

Análise da compreensão da ironia: variáveis que controlam o comportamento do ouvinte¹

(Analysis of understanding irony: variables that control the listener's behavior)

**Luciana Chequer Saraiva Messa^{2*}, Elizeu Borloti*
y Verônica Bender Haydu****

*Universidade Federal do Espírito Santo

**Universidade Estadual de Londrina

(Brasil)

RESUMO

A compreensão da ironia envolve respostas a palavras que são, sobretudo, acompanhadas de emoções, gestos, inflexão vocal e expressão facial. Com o objetivo de analisar o efeito do controle de estímulos estabelecido pela ironia e pela audiência múltipla sobre a compreensão da ironia pelo ouvinte, três cenas de humor profissional (sexualidade, religião e política) foram apresentadas a quatro grupos de 12 participantes, ouvintes-falantes entre si, caracterizando uma audiência múltipla em sexo, idade, religião e/ou conhecimento mútuo. Respostas de compreensão coletadas antes e depois das cenas foram categorizadas. Os participantes que se conheciam tenderam a uma compreensão parecida, com reações emocionais semelhantes, positivas e aversivas. Os que não se conheciam, que tinham idades diferentes e mesma religião tenderam a uma compreensão diferente, com reações emocionais aversivas. A compreensão da ironia envolvendo religião pareceu ser a mais sensível em demonstrar a audiência múltipla composta por “vítima” e “aliado” do falante irônico. Conclui-se que o contexto de estímulos que controla a compreensão da ironia inclui, além dos estímulos verbais e não verbais, a transposição da função ouvinte para a função falante (diante de ouvintes comondo diferentes audiências) e a posição do ouvinte-falante sob controle da função discriminativa de uma ou de outra audiência.

Palavras-chave: ironia, compreensão, comportamento verbal, audiência múltipla, análise funcional, análise do comportamento.

1 O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001.

2 Recebeu bolsa de doutorado da FAPES/CAPES. Endereço para correspondência: Luciana Chequer Saraiva Messa. Rua Piratininga, 111, apto 603, Praia da Costa, Vila Velha/ES, Cep: 29101-220. email: lucianas-messa@gmail.com.

ABSTRACT

Comprehension of irony involves words and, especially, gestures, inflection, and facial expressions that accompany it. The listener is the *locus* of the verbal episode in this case. It is the listener that reinforces the speaker's verbal behavior, maintaining or extinguishing their verbal behavior. This study aimed to analyze the effect of stimulus control established by ironic stimuli and by the multiple audiences on the listener's understanding of irony. Three ironic audiovisual scenes (sexuality, religion, and politics) were presented to four groups of 12 participants (varying in sex, age, religion, and familiarity) characterizing the multiple audiences. Group 1 and Group 3 participants knew each other, while Group 2 and Group 4 participants did not know each other. Their answers to questions about irony, before and after scenes, were categorized according to the topography of comprehension and the type of emotion. The participants how knew each other comprehended irony in a similar form, and with similar positive and aversive emotional reactions. Those who did not know each other and had different ages and the same religion, and tended to have a different understanding of the irony, with aversive emotional reactions. The multiple audiences present in the groups played an important role in understanding irony directed towards a "victim" audience or to another audience that positively reinforces the speaker. Understanding the irony involving religion seemed to be most sensitive in demonstrating the ironic speaker's "victim" and "ally" multiple audiences, especially in verbal episodes in which all listeners seemed to feel "victimimized." We concluded that, besides including verbal and nonverbal stimuli, the stimulus context that controls the comprehension of irony embraces the exchange of speaker and listener functions in the presence of listeners that constitute different audiences; and the exchange of speaker and listener function under the discriminative control of one or other audience. Such a context showed multiple control of the comprehension of ironies, such as humor, sarcasm, or persuasion.

Key-words: irony, comprehension, verbal behavior, multiple audiences, functional analysis, behavior analysis.

A ironia é muito estudada pelos linguistas como a figura de linguagem que tem a função de dizer o contrário do que se diz; o oposto do literal (Fein, Yeari, & Giora, 2015). Entretanto, há décadas a linguista Hutcheon (1992) já havia escrito sobre as várias "faces" da ironia, que informam que ela não pode ser entendida apenas por esse "uso" básico. Dizer o contrário é a função mais elementar dentre as diversas funções da ironia, que a transformam em uma comunicação interessante e complexa.

Ao longo das últimas décadas tem surgido uma quantidade considerável de estudos sobre a ironia na Linguística e em algumas áreas da Psicologia. Na Psicologia Cognitiva, o fenômeno tem sido tema em estudos sobre desenvolvimento infantil, aprendizagem e transtornos mentais e de comportamento (Dynel, 2014). Na Linguística, estudos como o de Fein et al. (2015) demonstram como o ambiente é importante na análise da produção e compreensão da ironia. Esse papel do ambiente no controle do comportamento verbal em geral tem sido descrito há décadas por estudos em Análise do Comportamento disparados pelo programa lançado por Skinner (1957), entretanto poucos foram dedicados especificamente ao estudo da ironia (Messa, Borloti, & Carmelino, 2014). Assim, o presente artigo se soma ao de Fein et al. e ao de outros autores (e.g., Filik, Hunter, & Leuthold, 2015), trazendo dados que permitem entender, de uma perspectiva analítico-comportamental, o que faz com que o ouvinte compreenda o "contrário dos fatos" na ironia.

No presente estudo, a compreensão e a emoção que a ironia produz no ouvinte foram consideradas a partir do conceito de audiência múltipla de Skinner (1957, Capítulo 9). A esse ponto de partida adicionou-se o fato de que a compreensão da ironia pode ser inferida de três situações, de acordo com a proposta skinneriana de comportamento verbal: (a) o ouvinte se comportar não verbalmente de maneira apropriada aos estímulos que controlaram a ironia; (b) se comportar verbalmente repetindo-a; ou (c) descrever as variáveis que poderiam ser responsáveis por ele mesmo produzi-la. Esses três sentidos da compreensão da ironia juntos, segundo Messa (2012), informam a completude da compreensão da ironia, sendo que o terceiro informa a maior complexidade de variáveis controladoras do comportamento.

