

O Humor como Estratégia de Satirização do Cotidiano Secretarial: Questões de Gênero (Social e Textual/Discursivo) Imbricadas no Curso “Atención Telefónica”

The Humor as Strategy of Satirization of the Secretarial Daily: Tags of Genre and Gender Imbricated in the Course “Atención Telefónica”

Eduardo César Pereira Souza¹ e Karine Freitas Souza²

¹Universidade Federal do Amapá, UNIFAP

²Universidade Federal da Bahia, UFBA

Como citar: Souza, E. C. P. & Souza, K. F. (2021). O Humor como Estratégia de Satirização do Cotidiano Secretarial: Questões de Gênero (Social e Textual/Discursivo) Imbricadas no Curso “Atención Telefónica”. *Connection Scientific Journal*, 4(1), 17-34. <https://doi.org/10.51146/csj.v4i1.40>.

Recebido em: 2021-01-10. **Aceite em:** 2021-04-08. **Publicado em:** 2021-04-28.



Resumo

O humor tem sido pauta de pesquisa em diferentes áreas do conhecimento como a Filosofia, a Sociologia, a Psicanálise e a Linguística, mesmo que em cada uma delas os objetivos de estudo sejam diferenciados. Em se tratando do Secretariado, é comum ver pela internet piadas, cartuns, charges, quadrinhos, entre outros, envolvendo o trabalho e/ou as próprias secretárias. Tendo em vista tais afirmativas, pergunta-se: no gênero textual *newsletter*, quais são as estratégias de satirização do cotidiano secretarial percebidas a partir da conexão entre humor e gênero (social/textual/discursivo)? O objetivo geral deste trabalho é conhecer como se estabelece a construção das estratégias de satirização do cotidiano secretarial na *newsletter* “Los trucos de Erika”. A fundamentação teórica do trabalho está pautada em autores como Raskin (1985, 1987, 1991), Propp (1992), Minois (2003), Bergson (2007) etc. Sobre os aspectos metodológicos, o estudo é qualitativo na abordagem do problema, exploratório no objetivo e documental quanto aos procedimentos técnicos adotados. O *corpus* é constituído por nove lições do curso “Atención Telefónica”, recebidas por *e-mail*, na *newsletter* “Los trucos de Erika”, entre 13 de fevereiro e 9 de março de 2017, a partir do cadastro no *blog* espanhol “Anécdotas de Secretarias”. Com base nas análises realizadas, foi possível constatar que as estratégias de humor empregadas partem da utilização da personagem-símbolo, Erika Martin, das sátiras ao comportamento das trabalhadoras nos escritórios e seus desdobramentos com os chefes/colaboradores/clientes e da metalinguagem como forma de criticar a própria prática.

Palavras-chave: humor, gênero textual/discursivo, secretárias

Abstract

Humor has been a research topic in different areas of knowledge such as Philosophy, Sociology, Psychoanalysis and Linguistics, even though the study objectives are different in each of them. When it comes to the Secretary Field, it is common to see jokes, cartoons, comic strips, parodies on the internet, among others, involving work and / or the secretaries themselves. With these statements in mind, it is questioned: what are the satirization strategies of the daily secretarial activities perceived in the newsletter textual genre from the connection between humor and gender (social / textual / discursive)? The overall aim of this paper is to know how the construction of satirization strategies of secretarial activities is established in the newsletter “Los trucos de Erika”. The theoretical foundation of this paper is based on authors as Raskin (1985, 1987, 1991), Propp (1992), Minois (2003), Bergson (2007) etc. Regarding the methodological aspects, the study is qualitative in approaching the problem, exploratory in its objective and documentary considering the technical procedures adopted. The corpus consists of nine lessons from the “Atención Telefónica” course, received by email, in the newsletter “Los trucos de Erika”, between February 13 and March 9, 2017, from the registration on the Spanish blog “Anécdotas de Secretarias”. Based on the analysis carried out, it was possible to verify that the humor strategies employed start from the use of the character-symbol, Erika Martin, from satires to the behavior of the workers in the offices and their unfolding with the bosses / collaborators / customers and metalanguage as a way to criticize the practice itself.

Keywords: humor, textual / discursive genre, secretaries

Este trabalho é uma versão estendida de um resumo (Souza, 2018) apresentado no 21º Intercâmbio de Pesquisas em Linguística Aplicada (InPLA), da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP), realizado em 2018, com publicação nos anais do evento.

O interesse pela temática aqui empreendida surge quando se constata que o humor vem sendo pauta nas agendas de pesquisa de diferentes áreas (Filosofia, Sociologia, Psicanálise, Linguística, Administração etc.), mesmo que em cada uma delas as questões-problema sejam diferenciadas. Ao enveredar pelo espaço laboral, nota-se que os estudos sobre ele estão inseridos, por exemplo, no contexto da administração pública (Aufrecht, 2001), no serviço de atendimento de organizações privadas como hotéis (Duarte, 2005), no âmbito da consultoria (Wood & Caldas, 2005), nas empresas envolvendo a orientação sexual (Irigaray et al., 2010) e como “instrumento” de controle social (Collinson, 1988, 2001).

Em se tratando do campo secretarial, parece existir um território fértil para as questões humorísticas, como de fato acontece, ao menos nos programas de TV, nos quadrinhos, nas piadas, no trabalho, na roda de amigos, na família. No entanto, o mesmo não acontece quando se pensa nas produções científicas correlacionando humor e secretariado. Talvez por isso, este estudo se mostre importante e necessário, pois procura, ainda que num contexto transfronteiriço (Brasil-Espanha), trazer para a pauta de discussão tal temática.

Como não se pode esgotar qualquer tema em um estudo científico, resolve-se investigar, neste trabalho, o gênero textual *newsletter*. De acordo com Fernandes (2020), “as newsletters são boletins informativos enviados por *e-mail* para uma lista de contatos”. Para o autor, há, basicamente, dois tipos de *newsletters*: uma destinada à venda de produtos e outra para dar visibilidade a um perfil ou uma empresa. Neste último caso, “o remetente pode enviar textos, guias, tutoriais e artigos sobre um assunto que domina, a fim de se estabelecer como referência naquele tema” (Fernandes, 2020). Por fim, sabe-se que os assuntos abordados nesse gênero textual podem ser diversos, como “receitas culinárias, histórias em quadrinhos, tecnologia, humor, esportes”. (Fernandes, 2020).

A partir de tais informações, estabelece-se a seguinte questão-problema: quais são as estratégias de satirização do cotidiano secretarial percebidas a partir da conexão entre humor e gênero (social/textual/discursivo) na *newsletter*? O objetivo geral desta pesquisa é conhecer como se estabelece a construção das estratégias de satirização do cotidiano secretarial na *newsletter* “Los trucos de Erika” (Os truques de Erika), do *blog* espanhol “Anécdotas de Secretarias” (Anedotas de Secretárias).

