantes para contextos diversos. No caso do objeto de estudo explorado, observamos que os enunciados proverbiais utilizados serviram de alicerce para a geração do humor e, adicionalmente, reforçaram o valor prático e social desses fraseologismos.

REFERÊNCIAS

- ABREU, A. S. *A arte de argumentar: gerenciando razão e emoção*. 7. ed. Cotia: Ateliê Editorial, 2004.
- ALBUQUERQUE, M. H. T. *Um exame pragmático do uso de enunciados proverbiais nas interações verbais correntes*. 1989. 169 f. Dissertação (Mestrado da Área de Filologia Romântica) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 1989.
- AMARAL, A. *Tradições populares*. 2. ed. São Paulo: HUCITEC, 1976.
- ARISTÓTELES. *Retórica*. Tradução Manuel Alexandre Júnior, Paulo Farmhouse Alberto e Abel do Nascimento Pena. São Paulo: Folha de S. Paulo, 2015. (Coleção Folha. Grandes nomes do pensamento; v. 1)
- BBC THREE. Canal no YouTube, 2013. Canal da corporação BBC. Disponível em: <https://www.youtube.com/channel/UCcjolhqu3nyOFmdqF17LeBQ/featured>. Acesso em: 18 ago. 2021.

BRAIT, B. *Ironia em perspectiva polifônica*. Campinas: Editora Unicamp, 1997.

FERREIRA, L. A. *Leitura e persuasão: princípios de análise retórica*. São Paulo: Contexto, 2010.

FIGUEIREDO, M. F. A retórica, a linguística e os mecanismos de subversão da linguagem: a ironia como exemplo. In: FERREIRA, F. A.; LUDOVICE, C. A. B.; PERNAMBUKO, J. (org.) *Textos: processos, práticas e abordagens teóricas*. Franca: Unifran, 2016. (Coleção Mestrado, 11). p. 193-214.

FIGUEIREDO, M. F.; FERREIRA, L. A. A perspectiva retórica da argumentação: etapas do processo argumentativo e partes do discurso. *ReVEL*, ed. especial, v. 14, n. 12, p. 44-59, 2016a.

FIGUEIREDO, M. F.; FERREIRA, L. A. A dimensão do ethos nos gêneros retóricos. In: LIMA, E. S.; GEBARA, E. L.; GUIMARÃES, T. F. (org.) *Estilo, ethos e enunciação*. Franca: Unifran, 2016b. p. 58-79.

FIORIN, J. L. *Argumentação*. São Paulo: Contexto, 2015.

FIORIN, J. L. *Figuras de retórica*. São Paulo: Contexto, 2014.

KERBRAT-ORECCHIONI, C. Problèmes de l'ironie. *Linguistique et Sémiologie 2: L'ironie*. Lyon: Presses Universitaires de Lyon, 1978, p. 10-36.

KOCH, I. G. V. *Introdução à lingüística textual: trajetória e grandes temas*. São Paulo: Martins Fontes, 2004.

LOGAN, B. Ken Cheng review – fringe's 'funniest joke' teller is a calculating comic. *The Guardian*, Londres, 1 fev. 2019. Disponível em: <https://www.theguardian.com/stage/2019/feb/01/ken-cheng-best-dad-ever-fringe-funniest-joke-review-vault-festival-london>. Acesso em: 18 maio 2019.

MOURA, H. *Vamos pensar em metáforas?* São Leopoldo, RS: Editora Unisinos, 2012. (Coleção Aldus, 36).

OBELKEVICH, J. Provérbios e história social. In: BURKE, P.; PORTER, R. (org.). *História social da linguagem*. Tradução Álvaro Hattnher. São Paulo: Unesp, 1997. p. 44-81.

PERELMAN, C.; OLBRECHTS-TYTECA L. *Tratado da argumentação: a nova retórica*. Tradução Maria Ermantina Galvão G. Pereira. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

RAMÍREZ VIDAL, G. Silogismos entimemáticos y entimemas retóricos. *Quadripartita Ratio: Revista de Retórica y Argumentación*, v.1, n.1, p. 100-108, 2016.

REBOUL, O. *Introdução à retórica*. São Paulo: Martins Fontes, 2004.

TOP TEN: Most Hated Proverbs (feat Ken Cheng)., 2016. Produção: BBC Three. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?time_continue=153&v=u0D-hmW4YUE. Acesso em: 2 jul. 2019.

VELLASCO, A. M. S. Padrões de uso de provérbios na sociedade brasileira. *Cadernos de Linguagem e Sociedade*, v. 4, p. 122-160, 2000.

XATARÁ, C. M.; SUCCI, T. M. Revisitando o conceito de provérbio. *Veredas on line – atemática*, Juiz de Fora, n. 1, p. 33-48, 2008.



Recebido em 31/05/2020. Aceito em 08/10/2020.