Independentemente das situações citadas no parágrafo anterior, a compreensão da ironia é sempre inferida a partir do comportamento do ouvinte sob controle das variáveis ambientais que o definem. Schlinger (2008) considera esta importância do ouvinte e afirma que seu lugar no episódio verbal deve ser mais bem investigado, já que fora menos enfatizado por Skinner (1957), quando se vislumbra a ênfase do autor ao lugar do falante nesse episódio. Ao citar essa importância, Schlinger afirma que o ouvinte emite comportamentos verbais encobertos que funcionam como precursores fundamentais de um encadeamento comportamental que culmina na sua resposta final, a que será seguida por reforço. Importante mencionar que, na perspectiva do falante, cuja ação depende do ouvinte, tais precursores também ocorrem e se referem ao auto-ouvinte: o falante atua como seu próprio ouvinte no episódio verbal de “falar consigo” privadamente antes de se comportar publicamente. Nesse “falar consigo” não há diferenciação entre falante e ouvinte, uma vez que são funções intercambiáveis (cf. Vargas, 2013), fato que indica funções necessariamente verbais no comportamento do ouvinte, entre elas a do compreender.

O COMPORTAMENTO DO OUVINTE COMO COMPORTAMENTO VERBAL

As críticas ao *Verbal Behavior* (Skinner, 1957) feitas por Hayes e Hayes (1989) e Hayes, Blackledge e Barnes-Holmes (2001) foram rerepresentadas por Abreu e Hübner (2012) para uma complementação das explicações do papel do ouvinte. Tal complementação se fez relevante porque a porção ouvinte do repertório do falante emerge primeiro em sua história com a comunidade verbal, quando ele aprende a ser falante (Kobari-Wright & Miguel, 2014; Conceição, Passos, & de Rose, 2015). O papel do ouvinte, então, é tão importante quanto o do falante, permitindo que este seja compreendido por aquele.

Compreender um comportamento verbal do falante significa basicamente ser capaz, como ouvinte, de mediar esse comportamento reforçando-o apropriadamente, ou seja, segundo as variáveis controladoras do falante (Greer & Longano, 2010). Essa mediação “compreensiva” ocorre numa dependência funcional, e não formal ou topográfica, entre produção e compreensão verbais. Sem dependência funcional, por exemplo, uma pessoa pode reproduzir um texto e não o compreender; pode rir de uma piada se esquivando de constrangimentos e não a compreender. Conforme apontou Skinner (1957, Capítulo 10; ver também Messa, Borloti, & Carmelino, 2014), a funcionalidade da mediação na compreensão ocorre quando, pela sua história de reforço, o ouvinte se comporta apropriadamente ao longo dos episódios verbais, sendo capaz de explicar a função de seu comportamento.

A compreensão da estimulação sonora vocal (lexical ou não, produzida pelo aparelho fonador) depende do ouvir, uma relação funcional entre a resposta de um organismo e a estimulação sonora de um objeto (Parrott, 1984). Ela é entendida quando se analisa a história de reforço do ouvinte e a congruência entre essa resposta e o contexto presente. Apesar de mais

complexo que o ouvir, o compreender pode ser analisado de forma semelhante (cf. Messa et al., 2014) e essa complexidade do compreender, em termos do controle de estímulos, pode variar das compreensões mais simples, como emitir um ecoico, às mais complexas (i.e., descrição de variáveis de controle), incluindo as sob controle múltiplo, como a ironia. Com isso, a compreensão passa pela mediação do reforço no episódio verbal, que é a mais importante função do ouvinte. A liberação do reforço ao comportamento do falante, segundo Abreu e Hübner (2012), só ocorre porque o ouvinte está devidamente preparado pela comunidade verbal para assumir esse papel. Por exemplo, rir de uma determinada ironia com tom machista depende de se experimentar, enquanto ouvinte, uma história de reforço apropriada a esse contexto, sendo que o não rir pode, também, ser apropriado se devido a essa história, ele/ela aprendeu que é aversivo reforçar positivamente ironias machistas. As sucessivas mediações do ouvinte na história comportamental do falante produzem a generalização da função do ouvinte em duas funções da audiência na relação verbal do falante, apontadas por Skinner (1957, Capítulo 7): a discriminativa e a evocadora de respostas.

A despeito dessa importância do ouvinte, as críticas de Hayes e Hayes (1989) com relação à menor importância dada por Skinner (1957) ao ouvinte são pertinentes, uma vez que não se pode deixar o ouvinte à parte nos estudos dos processos comportamentais de “compreender” e “significar”, especialmente quando sob controle de estímulos verbais complexos, como os “contrários” ao contexto, presentes na ironia. Esse tipo de comportamento depende tanto desse contexto quanto dos efeitos emocionais que pode gerar no falante e no ouvinte (Amenta, Noël, Verbanck, & Campanella, 2013), não somente com “palavras”, mas também com outros operantes verbais ou propriedades desses operantes, como gestos, expressões faciais e, sobretudo, tons de voz. No Capítulo 2 do *Verbal Behavior*, que lista aspectos da resposta verbal como variável dependente, tons de voz foram considerados por Skinner (1957) como parte dos níveis de energia das respostas verbais presentes tanto na ironia quanto nas demais funções verbais.

NÍVEIS DE ENERGIA DO COMPORTAMENTO VERBAL

As respostas verbais são emitidas com certo nível de força ou intensidade, um dos aspectos discutidos por Skinner (1957, Capítulo 2). A entonação e outras propriedades sonoras das quais se infere força ou intensidade são importantes para eliciar o comportamento emocional no ouvinte. Um falante “emocionante” é aquele que melhora suas respostas com efeitos sonoros que afetam emoções específicas. No caso da ironia, o falante pode dizer algo enfático (e.g., ironia no clima retórico; Paiva, 1961) cuja consequência é um desconforto emocional (e.g., vergonha).

Nos climas irônicos que a linguista Paiva (1961) cita, apenas o retórico contém a descrição da propriedade formal entonação (Skinner, 1957). Os outros tipos de clima descritos pela autora se referem ao “sentido” do que foi dito devido ao contexto (relações de controle do comportamento verbal). É importante atentar a esse detalhe, pois quando Skinner fala de tom, ele se refere ao “tom da voz” (entonação), medido pelo nível de energia. Apenas quando Paiva se refere ao clima retórico como um tom é que ela considera o nível de energia: um tom enfático na fala, que o ouvinte compreende como empolada, volumosa.