No que diz respeito à estrutura do artigo, depois desta introdução, segue-se com o referencial teórico, procurando destacar aspectos gerais do humor e a contribuição de Raskin para os estudos dessa temática. Em seguida, abordam-se os aspectos metodológicos delineados para esta investigação, com vistas a atingir o objetivo proposto. Feito isso, parte-se para a apresentação dos resultados e discussão e, por fim, tecem-se as considerações finais sobre o trabalho aqui empreendido e listam-se as referências consultadas.

Referencial Teórico

Aspectos terminológicos, históricos e sociais do humor/riso

Os estudos sobre o humor acontecem desde a Antiguidade e as bases teóricas nas quais os pesquisadores se debruçam para analisar seus achados são diversas (Minois, 2003). Naturalmente, depende, em larga escala, do campo científico no qual o estudioso se encontra, seja a Filosofia, a Linguística, a Sociologia, a Psicologia, a Administração etc.

De antemão, Duarte (2005) esclarece que não existe definição única e precisa do humor. Ainda assim, sabe-se que ele já foi estudado no âmbito da comicidade (Freud, 1977), como traço de personalidade (Ruch, 1993), como virtude (Comte-Sponville, 1995) e como reação fisiológica (Funes, 2001). Também, há quem diga que ele pode ser tratado como um dom precioso, raro, teimoso e rebelde (Freud, 1977), além de ser utilizado como instrumento de denúncia e, às vezes, para estabelecer o equilíbrio social e psicológico dos indivíduos (Neves, 1970). Portanto, nota-se que se apresenta com inúmeras funções sociais.

Quando se pensa nas suas finalidades, encontra-se que uma delas é servir como “lubrificante social” (Moody, 1978), já que ele é visto como eficaz instrumento de comunicação, facilitando, desse modo, o compartilhamento de emoções positivas ou negativas (Grugulis, 2001). No que diz respeito às funções comunicativas do humor, ele pode ser usado nas formas de sarcasmo, piadas, **sátira** e ironia (Wählin, 2001; Wood & Caldas, 2005). No caso deste estudo, em específico, busca-se conhecer como se estabelece a construção das estratégias de satirização do cotidiano secretarial em uma *newsletter* de *blog* espanhol.

Revisitando alguns estudos organizacionais sobre o humor (Fry, 1963; Douglas, 1975; Linstead, 1985; Long e Graesser, 1988; Mulkay, 1988; Hatch e Erlich, 1993), parece comum o consenso sobre a existência de dois tipos dele: aquele que é visto como padronizado, estruturado, ensaiado e leva seu contexto discursivo consigo; e outro entendido como espontâneo. Neste último caso, ele tem mais dependência do contexto.

Em complemento, julga-se necessário esclarecer que, historicamente, cada teórico que trata do humor em seus estudos intenta fazê-lo de modo isolado, ignorando boa parte dos trabalhos existentes até o momento e apropriando-se de definições já elaboradas no passado (Alberti, 1999).

É sabido que o uso corriqueiro da palavra humor na Língua Portuguesa tem a ver com a graça, o fazer rir, e a disponibilidade para notar, perceber, degustar ou manifestar o que é cômico ou “divertido”; logo, o humor provoca o riso. Desse modo, o ingrediente básico dele é o rompimento de uma estrutura de referência e o reconhecimento da desconexão causada por tal violação. Na visão de Eco (1986), o cômico é o entendimento do oposto e o humor é o sentimento associado a esse processo.

Minois (2003) lembra que o riso é “estudado com lupa há séculos, por todas as disciplinas”, mas que ele ainda “esconde seu mistério” (p. 16). O autor acrescenta dizendo que ele é “altamente agressivo, sarcástico, escarneador, amigável, sardônico, angélico, tomando as formas da ironia, do humor, do burlesco, do grotesco, ele é multiforme, ambivalente, ambíguo” (p. 16). Em resumo, constata-se que o riso possui muitas personalidades. Assim sendo, uma piada, por exemplo, terá sua função social atendida se ela estiver inserida em um contexto específico, em uma época específica. Ao ser traduzida para outra língua ou longe do seu período histórico de criação, se contada, ela tende a não fazer sentido, a não surtir o efeito desejado (Weber, 2014).

Olhando outros estudos sobre o riso, será possível ampliar a compreensão sobre sua complexidade. Na visão de Bergson (2007), ele é objeto de reflexão da filosofia e possui função social. Portanto, para entender a significação do riso em sua filosofia “é preciso colocá-lo em seu meio natural que é a sociedade; é preciso, sobretudo, determinar sua função útil” (Bergson, 2007, p. 6). O riso pode ser percebido como um produto do homem na sociedade, do indivíduo inserido no contexto social. Ele funciona como uma espécie de mágica, na qual o resultado pode ser uma mudança repentina da realidade, para melhor ou para pior (Berger, 1997).

O entendimento do riso no âmbito social demanda a compreensão de três observações fundamentais: a primeira delas diz respeito ao fato de que o riso é uma manifestação propriamente humana, só o homem ri e faz rir. A segunda observação coloca o riso na posição de inimigo da emoção (frente a uma situação séria, por exemplo, não poderá haver compadecimento). E a terceira está relacionada à função coletiva do riso (o riso é fruto da comunhão entre homens de um grupo social) (Bergson, 2007). Ou seja, a razão do riso, por vezes, é fruto da comicidade percebida de caráter, uma vez que quem está na mira do risível é o próprio homem; isso nos leva a crer que vida real e comédia se confundem (Bergson, 2007).

Propp (1992), refletindo sobre os estudos relacionados à comicidade, classifica os tipos de risos provocados nos homens em duas modalidades: de zombaria e sem zombaria. Na visão do autor, esses dois dão origem a vários outros. De acordo com ele,

o homem ri. Não é possível estudar o tipo de problema da comicidade fora da psicologia do riso e da percepção do cômico. Por isso começamos por colocar o problema dos diferentes tipos de riso. Pode-se perguntar: certas formas de comicidade não estariam ligadas a certos aspectos do riso? Por isso é preciso ver e decidir quantos aspectos do riso podem ser estabelecidos de um modo geral, e quais deles são mais importantes que outros para os nossos objetivos (Propp, 1992, p. 27).

Nesse sentido, entre os tipos de risos estabelecidos por Propp (1992) estão os sem zombaria, nos quais se enquadram o “riso bom”, o “riso maldoso ou riso cínico”, o “riso alegre”, o “riso ritual” e o “riso imoderado”. Na última modalidade de riso, não se ri de alguém, como bem disse Propp, pois

o riso é possível apenas quando os defeitos de quem se ri não adquirem o aspecto de vícios e não provocam repulsão. O problema, conseqüentemente, é um problema de gradação. Pode acontecer, por exemplo, que os defeitos sejam tão irrelevantes a ponto de suscitar em nós não o riso, mas o sorriso. O defeito pode ser próprio de uma pessoa a quem amamos e apreciamos bastante ou por quem sentimos simpatia. No quadro geral de uma avaliação positiva e da aprovação, um pequeno defeito não provoca condenação, mas pode, ao contrário, reforçar um sentimento de afeto e simpatia. A pessoas assim perdoamos facilmente suas falhas. Esta é a base psicológica do riso bom. (Propp, 1992, p. 152)

A partir das palavras de Propp (1992), parece possível pensar que nem todo riso vem carregado de más intenções. Quando se trata de pessoas próximas (um amigo, um familiar, um namorado/namorada), a quem amamos ou sentimos carinho, rir pode significar afeto, empatia, simpatia. Então, estamos frente ao riso bom.

No que diz respeito ao riso de zombaria ou derrisão, também proposto por Propp (1992), ele é provocado quando se descobre um defeito de maneira súbita. Nesse tipo de riso, “a pessoa compara involuntariamente aquele que ri consigo próprio e parte do pressuposto de não possuir os defeitos do outro” (Propp, 1992, p. 180).

Nesse caso, quando rimos *de* nosso interlocutor (porque ele *fez* ou *disse* algo ridículo), nós estamos frente a duas situações: 1) não nos identificamos com ele e/ou 2) somos superiores a ele. No entanto, quando rimos *com* nosso interlocutor (porque ele *disse* algo espirituoso acerca de si mesmo, de nós ou de um terceiro), nós: 1) nos identificamos com ele e/ou 2) não podemos ser, portanto, nem superiores nem inferiores a ele (Bergson, 2007).

O humor/riso na perspectiva da linguística: a contribuição de Raskin (1985, 1987) e Attardo e Raskin (1991)

Adentrando no contexto linguístico, há de se considerar os desdobramentos do riso no campo semântico. Um dos principais contribuintes para os estudos do humor na linguística foi Raskin, com sua proposta *Semantic Script Theory of Humor (SSTH)* ou “teoria dos dois *scripts*” (1985). Para ele, o texto de humor verbal, ao ser formulado, deve ser compatível com dois “Princípios Gerais”: o primeiro estabelece que o texto deve ser compatível, no todo ou em parte, com dois *scripts* diferentes; o segundo, que os dois *scripts* compatíveis com o texto são opostos num senso: real/não real; esperado/não esperado; possível/impossível (Raskin, 1985).

Sobre o *script*, Raskin (1985) utiliza o termo no sentido de representar um conjunto de informações sobre algo, quer dizer, uma espécie de roteiro de como as coisas são feitas e organizadas, quase sempre, relacionadas a estereótipos. Esses *scripts*, de acordo com Raskin (1985), são buscados pela memória a partir de itens lexicais. Para que o riso venha à tona, naturalmente, espera-se que o interlocutor tenha uma boa quantidade de informações em sua memória, sob pena de não entendimento do conteúdo humorístico apresentado pelo locutor/emissor (Raskin, 1985).

Em outras palavras,

apesar de estabelecer uma distinção entre os *scripts* dependentes de informação puramente lingüística (conhecimento lexical) e aqueles que dependem de informação enciclopédica (conhecimento de mundo), Raskin os apresenta indistintamente como ligados por elos de natureza semântica, formando redes. A partir daí, propõe que um texto pode ser caracterizado como humorístico se, como já foi dito, for compatível, integral ou parcialmente, com dois *scripts* que se oponham em um sentido especial, como por exemplo: real/não-real, bom/mau, não-sexual/sexual etc. (Rosas, 2003, pp. 140-141)

Ao revisitar sua teoria em 1987, Raskin adicionou às condições exigidas para configuração do cômico a mudança do modo de comunicação confiável/*bona-fide* para o modo não confiável/não *bona-fide* e um gatilho, óbvio ou implícito, que possibilita passar de um *script* a outro (Possenti, 1998). No que diz respeito ao gatilho, óbvio ou implícito, o autor diz que ele permite passar de um *script* a outro e que, por vezes, podem-se encontrar trechos do texto que são compatíveis com mais de uma leitura, ou seja, adequados a mais de um *script*. Essa mescla dos *scripts* pode ser parcial ou total, e, no último caso, o texto será inteiramente compatível com ambos os *scripts* (Raskin, 1987).

Posteriormente, em 1991, Raskin revisou, juntamente com Attardo, sua teoria semântica de *scripts* no humor (SSTH), que passou então a chamar-se *General Theory of Verbal Humor* (GTVH), Teoria Geral do Humor Verbal, de modo que fosse possível destacar que, além da semântica, a nova teoria considerava “outras áreas da lingüística, inclusive e principalmente a lingüística textual, a teoria da narratividade e a pragmática” (Attardo, 1994, p. 222).

No próximo tópico, abordam-se os aspectos metodológicos delineados para este estudo.

Metodologia

Sobre os aspectos metodológicos pensados para este trabalho, tem-se que ele é qualitativo na abordagem do problema. O viés qualitativo envolve uma abordagem interpretativa do mundo, o que significa que seus pesquisadores estudam as coisas em seus cenários naturais, tentando entender os fenômenos em termos dos significados que as pessoas a eles conferem (Denzin & Lincoln, 2006). No caso deste estudo, o problema é: como se estabelece a construção das estratégias de satirização do cotidiano secretarial na *newsletter* “Los trucos de Erika”?

No que diz respeito ao objetivo, trata-se de uma pesquisa exploratória. Portanto, se o objetivo é entender como se estabelece a construção das estratégias de satirização do cotidiano secretarial na *newsletter* “Los trucos de Erika”, pretende-se: a) aumentar o grau de familiaridade com fenômenos relativamente desconhecidos; b) obter informações sobre a possibilidade de levar adiante uma investigação mais completa sobre um contexto particular da vida real; c) estabelecer prioridades para investigações posteriores (Sampieri et al., 1991).

Quanto aos procedimentos técnicos adotados, a investigação é documental. Na técnica de pesquisa documental, “vale-se de documentos originais, que ainda não receberam tratamento analítico por nenhum autor. [...] é uma das técnicas decisivas para a pesquisa em ciências sociais e humanas” (Helder, 2006, pp. 1-2) (no contexto atual, entende-se que se trata tanto de documentos físicos quanto de digitais). No caso desta investigação, analisam-se nove lições recebidas por *e-mail*, a partir do cadastro na *newsletter* “Los trucos de Erika”.