Quando Skinner (1957) se refere à energia verbal, ele afirma que ela não pode ser confundida com força enquanto probabilidade de ocorrência. Se uma resposta tem alto nível de energia, é uma resposta que tem força (i.e., é enérgica, enfática) e não que tem alta probabi-

lidade de ocorrência. Na resposta que “cai de tom” e pode chegar até o sussurro, o nível de energia (força) pode variar de alta a baixa em tom e ênfase. A energia verbal é clara quando a resposta tem produto vocal. Quando o produto é gráfico (escrita), a energia aparece nos negritos, itálicos ou nas letras maiúsculas (e.g., a sentença “Favor NÃO jogar lixo no chão” demonstra convencionalmente uma especial importância dada para a palavra “não”).

Outras propriedades verbais são a velocidade e a latência, ambas associadas à força verbal. Diz-se que o comportamento verbal é forte quando é emitido rapidamente; quando é fraco, diz-se que ele foi emitido vagarosamente. A latência é observada quando se mede o tempo em que a resposta verbal é emitida completamente desde o início de sua evocação. Skinner (1957) também cita a repetição como mais uma propriedade verbal, ocorrendo quase sempre juntamente com a energia e a velocidade. Uma mulher se referir a um homem que ela acha feio dizendo: “Lindo! Lindo! LINDO!” é um exemplo que combina repetição, energia e velocidade em uma ironia. Uma determinada forma de repetição também pode indicar a força de uma resposta irônica.

Existe velocidade verbal vocal e motora, conforme Skinner (1957) apontou: “Gestos frenéticos demonstram velocidade na resposta em outra forma de comportamento [verbal]” (p. 24). Gestos são verbais, segundo Skinner, porque tornam comum (comunicam) uma parte do ambiente do falante ao ouvinte, que responde condicionado por uma convenção social (linguagem gestual). Assim, a velocidade dos gestos é parte importante na compreensão da ironia (Baptista, Macedo, & Boggio, 2015) e em uma situação prática na qual o reforço parece impossível, gestos e velocidade dos mesmos podem funcionar como estímulos discriminativos para a compreensão da ironia, especialmente em ambientes onde não se pode falar. Por exemplo, um homem que quer sinalizar ao amigo réu que a mulher gorda e pouco atraente que é uma testemunha de acusação está prestes a entrar pela porta da sala do julgamento do amigo, pode simplesmente fazer um sinal com as duas mãos, em forma de violão, indicando as formas curvas da silhueta da referida mulher. A compreensão é inferida do sorriso do amigo ou do olhar dele para a mulher assim que ela entra na sala.

Condições especiais de reforço tendem a afetar a força/intensidade, a velocidade, a latência e a repetição de uma resposta. Tais condições podem advir da audiência, considerada como sendo qualquer pessoa que funciona como um estímulo discriminativo evocando comportamento verbal. Entretanto, “a presença ou a ausência de uma pessoa não é suficiente” (Skinner, 1957, p. 176) para identificar audiências exercendo tal controle num dado momento. O exemplo dado por Skinner é de audiência múltipla: um texto médico descrevendo fatos aversivos num jargão que só pode ser plenamente compreendido por leitores médicos e não pelo leitor paciente. No controle da ironia há sempre audiência múltipla (Messa et al., 2014), que pode ser caracterizada como: mais de uma audiência (indivíduo ou grupo) exercendo controle discriminativo/evocativo, sendo a resposta “apropriada” a uma delas e não à outra e, ao mesmo tempo, descritiva de algo do contexto. Assim, a “condição especial” estabelecida pela audiência múltipla da ironia pode afetar os níveis de energia da ironia verbal. Segundo Skinner (1957, Capítulo 2), junto com o contexto de controle de estímulo e a história do falante nesse contexto (incluindo a história da relação com o ouvinte, que é parte desse contexto), a intensidade, a velocidade e a repetição seriam propriedades vocais ou motoras da descrição funcional da ironia, tendo função discriminativa na sua compreensão.

A audiência múltipla é uma variável importante no controle também da compreensão da ironia, uma vez que o irônico tem para toda ironia que emite um ouvinte “vítima” e um “aliado” que fazem parte do seu ambiente reforçador (Skinner, 1957, Capítulo 9). É nessa

triangulação que a comunidade reforça o dizer o contrário daquilo que realmente se quer dizer (Paiva, 1961), e faz isso com diferentes funções operantes sob controle, em geral, múltiplo (Messa et al., 2014). É por isso que o contexto que propicia a emissão da ironia tem a característica peculiar de apresentar audiência múltipla. Quando o falante diz algo irônico, seu comportamento está, principalmente, sob controle de um estímulo advindo do “aliado”, a audiência que faz parte da sua história como falante. A outra audiência, presente ou não no episódio verbal, será a “vítima” da ironia: a que, também controlando a ironia, sofrerá as consequências irônicas (i. e., ridicularização). A compreensão desse tipo de comportamento verbal depende de mais de uma variável que influencie o comportamento do ouvinte para que ele possa ser, de fato, uma audiência qualificada para a compreensão.

Em um estudo desenvolvido por Anolli, Ciceri e Infantino (2002), os efeitos da variabilidade dos estímulos irônicos que geram compreensão da ironia foram medidos em suas variáveis vocais, dentre elas, a energia, em contextos cooperativo e competitivo. No contexto cooperativo, a entonação vocal primária foi enfática, compreendida como humor/brincadeira (a secundária era baixa e monótona, compreendida como ternura/doçura). No competitivo, foi mais enfática, compreendida como dureza e, em entonação forte, como raiva. Bryant e Tree (2005) buscaram o tom de voz específico da ironia. Eles concluíram que esse tom não existe e que apenas o tom é insuficiente para a compreensão da ironia. Isso porque, ela depende de uma combinação de variáveis que incluem, além do tom, informações sobre o contexto e as pessoas envolvidas nele, algumas não presentes, como citou Skinner (1957, Capítulo 9). Entretanto, o sarcasmo é uma exceção, segundo Rockwell (2000), pois sua função é compreendida por seu efeito emocional peculiar, sentido pelo ouvinte no tom do que é falado, sem sequer olhar para o falante.