Adentrando no universo do *corpus* desta pesquisa, tem-se que ele é constituído por nove lições do curso “Atención Telefónica” (Atenção Telefônica), recebidas por *e-mail*, na *newsletter* “Los trucos de Erika”, entre 13 de fevereiro e 9 de março de 2017, a partir do cadastro no *blog* espanhol “Anécdotas de Secretarias”.

A seguir, elencam-se as lições recebidas por *e-mail*.

Figura 1

Lições do curso “Atención Telefónica”

Assunto do e-mail	Data de recebimento
Curso Atención Telefónica	13 de fevereiro de 2017
Curso Atención Telefónica – Lección 2	15 de fevereiro de 2017
Curso Atención Telefónica – Lección 3	16 de fevereiro de 2017
Curso Atención Telefónica – Lección 4	17 de fevereiro de 2017
Curso Atención Telefónica: Las interrupciones	20 de fevereiro de 2017
Curso Atención Telefónica: Las llamadas internacionales	21 de fevereiro de 2017
Curso Atención Telefónica: Filtrar y transferir llamadas	22 de fevereiro de 2017

Assunto do e-mail	Data de recebimento
Curso Atención Telefónica: Cómo finalizar la llamada	23 de fevereiro de 2017
La importancia del aviso y registro de llamadas telefónicas	9 de março de 2017

Nota: Elaborada pelos autores (2021).

Para a realização das análises, recorreu-se à Bardin (2011) com sua proposta de Análise de Conteúdo. De acordo com essa teoria, há uma etapa destinada à exploração do material, na qual são constituídas as categorias de análise para classificação das inferências e conhecimentos obtidos na investigação. Assim sendo, neste trabalho, emergiram as seguintes categorias de análise:

Figura 2

Categorias de análise

Categorias de análise emergidas na fase de exploração do material
a) domínio da personagem-símbolo, Erika Martin, sobre o fazer secretarial
b) pertinência das sátiras ao comportamento das secretárias nos escritórios e seus desdobramentos com os chefes/colaboradores/clientes
c) críticas sobre a prática secretarial

Nota: Elaborada pelos autores (2021).

Em relação às categorias emergidas, é possível fazer alguns comentários, tais como: a primeira categoria, “domínio da personagem-símbolo, Erika Martin, sobre o fazer secretarial”, pode ser útil para compreender se as falas da protagonista estão embasadas em vivências profissionais no mercado de trabalho ou são apenas observações despretensiosas. A segunda, “pertinência das sátiras ao comportamento das secretárias nos escritórios e seus desdobramentos com os chefes/colaboradores/clientes”, possivelmente ajude a entender se tais colocações de Erika estão de acordo com outras experiências profissionais e teóricas do secretariado e quais seriam as implicações dessas práticas nos relacionamentos organizacionais. Por fim, em “críticas sobre a prática secretarial”, será possível constatar que há questões controversas na profissão/função de secretário/secretária e que elas precisam ser postas em discussão.

Uma vez apresentada a metodologia da pesquisa, segue-se com os resultados desta investigação e sua discussão.

Resultados e Discussão

Para conhecer como se estabelece a construção das estratégias de satirização do cotidiano secretarial na *newsletter* investigada, é preciso, antes disso, saber quem é Erika, do que trata o *blog* espanhol “Anécdotas de Secretarias” e o que tem de conteúdo na *newsletter* “Los trucos de Erika”.

Erika Martin é o nome fictício de uma secretária espanhola, criadora do *blog* “Anécdotas de Secretarias”, que presta consultorias/mentorias a profissionais recém-formados em diversos temas secretariais, além de desenvolver conteúdos práticos sobre assuntos do dia a dia administrativo, como é o caso da *newsletter* “Los trucos de Erika”, neste caso, em específico, sobre atendimento telefônico.

Na página do facebook <https://www.facebook.com/anecdotasdesecretarias/> é possível encontrar a seguinte descrição: “‘Anécdotas de Secretarias’ é um blog pessoal no qual explico o dia a dia no escritório, colocando em xeque o trabalho das secretárias e assistentes de direção” (tradução nossa). Já sobre “Los trucos de Erika”, lê-se:

Em “Los trucos de Erika” compartilho cursos e mentorias para secretárias e assistentes. Todas as formações são personalizadas de acordo com suas necessidades de aprendizagem para que recebas a orientação que realmente te ajudará a melhorar tuas habilidades e competências, e não percas tempo nem dinheiro (tradução nossa).

Ao buscar no *site* do Google, <http://www.google.com.br>, pelo termo “Anécdotas de Secretarias”, a descrição que aparece para o *blog* é: “Histórias de humor do dia a dia no escritório. Você vai se sentir identificado com elas” (tradução nossa). Portanto, o leitor já recebe um direcionamento prévio sobre que tipo de *blog* ele verá e de que, inclusive, identificar-se-á com as histórias lá contadas. Buscando pelo significado do vocábulo “anedota”, o dicionário Priberam apresenta a seguinte definição, dentre três acepções possíveis: “pequena narração ou dito que provoca ou pretende provocar o riso. = CHISTE, PIADA (Dicionário Priberam da Língua Portuguesa, 2020).

Inicialmente, uma primeira leitura a ser feita é sobre o nome da *newsletter*: “Los trucos de Erika” (Os truques de Erika). Ao consultar o dicionário, uma das acepções para a palavra “truque” é: “maneira hábil de fazer alguma coisa” (Dicionário Priberam da Língua Portuguesa, 2020). Assim, entende-se que esta talvez seja a possibilidade mais assertiva para o significado da *newsletter*: repassar maneiras práticas para se fazer atividades secretarias e, no caso da *newsletter* investigada, aquelas relacionadas ao atendimento telefônico.

Ainda no âmbito da semântica do termo “truque”, pensa-se que seja interessante lembrar o que disse Raskin (1985) sobre o texto de humor verbal. Para ele, ao ser formulado, o escrito deve ser compatível com os “princípios gerais”: os chamados *scripts*, que se colocam como real/não real, esperado/não esperado e possível/impossível. Desse modo, truque, embora aqui exista um contexto específico, também pode representar no imaginário do leitor, que busca na memória seus possíveis *scripts*, algo relacionado à artimanha de ganhar/conseguir coisas e ao universo dos truques de mágica. Portanto, ao pensar na palavra “truque”, diferentes significados poderão vir à tona.

Embora a Figura 1 apresente uma lista com o assunto dos *e-mails* e as datas de recebimento, a Figura 3, a seguir, amplia a compreensão do material analisado, uma vez que mostra o conteúdo dos *e-mails*.

Figura 3

Conteúdo das lições do curso “Atención Telefónica”

Assunto do e-mail	Conteúdo do e-mail
Curso Atención Telefónica	No primeiro e-mail da série, Erika apresenta o conteúdo do curso, destacando o que será compartilhado em cada um deles.
Curso Atención Telefónica – Lección 2	Nesta lição, a personagem explica como responder às chamadas telefônicas de modo prático.

Assunto do e-mail	Conteúdo do e-mail
Curso Atención Telefónica – Lección 3	Aqui, disserta-se sobre o que fazer quando alguém telefona bravo.
Curso Atención Telefónica – Lección 4	No conteúdo seguinte, Erika escreve sobre o que nunca fazer durante uma chamada telefônica.
Curso Atención Telefónica: Las interrupciones	Na lição 5, por sua vez, a pauta são as interrupções enquanto falamos ao telefone.
Curso Atención Telefónica: Las llamadas internacionales	Na sequência, dá-se lugar à discussão sobre as chamadas internacionais.
Curso Atención Telefónica: Filtrar y transferir llamadas	A lição 7 é dedicada a como filtrar e transferir chamadas adequadamente.
Curso Atención Telefónica: Cómo finalizar la llamada	A penúltima lição trata de como terminar uma chamada e colocar o telefone no gancho.
La importancia del aviso y registro de llamadas telefónicas	Finalmente, na nona lição, Erika se dedica a falar sobre a importância do aviso e registro de chamadas telefônicas.

Nota: Elaborada pelos autores (2021).

A partir das informações apresentadas na Figura 3, fica claro que se trata de um conteúdo prático e extremamente importante para o profissional de secretariado, notadamente para aqueles que estão nos primeiros anos de atuação laboral e ainda possuem dificuldades sobre como fazer determinadas atividades, neste caso, o atendimento telefônico; ou sobre que atitudes tomar diante de situações específicas ao telefone.

No que diz respeito aos aspectos humorísticos das lições, julga-se que alguns deles merecem destaque. O primeiro se relaciona ao avatar criado para representar a personagem Erika Martin. Nas figuras 4 e 5 tem-se diferentes formas de apresentação da protagonista para o leitor que podem estar relacionadas ao humor sem zombaria, conforme proposto por Propp (1992).

Figura 4

Avatar de Erika Martin



Nota: Extraído da lição 1.

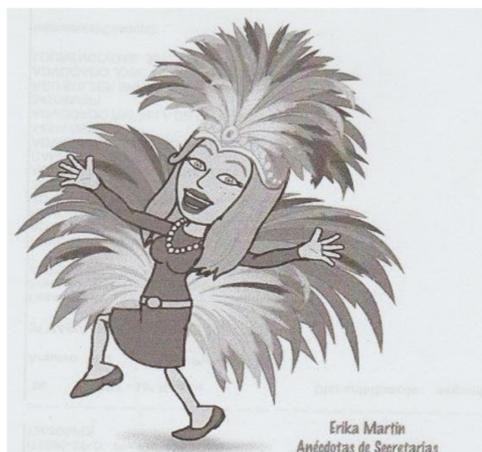
Na Figura 4, a partir do seu conteúdo textual, pode-se apresentar a seguinte tradução: “Dicas para responder chamadas telefônicas no trabalho” (tradução nossa). Nela, vê-se ao centro um telefone sendo tirado do gancho e, como “braços” dele, tem-se: Erika Martin, um envelope com carta/bilhete dentro, um arquivo físico, um atendente de telemarketing/um colaborador com microfone e uma mão apontando para uma das cinco estrelas do círculo. Dito isso, destaca-se que uma das muitas leituras possíveis para essa figura é: a protagonista dá dicas para responder chamadas telefônicas no trabalho; eventualmente, dependendo do que se trate a ligação, o profissional precisará lançar mão de informações que estão em documentos recebidos pelos correios (cartas, ofícios etc.) ou já arquivadas, ou ainda com outro colaborador. Se tudo isso for bem-feito, estaremos frente a um trabalho de qualidade, que poderá ser premiado a partir da atribuição de estrelas. No caso dessa primeira ilustração, o destaque é apenas para o avatar, sem relação explícita com o humor.

Adentrando ao universo da primeira categoria de análise emergida da exploração do material, “domínio da personagem-símbolo sobre o fazer secretarial”, fica aparentemente notório que ela possui conhecimento sobre a prática da profissão, já que lança mão de elementos importantes do dia a dia dos escritórios, usados como fontes de informação quando se está ao telefone: a carta e o arquivo (físico ou eletrônico). A analogia do bom atendimento telefônico com a atribuição de estrelas também pode refletir na excelente competência técnica do usuário, pois tal tarefa é entendida como importante de ser bem executada pelo profissional da área.

Já no caso da Figura 5, exposta mais adiante, percebe-se uma possível relação com o humor no fato de a personagem estar com roupa de trabalho, inclusive carrega consigo um colar no pescoço, está de vestido, sapatilha e cinto, mas ao mesmo tempo ainda parece estar pronta para aproveitar o carnaval (a lição 9 foi enviada no dia 9 de março de 2017, uma semana após as festividades carnavalescas daquele ano), o que pode mostrar uma provável relação com o espírito festivo ainda em latência na protagonista. Nessa circunstância, parece que a ideia central da Figura 5 está enraizada na visão do que seria o humor padronizado, também percebido como estruturado, ensaiado e que leva seu contexto discursivo consigo (Fry, 1963; Douglas, 1975; Linstead, 1985; Long & Graesser, 1988; Mulkay, 1988; Hatch e Erhlich, 1993).

Figura 5

Avatar de Erika Martin



Nota: Extraído da lição 9.

Recuperando os pressupostos teóricos de Raskin (1985, 1987) sobre os *scripts* e o gatilho, lança-se mão da fantasia carnavalesca, que pode ativar, principalmente no contexto brasileiro, a ideia de alegria no ambiente de trabalho, a presença de trabalhadores se vestindo mais despojadamente em muitas empresas, as viagens interioranas ou não para as famosas micaretas (carnavais fora de época) etc. Naturalmente, por se tratar de uma secretária, até mesmo pelas roupas típicas de escritório que ela está vestindo, a possível carga humorística surge no fato de carregar consigo os adereços carnavalescos e na imagem caricata do avatar.

Isso posto, um segundo enfoque que pode ser dado sobre o material analisado diz respeito às sátiras ao comportamento das secretárias/assistentes nos escritórios e seus desdobramentos com os chefes/colaboradores/clientes. Na lição 2, por exemplo, tratando de como responder às chamadas telefônicas, encontra-se a seguinte passagem:

Muitas pessoas esquecem que as chamadas de trabalho não se respondem igual às privadas. Uma familiaridade excessiva com alguém que não se conhece ou ser um pouco seco pode resultar irritante.