COMPORTAMENTO VERBAL, IRONIA E SENTIMENTOS

As proposições de Skinner (1989, Capítulo 1) sobre eventos privados (e.g., sentimentos, motivação, emoção), corroboradas por analistas do comportamento na atualidade (cf. Fryling & Hayes, 2015), são importantes para a compreensão da ironia, pois quem a compreende provavelmente sente algo. Inicialmente, o ouvinte discrimina a ironia a partir de sua função discriminativa. Ele indicará sua compreensão como consequência reforçadora para ele mesmo, que também altera o valor da consequência de respostas motoras e verbais para o falante (compreensão), cuja probabilidade de emissão é aumentada; concomitantemente a essa alteração motivacional, o ouvinte fica sob controle discriminativo da ironia e sente os respondentes privados associados a ela.

Motivação e emoção foram consideradas por Skinner (1957, Capítulo 3) como variáveis de controle para operantes verbais, especialmente quando ele descreveu o mando. No tipo especial de mando comumente conhecido por súplica, o falante pode aumentar a probabilidade de o ouvinte responder de maneira apropriada porque, por definição, é um apelo humilde e desesperado do falante ao ouvinte por meio da manipulação da emoção desse último. Entretanto, isso parece não se aplicar diretamente ao ouvinte de ironias, endossando a complexidade do repertório verbal irônico. Para que o ouvinte fique predisposto emocionalmente para responder à ironia, ele precisa de uma história de reforço que condicione essa resposta, caso contrário, o apelo emocional do falante não surtirá efeito no ouvinte. Leigland (2014) reitera que é necessário compreender a história de interação entre dois indivíduos para se inferir a probabilidade de um reagir emocionalmente ao outro num determinado episódio

verbal. Nessa probabilidade, os eventos privados, assim como os públicos, ficam sob controle das contingências de reforço em operação, como demonstram Vandenberg, Eerland, e Zwaan, (2012) em um estudo sobre linguagem e ironia.

De acordo com Skinner (1957, Capítulo 1), uma parte do comportamento emocional do ouvinte sob controle do que é falado é respondente, subproduto de alguma função eliciadora do estímulo verbal; outra parte é operante, sob controle de funções discriminativas e evocativas desse mesmo estímulo. Com relação ao comportamento respondente, para que o ouvinte ria diante de uma ironia cômica, por exemplo, ele deve ter vivenciado um empalhecimento entre estímulos, de tal forma que essa estimulação tenha adquirido função eliciadora. O mesmo contexto que controla essa função eliciadora também controla a probabilidade para reagir favoravelmente ou não ao comportamento verbal do falante. Os estímulos verbais do comportamento do falante podem eliciar ira/raiva no ouvinte, e sua aversividade pode ter função discriminativa e motivacional para um comportamento precorrente que culmina na discórdia ou no ataque verbal do ouvinte ao falante. Não existe tempo oportuno para essas respostas emocionais do ouvinte. Para Skinner, elas são lentas e duradouras. Isso significa que as pessoas podem reagir tanto a circunstâncias específicas que eliciam eventos privados quanto a estímulos verbais a elas relacionados, simplesmente por terem propriedades verbais (e.g., a reação emocional contínua a uma poesia, um verso de uma música ou um relato hilário). O falante pode se comportar verbalmente de forma séria ou cômica, descontraindo ou desinibida, com tom de voz calmo ou raivoso, e os efeitos sobre o ouvinte serem os mais variados possíveis. A comunidade verbal da qual o falante e ouvinte fazem parte também é um aspecto fundamental para se dizer sobre o efeito do estímulo verbal do primeiro sobre o comportamento emocional do segundo.

A partir da análise do comportamento do ouvinte como verbal controlado pelos aspectos anteriormente mencionados, o objetivo deste estudo é analisar o efeito do controle de estímulos estabelecido por estímulos irônicos e pela audiência múltipla sobre a compreensão da ironia pelo ouvinte. Este objetivo, de abordagem analítico-funcional, é vislumbrado a partir de dados empíricos fornecidos por pesquisas em outras áreas e abordagens que mostram que em ambientes onde falante e ouvinte se conhecem a ironia é mais facilmente compreendida (Angeleri & Airenti, 2014), mais frequente e variada como humor, sarcasmo ou crítica (Recchia, Howe, Ross, & Alexander, 2010). Uma vez que a ironia tem como característica o controle múltiplo, incluindo o controle pela audiência (Hübner, Miguel, & Michael, 2005), buscou-se diversificar as características dos ouvintes para analisar os efeitos da ironia na compreensão por parte de diferentes tipos de audiência. Os efeitos dos estímulos irônicos sobre a compreensão foram analisados nos três níveis da descrição, pelo ouvinte, do seu controle de estímulo: descrição da emoção que esses estímulos irônicos eliciam, descrição desses estímulos propriamente ditos e descrição das variáveis que, em sua compreensão, poderiam ter controlado o comportamento de quem que os produziu.

MÉTODO

Participantes

Foram selecionadas 12 pessoas via e-mail e telefone. O critério de seleção foi o de serem pessoas verbalmente fluentes, fato do qual se inferiu que seriam “bons ouvintes” da linguagem figurada e poderiam melhor descrever essa sua qualificação. Eles foram informados de

que a pesquisa investigaria a produção verbal durante a interação deles em debates sobre os temas sexualidade, política e religião, de forma sobreposta ou não. Preencheram uma ficha de informações (nome, telefone, e-mail e dia da semana disponível para participar do estudo) com a função de organizar os grupos para a coleta de dados. Receberam um Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) para ser lido e assinado, aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa da instituição da primeira autora. A Tabela 1 apresenta as características dos participantes [sexo, idade, religião e familiaridade (conhecimento ou desconhecimento mútuo)] distribuídos em quatro grupos de acordo com a faixa etária [adultos (G1 e G2) e adolescentes (G3 e G4)] e com a orientação religiosa (G1 e G3 sem orientação religiosa; G2 e G4 com orientação religiosa).