Coloco alguns exemplos:

- não dizer o nome da empresa (e o teu) ao responder
- tratar por tu o interlocutor sem conhecê-lo. Isso é muito comum na Espanha.
- *responder com frases que é preferível expressar de outra forma, como quando você diz que alguém está no banheiro e não pode passar a chamada. A outra pessoa imagina o seu contato sentado no trono... Essa indiscrição é terrível!* (tradução e grifo nossos).

No trecho destacado, Erika faz uso do humor para satirizar o colega de trabalho que não sabe responder corretamente a uma chamada telefônica; portanto, tem-se, novamente, um possível caso de humor sem zombaria (Propp, 1992), riso bom. Em complemento, é possível fazer relação, ainda, com o que disse Raskin (1985, 1987) sobre o texto de humor verbal, que deve ser compatível com os “princípios gerais” dos *scripts* e gatilho. Ou seja, há uma conexão dos dois *scripts* compatíveis num senso de dualidade: real/não real; esperado/não esperado; possível/impossível. Quando um colaborador diz que o outro está no banheiro, o interlocutor pode imaginar (lançar mão de um *script*, gatilho – óbvio ou implícito), já que quando se fala em banheiro a tendência é pensar que a pessoa está lá fazendo suas necessidades fisiológicas. Essas são leituras possíveis no mundo dos *scripts* (Raskin, 1987) e nada desejáveis de serem imaginadas no contexto dos negócios.

Assim, recuperando a segunda categoria de análise deste estudo, “a pertinência das sátiras ao comportamento das secretárias nos escritórios e seus desdobramentos com os chefes/colaboradores/clientes”, nota-se que é acertada a cobrança de Erika Martin por uma atitude imparcial no ambiente de trabalho, sem intimidades ao telefone, transparecendo profissionalismo com os chefes, colegas de escritório e clientes, além de um apurado domínio da linguagem culta.

Seguindo as análises, na lição 3, tem-se o seguinte excerto: “Quando alguém está fora de si, o melhor que se pode fazer é não o interromper e deixar que se exploda, estoure e, se necessário, que solte espuma pela boca como se estivesse possuído pelo demônio kkkk” (tradução nossa). Diferentemente dos exemplos já apresentados,

nesse há um pouco mais de humor ácido, mas não chega a ser de zombaria (Propp, 1992), pois parece ainda estar no eixo do riso bom. Na sequência textual do conteúdo, Erika esclarece que isso seria como ir a um psicólogo: depois de alguns minutos, a pessoa começa a relaxar, a agressividade e a fúria vão baixando, pouco a pouco ela deixa de gritar e insultar.

Comentando sobre a relação dessa sátira com a segunda categoria de análise, constata-se que, de fato, essa parece ser uma atitude necessária quando se está ao telefone com um cliente histérico, pois ele não deixará o outro falar e, se ambos se expressarem ao mesmo tempo, isso gerará exaltações e, inclusive, xingamentos. Portanto, pensa-se que há pertinência na ideia da personagem quando diz que o melhor que um profissional de secretariado pode fazer frente a uma situação de cliente exaltado é deixar que ele fale, critique, exija seus direitos, reclame de um produto/serviço e, depois que tudo isso acontecer, o colaborador poderá falar e passar as coordenadas de como o problema será resolvido.

Na lição 4: o que nunca fazer durante uma chamada telefônica, a protagonista oferece dicas para colocar em prática o jaleco antibalas ou o escudo mental frente a situações desagradáveis ao telefone. Numa certa parte do texto, ela diz: “Distancia-te emocionalmente desse desgraçado que tens ao telefone” (tradução nossa). Na continuação ela oferece outras informações para colocar isso em ação: “Você aguenta a pessoa na chamada, e que te nominem ao Oscar de Hollywood por tua excelente interpretação. Quando desligares o telefone, vá chorar um momento no banheiro para descarregar sua raiva... sai como nova kkkk isso eu fiz muitas vezes. Pensavas que sou de pedra?” (tradução nossa).

Nas passagens extraídas da quarta lição, Erika faz uso do humor de zombaria (Propp, 1992), para transparecer que uma situação desumana pode ter um lado positivo. As “dicas” apresentadas por ela tendem a desembocar no que se conhece por assédio moral: colocar uma pessoa em situação vexatória para parecer que o outro está em vantagem. Além disso, experiências como as descritas pela protagonista tendem a contribuir para um ambiente estressante, uma depressão ou uma síndrome de Burnout. As questões que envolvem as emoções são sempre importantes de serem consideradas no ambiente organizacional, principalmente quando disfarçadas de cômico. Por fim, não se pode perder de vista que, embora o riso seja “estudado com lupa há séculos, por todas as disciplinas”, ele ainda “esconde seu mistério” (Minois, 2003, p. 16).

No caso da sátira presente na lição 4, não é pertinente dizer que um profissional de secretariado é obrigado a aguentar um cliente que está humilhando o outro, menosprezando, usando palavras de baixo calão para ridicularizar um trabalhador e sua empresa. Estar exaltado e querer a resolução de um problema é diferente de assediar moralmente um indivíduo. Se isso acontece de maneira normal e frequente, certamente contribuirá para desencadear outros problemas, como as doenças do trabalho, por exemplo.

Seguindo as análises, a lição 5 dá espaço ao tema “interrupções durante um atendimento telefônico”. De lá, extraíram-se as seguintes amostras:

Por certo que muitas vezes você está falando ao telefone e vem teu chefe, um colega ou uma visita, e se coloca a falar contigo.

Estão tontos? Não veem que você está ocupada e que não pode prestar atenção neles?

[...]

O que fazer quando tens uma interrupção desse tipo? A quem atendes?

A resposta é continuar com a conversa ao telefone e ignorar o que tens diante da tua mesa, inclusive teu chefe, kkk

[...]

Erika, meu chefe não é normal. Tem o ego grande e acha que ele é o ser mais importante sobre a face da Terra. Não olha e se coloca a falar, ignorando que já estou falando com outra pessoa (tradução nossa).

No excerto anterior, a personagem lança mão do humor sem zombaria (Propp, 1992), riso bom, para satirizar as interrupções ocorridas durante um atendimento telefônico. Sabe-se que, do ponto de vista do bom atendimento, no qual todos os clientes (internos e externos) são importantes, a recomendação mais acertada seria sinalizar, por meio de expressões faciais, a constatação da presença do outro, mas, de fato, não deixar de atender a pessoa que está ao telefone. Com isso, julga-se que é pertinente a recomendação da protagonista.