Tabela 1. Características dos participantes dos grupos: a variável audiência múltipla

	<i>Grupo 1 (G1)</i>	<i>Grupo 2 (G2)</i>	<i>Grupo 3 (G3)</i>	<i>Grupo 4 (G4)</i>
Número de participantes	3	3	3	3
Característica 1: sexo	1 mulher e 2 homens	2 mulheres e 1 homem	3 homens	3 mulheres
Característica 2: idade	Adultos (entre 25 e 60 anos)	Adultos (entre 25 e 60 anos)	Adolescentes (entre 14 e 17 anos)	Adolescentes (entre 14 e 17 anos)
Característica 3: Familiaridade	Conhecem-se	Não se conhecem	Conhecem-se	Não se conhecem
Característica 4: Orientação religiosa	Não	Sim	Não	Sim

Variáveis independentes

Estímulos irônicos. Os estímulos irônicos foram três cenas audiovisuais, selecionadas na Internet, a partir de sítios de humor profissional (Porchat & Padilha, 2013; Tabet, 2013; Tabet & Porchat, 2013), cuja qualidade dos sons e vídeos foi de alta definição e resolução, a atuação de atores nas cenas, clara, e os temas principais serem sexualidade, política e religião, mesmo que em um dos vídeos, o de política, os temas política e sexualidade poderem ser compreendidos em sobreposição, visto que a protagonista da cena de política é mulher. As cenas assim selecionadas foram submetidas ao julgamento de dois juízes, para concordância de sua escolha como centralizadora de um dos temas, mesmo que sobreposto a outro, e pertinentes ao objeto e ao delineamento deste estudo. Os juízes avaliaram as cenas pela centralidade em um dos três temas genéricos, desconsiderando sobreposições e especificidades de uma religião, um partido político, ou uma expressão de sexualidade.

Audiência múltipla. Como todo comportamento verbal é controlado por uma audiência, quase sempre múltipla e exercida por pessoas (inicialmente presentes, podendo posteriormente estar ausentes), ela assumiu neste estudo uma estimulação específica dada por uma de quatro condições do participante nas funções intercambiáveis de ouvinte e falante, presentes em episódios verbais evocados pelos estímulos irônicos (vídeos): sexo, idade, orientação re-

ligiosa e familiaridade (i.e., ouvinte conhecer/não conhecer o falante; ou vice-versa). As condições foram planejadas para alterar a força da compreensão da ironia, independentemente dos dois tipos de controle múltiplo possíveis (Michael, Palmer, & Sundberg, 2011), seja o convergente, quando duas ou mais condições dos participantes como ouvintes e das operações motivacionais e/ou dos estímulos verbais e não verbais do momento da coleta afetam uma única compreensão; seja o divergente, quando uma única dessas condições afeta a força de mais de uma compreensão.

Variável dependente

Compreensão. A compreensão da ironia foi inferida de comportamentos do ouvinte emitidos em diferentes níveis de complexidade e definidos topograficamente da seguinte maneira: emoção autorrelatada, repetição verbal da ironia contida no estímulo irônico e descrição das variáveis que controlaram o comportamento que produziu o estímulo irônico (cf. Skinner, 1957; Messa, 2012).

Materiais

Equipamentos e acessórios. Projetor multimídia, notebook, câmera filmadora, pedestal para apoio da câmera, gravador de voz digital, caixas de som, mesa e cadeiras.

Arquivos com três cenas audiovisuais. <https://www.youtube.com/watch?v=QgIrUIgdT-w> (sexualidade), https://www.youtube.com/watch?v=__C90xZOMsQ (política) e https://www.youtube.com/watch?v=bS_ablLRIAA (religião).

Instrumentos

Formulário pré-vídeos. Formulário para informes de identificação, filiação partidário-política e religiosa, e autorreferência em relação à ironia: como a define, se se autoidentifica ou se é identificado como irônico, se descreve ambientes adequados ou não para falar de forma irônica e como rotula pessoas irônicas.

Lista de sentimentos pós-vídeo. Lista criada por Cunha (2007), a partir dos nomes de sentimentos citados em seções específicas de análise de contingências em textos clássicos da Análise do Comportamento (e.g., Skinner, 1989; Millenson, 1967/1975), que permite relatar sentimentos após ter assistido a um vídeo, enquanto elemento de uma contingência em operação.

Escala da preferência pós-vídeo. Escala para a especificação da graduação da preferência pelo vídeo (do 1-não gostei ao 10-gostei muito).

Roteiro de entrevista semiestruturada. Roteiro para acesso a relatos verbais sobre os vídeos. O roteiro de entrevista continha as seguintes questões: (a) Vocês acham que os vídeos são irônicos? Por quê?; (b) Qual a sua opinião com relação ao uso da ironia para falar sobre os temas religião, sexualidade e política?; (c) Qual a característica das pessoas que provavelmente não gostarão dos vídeos?; (d) Qual a característica das pessoas que provavelmente gostarão dos vídeos?; (e) Qual aspecto dos vídeos você mais gostou?; (f) Qual aspecto dos vídeos você não gostou?; (g) Qual a mensagem que os autores dos vídeos quiseram transmitir na sua opinião?

Procedimento de coleta de dados

Os ouvintes foram agrupados de acordo com a distribuição apresentada na Tabela 1 em G1, G2, G3 e G4. Cada grupo foi conduzido para a sala de pesquisa e orientados a sentarem nas cadeiras dispostas em frente ao projetor e à tela de projeção. Responderam o formulário pré-vídeos e depois assistiram, em sequência, às cenas audiovisuais com os três temas, nesta ordem: religião, sexualidade e política. Após assistirem ao vídeo de cada tema, identificaram o(s) sentimento(s), na lista de sentimentos, e o grau da preferência pelo vídeo, na escala de preferência. Em seguida, foram entrevistados em grupo por uma das experimentadoras que seguiu o roteiro de entrevista semiestruturada elaborado para esta pesquisa. Cada participante foi ouvido pelos demais participantes do grupo, sendo a entrevista gravada em áudio e vídeo.

Procedimento de análise dos dados

O tratamento e a análise dos dados pautaram-se nos quatro passos para a realização de uma análise funcional da compreensão da ironia (Matos, 1999):

1. identificação e descrição do efeito da ironia emitida pelo falante (i.e., a compreensão do ouvinte);
2. busca de uma relação ordenada entre variáveis ambientais e variáveis comportamentais relacionadas/relevantes a essa compreensão: (a) manipulação de características da audiência - familiaridade, idade e sexo; (b) análise dos níveis de compreensão - não verbal apropriado, verbal repetido e/ou verbal descritivo de variáveis; e (c) análise do tema da ironia falada - religião, sexo e política);
3. formulação de predições confiáveis baseadas nas descrições dessas relações (e.g., se as características da audiência mudam, a compreensão da ironia é modificada?);
4. produção controlada desses efeitos previstos (i. e., a manipulação de audiências produz diferentes tipos de compreensão da ironia?).

O efeito da compreensão da ironia sobre o falante irônico, o seu autor primário, foi inferido da continuidade da emissão de ironias sob a forma de produções de humor profissional, mantidos pelos estímulos reforçadores descritos por produtores de ironia, conforme análise de MESSA (2016). Os dados qualitativos com fonte nos ouvintes (participantes), como sentimentos, foram digitados em protocolo específico. As sentenças emitidas no grupo experimental foram transcritas, analisadas e interpretadas de acordo com essa análise funcional. Os dados quantitativos foram tabulados no SPSS 14.0. Variáveis nominais ou ordinais foram tratadas de modo descritivo pela frequência absoluta e porcentagem. Os dados quantitativos e qualitativos foram analisados em conjunto.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Para seis dos 12 participantes, a ironia é definida como o contrário do que se expressa ou pensa; para quatro deles, uma forma de demonstrar contradição; e para dois deles, de discordar ou emitir uma opinião sem ser direto. As definições de ironia dos ouvintes coincidem com a definição encontrada nos dicionários: “figura pela qual se quer fazer entender o contrário do que se diz” (Berrendonner, 1987, p. 43). Saber definir ironia não necessariamente indica que

o ouvinte irá compreender a ironia em qualquer situação. O pré-requisito para a compreensão é fazer parte da comunidade verbal do falante, para que sejam fornecidas consequências para a emissão de um comportamento irônico (Skinner, 1957; Baptista et al., 2015). Esse pré-requisito foi obtido no presente estudo pela condição do participante-ouvinte, como falante, e a condição de ele conhecer ou não conhecer previamente outro participante-ouvinte foi a variável mais evidente no controle da compreensão da ironia.

Com relação à autoavaliação, pode-se observar que 8 dos 12 ouvintes não se consideram pessoas irônicas e acreditam que seus amigos não os consideram assim. Apenas 2 dos 12 participantes disseram não saber responder essa questão. Nenhum afirmou que pessoas que convivem esporadicamente com eles os consideram irônicos; e apenas dois afirmaram ser irônicos (ver Figura 1). A autoavaliação de uma pessoa como irônica se faz importante, pois, segundo o que Skinner (1974, Capítulo 2) afirmou sobre o autoconhecimento no relato de um comportamento usual de um falante, ela informaria uma maior ou menor probabilidade de esse falante compreender e emitir ironias. Isso porque, seu comportamento irônico, em algum momento da sua história de vida, foi reforçado positivamente por uma comunidade verbal que também poderia ser considerada irônica. Ainda que o comportamento de compreender esteja potencialmente sob controle múltiplo (Spradlin, 1985; Fonai & Sérgio, 2007), esse potencial pode aumentar ou diminuir com essa autoavaliação, porque o simples fato de se observarem irônicos indica como subentendida alguma experiência com ironias em sua história de reforço.

Por outro lado, dizer-se irônico pode parecer tanto antipático quanto cínico (Dennis et al., 2012) e isso pode, em geral, diminuir a probabilidade desses ouvintes admitirem ser irônicos publicamente. No estudo de Messa (2012), foi demonstrado como profissionais em um tribunal do júri evitam identificar suas ironias como tal, porém, identificam ironia na fala do opositor como forma de realçar o discurso cínico dele. Pode-se observar na Figura 1 que a maioria dos ouvintes não se admitiu irônica. Os que se autoavaliaram como irônicos participaram do G3, o de pessoas que se conheciam. Isso pode indicar haver maior probabilidade de o ambiente social com pessoas conhecidas favorecer uma autoavaliação como falante irônico.

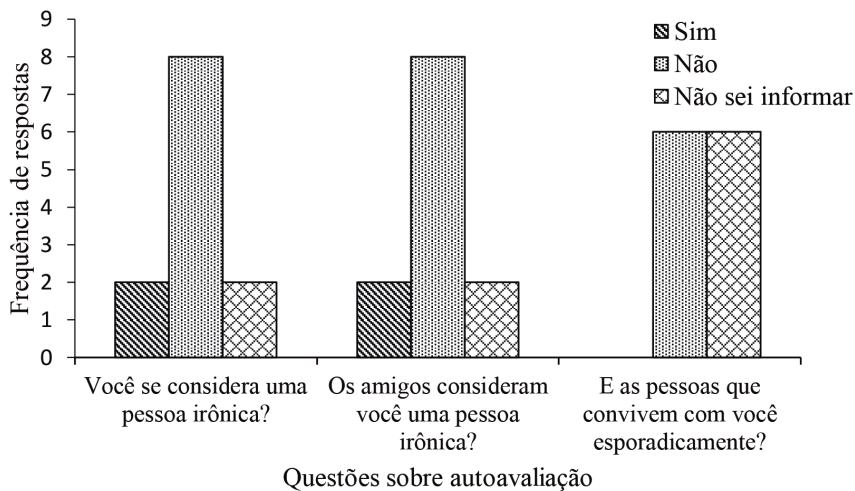


Figura 1. Frequência de respostas às questões sobre autoavaliação

Os ambientes mais interessantes e adequados para a emissão de ironia são redes sociais e escola/faculdade, segundo os participantes; diferente dos contextos de trabalho e de família. Baptista et al. (2015) entendem que a ironia verbal é emitida em contextos sociais cotidianos (i.e., no qual quem a emite já está familiarizado) nos quais é apresentada também uma diversidade de outros estímulos discriminativos que exercem função na sua compreensão. Este fato pode ajudar a entender o resultado do presente estudo: o repertório de compreensão de ironias de ouvintes que já se conhecem tende a ser parecido e a ser acompanhado de sentimentos também semelhantes. Assim, as características do ambiente são importantes para uma análise funcional do comportamento verbal irônico. Quando aversivas, a probabilidade de emissão de ironia, ou até mesmo de se dispor a servir de audiência para o irônico, diminui consideravelmente (Kumon-Nakamura, Glucksberg, & Brown, 1995). Variáveis em episódios verbais com ouvintes conhecidos pelo falante tendem a aumentar a probabilidade de emissão de ironias. Quando ouvintes não se conhecem, é preciso esvanecer a aversão, especialmente em temas polêmicos, como os frequentemente aparentes nas redes sociais *online*. Por diminuir essa aversividade, essas redes sociais são ambientes propícios para a emissão de comportamento verbal irônico sobre temas controversos porque possibilitam, segundo Ferrara e Yang (2015), o anonimato, o contato indireto com uma audiência negativa, e o acesso quase que imediato a reforçadores sociais do tipo elogios e congratulações.