Por outro lado, uma situação como a descrita na lição 5 é bastante complexa, principalmente quando se pensa no chefe, já que agir ignorando a sua presença pode desencadear até uma demissão. Infelizmente, o ego, a vaidade, a posição social e o título acadêmico desempenham papéis sociais de diferenciação entre as pessoas, o que exige do profissional de secretariado uma atuação cautelosa e sempre assertiva no atendimento aos diferentes públicos. A impressão que se tem é que ela faz uso da metalinguagem como forma de criticar a própria prática, indo ao encontro da terceira categoria de análise emergida neste estudo. Parece que esse é um exemplo prático de como resolver os problemas de vários clientes querendo atendimento ao mesmo tempo, ou seja, você não conseguirá dar conta de tudo, mesmo que queira.

Na sétima lição, que trata do tema “filtrar e transferir as chamadas”, encontra-se a passagem: “Nunca digas ‘O que desejas?’. Essa fórmula no escritório não se utiliza. Já ficou muito obsoleta. Além disso, você não é uma fada madrinha que concede desejos nem tampouco uma servente” (tradução nossa). Aqui, Erika emprega o humor sem zombaria (Propp, 1992), riso bom, para justificar o não uso de uma expressão administrativa ultrapassada na visão da personagem: o que desejas? Por outro lado, do ponto de vista da Língua Portuguesa, não parece haver problema semântico com o uso de tal expressão. Novamente, o que fica latente é uma possível espécie de metalinguagem cujo objetivo é criticar a prática secretarial, o que se relaciona, outra vez, com a terceira categoria de análise desta pesquisa. Aqui também se pode lançar mão das ideias de Raskin (1985, 1987) quando fala dos *scripts* e gatilho: “O que desejas?” aciona a ideia de fada madrinha e de servente.

Sobre o uso do humor na lição 7 e sua pertinência com a prática secretarial, não há consenso sobre o problema semântico existente na expressão “O que desejas?”. Possivelmente exista algo mais evidente no contexto da Espanha. Talvez, para deixar o poder da fada madrinha de lado ou não parecer uma servente, fosse mais interessante dizer: “Em que posso ajudá-lo?” ou “Como posso ajudá-lo?”.

Na lição 8, por sua vez, lê-se: “Não se pode acabar a chamada com uma despedida precipitada, dizendo adeus e desligando. Isso equivale a dar uma portada em alguém que está fisicamente na sua frente” (tradução nossa). Na posição de braço direito dos gestores, de fato, desligar o telefone “na cara” do cliente não representa uma boa atitude por parte do profissional de secretariado. No caso aqui descrito, o humor é provocado pela expressão “dar uma portada em alguém”; logo, esse tipo de riso pode ser entendido como sem zombaria (Propp, 1992), especificamente do tipo “riso bom”, “riso alegre”. Desse modo, pensa-se que a recomendação de Erika Martin é pertinente para o contexto de atuação do secretário/secretária, já que, normalmente, o último a desligar o telefone deve ser o colaborador.

Por fim, na última lição da *newsletter*, aborda-se a importância do aviso e registro de chamadas telefônicas. Igualmente nas demais lições da série, o uso do humor está presente em algumas partes do texto, dentre as quais se extraiu uma amostra.

Ao tratar do aviso de chamada por *e-mail*, Erika usa o vocativo “fulanito”, quando o mais corriqueiro em exemplos de documentos administrativos é utilizar “fulano”. Em espanhol, o uso do sufixo diminutivo “-ito” atribui um significado afetivo à palavra (Real Academia Espanhola, 2019), assim como em português. Além disso, também há de se considerar o fato de que o emprego de tal expressão pode significar muita proximidade do destinatário ou até desprezo. Em linhas gerais, sabe-se que a intenção principal da personagem ao usar “fulanito” no *e-mail* foi atribuir um sentido cômico, provocando o riso; portanto, compreende-se que se trata do tipo sem zombaria (Propp, 1992), riso bom/alegre.

A seguir, apresentam-se as considerações finais pensadas para este estudo.

Considerações Finais

Neste trabalho, propôs-se a seguinte questão-problema: quais são as estratégias de satirização do cotidiano secretarial percebidas a partir da conexão entre humor e gênero (social/textual/discursivo) na *newsletter*? O objetivo geral da pesquisa foi conhecer como se estabelece a construção das estratégias de satirização do cotidiano secretarial na *newsletter* “Los trucos de Erika”, do *blog* espanhol “Anécdotas de Secretarias”.

Assim, com base nas análises realizadas, foi possível constatar que as estratégias de humor empregadas partem da utilização pela personagem-símbolo, Erika Martin, de sátiras ao comportamento das trabalhadoras nos escritórios e seus desdobramentos com os chefes/colaboradores/clientes e de metalinguagem como forma de criticar a própria prática. Com base em tais resultados, parece certo de que a protagonista faz uso do humor em suas lições práticas para profissionais de secretariado.

Um aspecto que merece consideração sobre todo o material analisado diz respeito ao fato de a personagem tratar a profissão como sendo um campo exclusivamente das mulheres secretárias, já que no texto, em praticamente todas as passagens, emprega-se os vocábulos no feminino. Sobre isso, talvez seja interessante destacar que, na Espanha, o campo é formado por maioria feminina, assim como no Brasil e em outras partes do mundo. No entanto, perceber a presença dos homens no secretariado pode ser importante para promover a união

da classe e o pertencimento, especialmente no âmbito dos gêneros e das diversidades que compõem a categoria profissional.

Entre as limitações da pesquisa pode-se mencionar a ausência de referenciais teóricos relacionando humor e secretariado, já que foi possível perceber certa restrição nas análises dos dados coletados em relação a esse aspecto. Além disso, vale lembrar que, por se tratar de um material em espanhol, eventuais singularidades da língua podem não ter sido percebidas pelos autores deste trabalho.

Esta investigação não teve o propósito de ser o único caminho para se descobrir quais são as estratégias de satirização do cotidiano secretarial percebidas a partir da conexão entre humor e gênero (social/textual/discursivo). Assim, sugere-se para estudos futuros investigar outros produtos do *blog* “Anécdotas de Secretarias”, tais como: “Como organizar tuas tarefas e evitar o estresse no trabalho” (tradução nossa); “Aprenda a redigir atas de reuniões” (tradução nossa); “Aprenda a dizer NÃO no trabalho” (tradução nossa); e “A netiqueta” (tradução nossa).