Quando foi perguntado aos participantes se entendiam que os vídeos continham conteúdo irônico, todos eles responderam afirmativamente, apontando algumas das consequências produzidas neles mesmos como compreensão, por exemplo, a graça (“porque foi engraçado” G3/P7), a crítica ou a ridicularização, compreendidas como indiretas (“porque não são diretos, mas dá pra perceber que querem criticar algo” G4/P10), humoradas (“criticam aspectos importantes com um toque de humor”, G1/P1) ou maculadas, isto é, comprometedoras sutis da honra ou da reputação de alguém (“a crítica é constante, só que de maneira maculada” G2/P4). Tais respostas podem ser consideradas apropriadas às variáveis de controle do comportamento verbal irônico, como a audiência múltipla, já que os ouvintes faziam parte de diferentes grupos ou comunidades verbais. Então, seu comportamento como ouvintes na condição da vida cotidiana, que é verbal na medida em que atende à definição apresentada por Skinner (1957), poderia estar sendo reforçado diante de variáveis análogas às da condição experimental, e tenderiam a voltar a ocorrer fora dessa última condição.

Todos os ouvintes compreenderam os vídeos assistidos como irônicos. O humor, o deboche e a crítica foram consequências verbais autoidentificadas, as quais permitem inferir uma compreensão adequada da ironia. Pode-se concluir pelas respostas dadas pelos participantes que essas consequências são variáveis importantes para a identificação da ironia no comportamento verbal do falante, para além do aspecto de dizer o contrário dos fatos. Os ouvintes dos G1, G2 e G4 responderam com afirmativas diretas, em geral com autoclíticos descritivos, ao fazerem a avaliação dos vídeos assistidos. Por exemplo, “Sim, concordo. São debochados quando falam sobre as coisas” (G1/P2); “Também concordo. Eles são debochados ao falarem dos temas” (G2/P6). Já os participantes do G3 (três adolescentes homens, sem orientação religiosa e que se conheciam) indicaram alguma dúvida na compreensão. Em suas respostas foi emitido o autoclítico descritivo “eu acho”, que indica o estado de força fraco da resposta: “Acho que sim. Porque foi engraçado” (G3/P7).

Seis dos 12 participantes atribuíram nota 9 de preferência ao vídeo sobre religião. Ao tema política, seis participantes atribuíram nota 10. Ao tema sexualidade, seis participantes atribuíram nota 10. Apenas três participantes do G4 (sexo feminino, adolescentes, cristãs e que não se conheciam previamente) atribuíram nota 1 ao tema religião, nota 7 ao tema política e nota 4 ao tema sexualidade. Esse foi o grupo que atribuiu menor nota aos temas irônicos das cenas. Essas notas

menores foram justificadas assim: “Achei um pouco pesado o vídeo da religião. Só. Mas os outros achei legal” (P10); “Acho que brincar com Deus nunca é legal. Mas os outros foram engraçados” - P11; “Concordo. Também acho que o da religião ficou meio estranho” (P12). O fato de se identificarem positivamente com uma religião e, em contrapartida, da cena audiovisual sobre o tema religião ter conteúdo debochado e sarcástico, pode ter levado essas participantes a experimentarem sentimentos aversivos e terem compreendido a ironia como falta de respeito e ofensa. Possivelmente, essas participantes liberaram consequências para a ironia como “vítimas” (que sentiram tristeza e raiva), uma das muitas variáveis da audiência no episódio verbal irônico que, no vídeo com conteúdo sobre religião, teve as propriedades do humor pela ridicularização.

Os sentimentos mais experimentados pelos participantes foram inferidos dos tateados com mais frequência, considerando as três cenas: interesse (9 vezes), alegria (9 vezes), frustração (8 vezes), tristeza (3 vezes) e raiva (3 vezes). Os sentimentos de tristeza e raiva foram tateados apenas pelos participantes do G4. O efeito da ironia no comportamento da maioria dos participantes foi o de reforçador positivo, como pode ser comprovado pelos comentários sobre a emissão de ironia ao falar sobre os temas religião, política e sexualidade: “Não vejo problema com relação a isso. Acho até interessante esse tipo de crítica” (G1/P1); “Acho legal, interessante. Uma forma inteligente de abordar temas tão controversos” (G2/P4); “Acho interessantíssimo. Me gusta (risos)” (G2/P5); “Também achei massa, engraçado” (G3/P9). No geral, foi comum a autoidentificação com quem seriam os outros ouvintes que mais gostariam dos vídeos: “Gente como a gente! (risos). Pergunta difícil essa! Acho que pessoas bem-humoradas” (G1/P1); “É... pessoas com senso de humor, né! Que não têm problema em ouvir algo diferente do que pensam. Acho que é isso” (G2/6); “Ah, não sei. Acho que pessoas que gostam de uma zoação” (G3/P7); “Depende. Se a pessoa não for religiosa ou não acreditar em Deus. Pode ser que ela goste do vídeo da religião” (G4/P10); “É... também acho. Porque quem acredita nessas coisas [em Deus] acho que ia ficar chateado e até ofendido com o vídeo da religião. Mas quem não liga pra isso, acha graça mesmo!” (G4/P12). Sempre que os ouvintes nos G1, G2 e G3 respondiam à pergunta sobre características desses outros ouvintes que iriam gostar mais dos vídeos, a frequência do comportamento de rir e de levantar as sobrancelhas aumentava consideravelmente. Com um efeito parecendo contagiante ao grupo (cf. Spradlin, 1985), gestos, expressões faciais e movimentos corporais são parte fundamental da compreensão da ironia pelo grupo e são reproduzidas pelos seus ouvintes, quando no papel de falantes ao se fazerem entender aos demais do grupo, seus iguais.

A linguagem pode evocar respostas emocionais intensas, tanto no falante quanto no ouvinte, conforme apontaram Filik et al. (2015). Partindo deste pressuposto, o comportamento de nomear sentimentos foi tomado como um indicativo do que os participantes do presente estudo poderiam ter sentido como uma resposta emocional evocada pelos estímulos irônicos que lhes foram apresentados. A indicação do que eles poderiam ter sentido foi possibilitada pela condição de escolha entre nomes de sentimentos da lista criada por Cunha (2007). Assim, os sentimentos dos participantes, supostamente evocados pelos estímulos irônicos, podem ser considerados uma parte dos efeitos que a ironia produziu neles. Além dos estímulos irônicos evocarem as respostas verbais descritas anteriormente, eliciaram/evocaram eventos privados/encobertos de cuja descrição se infere preferência (i.e., atitude) pelas ironias. Como operação estabelecida, esses eventos têm função de controlar o continuar a responder à ironia, o esquivar-se dela ou o ignorá-la.