Por se tratar de um tema estudado nas diferentes ciências, com aportes teóricos os mais diversos possíveis, reconhece-se que este estudo não dá conta nem foi objetivo dele esgotar as discussões sobre humor no campo secretarial. Dessa forma, sabe-se que os trechos escolhidos como possuidores de humor e analisados aqui podem não ser entendidos da mesma forma por outros autores. Ademais, caso esse mesmo *corpus* seja analisado por outros estudiosos, haverá ainda mais riqueza de análise, pois detalhes não percebidos aqui serão expostos com outras perspectivas.

Referências

- Alberti, V. (1999). *O riso e o risível na história do pensamento*. Jorge Zahar Editor.
- Attardo, S. (1994). *Linguistic Theories of Humor*. Mouton de Gruyter.
- Attardo, S. & Raskin, V. Script theory revis(it)ed: joke similarity and joke representation model. *Humor*, v. 4, n. 3/4, p. 293-347, 1991.
- Aufrecht, S. E. (2001). When should a manager cross the road? The appropriate use of humor in public organizations. *Proceedings of 2th Critical Management Studies Conference*. Manchester, United Kingdom.
- Bardin, L. (2011). *Análise de conteúdo*. Edições 70.
- Berger, P. (1997). *Redeeming laughter*. Walter de Gruyter.
- Bergson, H. (2007). *O riso: ensaio sobre a significação da comicidade* (I. C. Benedetti, Trad.). (2ª ed.). Martins Fontes.
- Collinson, D. L. (1988). Engineering Humor: masculinity, joking and conflict in shop floor relations. *Journal of Organization Studies*, 9, 181-199.
- Collinson, D. L. (2001). Managing Humour. *The Journal of Management Studies*, 39(3), 269-288.
- Comte-Sponville, A. (1995). *Pequeno tratado das grandes virtudes*. Martins Fontes.
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2006). Introdução: a disciplina e a prática da pesquisa qualitativa. In N. K. Denzin & Y. S. Lincoln (Org.), *O planejamento da pesquisa qualitativa: teorias e abordagens* (2ª ed., pp. 15-41). ArtMed.
- Dicionário Priberam da Língua Portuguesa (2020). Truque. In *Dicionário Priberam da Língua Portuguesa*, 2008-2020. <https://dicionario.priberam.org/truque>
- Dicionário Priberam da Língua Portuguesa (2020). Aneidota. In *Dicionário Priberam da Língua Portuguesa*, 2008-2020. <https://dicionario.priberam.org/Aneidota>
- Douglas, M. (1975). *Implicit Meanings*. Routledge.
- Duarte, S. (2005). O “boom” hoteleiro em São Paulo e a presença do humor no atendimento: uma pesquisa sobre a percepção dos colaboradores. *Anais do 8º Simpósio de Administração da Produção, Logística e Operações Internacionais*. São Paulo.
- Eco, U. (1986). *Travels in Hyperreality*. Harcourt-Brace.
- Fernandes, R. (2020). *O que é newsletter? Veja como funcionam e-mails informativos de empresas*. <https://www.techtudo.com.br/listas/2020/05/o-que-e-newsletter-veja-como-funcionam-e-mails-informativos-de-empresas.ghtml>
- Freud, S. (1977). *Os chistes e sua relação com o inconsciente*. Imago.
- Fry, W. F. (1963). *Sweet Madness: a study of humor*. Pacific Books.
- Funes, M. (2001). *O poder do riso: um antídoto contra a doença*. Ground.
- Grugulis, I. (2001). Nothing serious? Candidates’ use of humour in management training: expressing and containing resistance. *Proceedings of 2th Critical Management Studies Conference*. Manchester, United Kingdom.
- Hatch, M. J., & Erlich, S. B. (1993). Spontaneous Humour as an Indicator of Paradox and Ambiguity in Organizations. *Organization Studies*, 14(4), 505–526. <https://doi.org/10.1177/017084069301400403>

- Helder, R. (2006). *Como fazer análise documental*. Universidade de Algarve.
- Irigaray, H. A. R., Saraiva, L. A. S., & Carrieri, A. de P. (2010). Humor e Discriminação por Orientação Sexual no Ambiente Organizacional. *RAC*, 14(5), 890-906.
- Linstead, S. (1985). Jokers Wild: the Importance of Humour in the Maintenance of Organizational Culture. *The Sociological Review*, 33, 741-767.
- Long, D. L., & Graesser, A. C. (1988). Wit and Humor in Discourse Processing. *Discourse Processes*, 1, 35-60.
- Minois, G. (2003). *História do riso e do escárnio*. UNESP.
- Moody, R. (1978). *Cura pelo poder do riso*. Nórdica.
- Mulkay, M. (1988). *On Humor: its nature and its place in modern society*. Basil Blackwell.
- Neves, L. F. B. (1970). O triste bom humor brasileiro. *Revista de Cultura Vozes*, 64(3), 222-224.
- Possenti, S. (1998). *Os humores da língua: análises lingüísticas de piadas*. Mercado de Letras.
- Propp, V. (1992). *Comicidade e riso*. Editora Ática.
- Raskin, V. (1985). *Semantic mechanisms of humor*. D. Reidel.
- Raskin, V. (1987). Linguistic Heuristics of Humor: a script-based semantic approach. *International Journal of the Sociology of Language*, 65, 11-25.
- Real Academia Espanhola (2019). Ito. In *Diccionario de la lengua española*. <https://dle.rae.es/-ito>
- Rosas, M. (2003). Por uma teoria da tradução do humor. *DELTA: Documentação de Estudos em Lingüística Teórica e Aplicada*, 19(spe), 133-161. <https://doi.org/10.1590/S0102-44502003000300009>
- Ruch, W. (1993). *Exhilaration and humor*. Guilford.
- Sampieri, R. H., Collado, C. F., & Lucio, P. B. (1991). *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill.
- Souza, E. C. P. (2018). O humor como estratégia de satirização do cotidiano secretarial: questões de gênero (social, textual e discursivo) imbricadas no curso "Atención Telefónica" de "Los trucos de Erika". *Anais do 21º Intercâmbio de Pesquisas em Linguística Aplicada – InPLA*. PUC-SP. http://corpuslg.org/inpla/2018/wp-content/uploads/2019/06/book_of_abstracts_inpla_2018_hand-edited_with_cover.pdf
- Wåhlin, N. (2001). Humour and irony as devices for identity constructions. *Proceedings of 2th Critical Management Studies Conference*. Manchester, United Kingdom.
- Weber, A. C. (2014). *A utilização do humor na publicidade: um estudo sobre o canal Porta dos Fundos* [Trabalho de Conclusão de Curso, Universidade Federal do Rio Grande do Sul].
- Wood, T. Jr., & Caldas, M. (2005). Rindo do que? Como consultores reagem ao humor crítico e à ironia sobre sua profissão. *Organizações & Sociedade*, 12(34), 83-101.