É importante salientar que a história de reforço de cada participante do presente estudo em sua cultura (comunidade verbal) é a variável fundamental na explicação da compreensão do comportamento verbal em geral, incluindo o irônico (cf. Cornejo, Simonetti, Aldunate, Ibáñez, López, & Melloni, 2007; Conceição et al., 2015). O G4, composto por três adolescentes católicas, que não se

conheciam previamente, ilustra bem o efeito dessa variável. Pode-se inferir que especificidades da história dessas participantes numa cultura religiosa expliquem porque o vídeo com tema religioso não as agradou, já que, segundo a opinião de uma delas corroborada pelas demais, “utilizar” ironia com relação à religião é “pesado, estranho, nunca é legal”. A orientação religiosa, e com ela uma provável intolerância, pareceu ser uma variável importante a colocar a compreensão da ironia sob controle da estimulação verbal irônica.

Em todos os grupos os ouvintes afirmaram que pessoas com “fanatismo religioso e intolerância com relação à discussão sobre gêneros” são as que provavelmente afirmariam não gostar dos vídeos. O padrão da resposta de descrição dessas pessoas repetiu algumas propriedades: “Ah! Fanáticos religiosos, com certeza [risos]” (G1/P1); “(...) gente que não tem muita paciência pra esse tipo de brincadeira e pode achar que é uma afronta. Tipo pessoas muito religiosas, enfim” (G2/P4); “Acho que pessoas muito religiosas não iriam gostar de assistir esse vídeo da religião não!” (G3/P9); “Nossa! Acho que pessoas religiosas. Eu mesma acredito muito em Deus e achei meio pesado esse da religião. A do casal também, mas foi menos” (G4/P10). Suas risadas ou seus levantamentos de sobrancelhas a essa questão podem ser exemplos de consequência reforçadora para o falante irônico, pois demonstram a compreensão da ironia no sentido da complexidade das variáveis contextuais de sua emissão (cf. Skinner, 1957, Capítulo 10). Como resultado disso, provavelmente, o falante dos vídeos estabelecerá ou manterá seu comportamento verbal de produzir ironias em contextos similares, sustentando a prática cultural de disseminar ironias humorísticas como profissão. A consequência mediada pelo ouvinte, e captada como dado deste estudo, ainda que seja apenas por gestos, expressões faciais com risos ou sorrisos, se caracteriza como comportamento verbal, pois tem um significado explícito para o falante ao funcionar como reforço positivo no episódio verbal da comunicação humorística. Sendo verbal, o comportamento de compreensão dos participantes deste estudo, como análogo da audiência na rede mundial de computadores, controla o comportamento do falante irônico, e vice-versa.

A variação nas características dos participantes dos grupos é um dado importante quando se fala em audiência múltipla, variável fundamental para a produção e compreensão do comportamento verbal irônico. A configuração de audiência múltipla foi proposital justamente para verificar se a topografia e a função das respostas modificariam em função dessa multiplicidade. No presente estudo, as variáveis conhecer/desconhecer o outro ouvinte, que tem ou não tem uma orientação religiosa, se mostraram mais significativas para a compreensão da ironia do que a idade e o sexo desse ouvinte. Entretanto, a idade parece ter sido uma variável importante para uma compreensão mais profunda, com maturidade, da ironia. Por exemplo, sobre sexualidade: “Posso falar o que achei mesmo? (risos). Pra mim a mensagem foi: “deixem o cu dos outros em paz [risos]” (G1/P1); sobre política: “Que os políticos sambam na nossa cara com nosso dinheiro [risos]” (G2/P6).

Ao serem indagados sobre qual a mensagem final que cada cena audiovisual pareceu transmitir, os participantes confirmaram que houve compreensão da ironia, contudo, não foi todo tipo de ironia que foi bem aceita por eles. Aqueles que se sentiram “vítimas” da ironia (especialmente os ouvintes do G4) responderam de forma a se defender do contexto sarcástico/debochado da ironia (“É... acho que a mensagem foi a de criticar quem acredita em Jesus” G4/P10 – sobre religião). Esses dados têm relação com os achados de linguistas, como Bowes e Katz (2011), para quem o sarcasmo (que é a ironia do tipo deboche), por vezes, tem a função de diminuir ou aumentar a negatividade inerente ao contexto. Segundo eles, os ouvintes que se sentem “vítimas” de discurso sarcástico costumam relatar que esse tipo de comportamento verbal é agressivo, podendo gerar respostas de “defesa” do (ou de “ataque” pelo) “agressor”. Isso explica porque os participantes do presente estudo definiram o falante que emite ironia com função sarcástica (quando se tem a

intenção de menosprezar/zombar) como cruel e maldoso. Opostamente, quando a função da ironia foi convencer (vencer completamente; confundir um adversário), o irônico foi definido como inteligente e estratégico; quando a ironia teve função de humor (quando se tem a intenção de fazer rir), ele foi definido como divertido e legal. Isto corrobora a conclusão de Jorgensen (1996): a ironia sarcástica é “utilizada” geralmente para criticar e debochar o ouvinte “vítima”, que tem maior probabilidade de compreendê-la como algo rude e agressivo.

O tipo de resposta apresentada pelos participantes do presente estudo corrobora a importância de estudos com audiências diversificadas, como apontado por Spradlin (1985), permitindo demonstrar como essa variável contribui para modificar o comportamento, tanto do falante quanto do ouvinte. Características semelhantes ou diferentes em uma audiência podem contribuir para modificar o comportamento verbal do próprio ouvinte. Isso pôde ser observado no presente estudo especialmente com relação ao padrão de resposta dos participantes do G4, no qual semelhanças na idade e na orientação religiosa fizeram com que as respostas fossem semelhantes no sentido da negatificação do vídeo sobre religião. Além disso, observou-se que os participantes do G2, também com semelhanças de idade e orientação religiosa, apresentaram padrões de resposta mais positivos com relação ao conteúdo irônico dos vídeos. Pode-se sugerir, então, que as nuances nas respostas dos participantes com relação a sentimentos e à compreensão da ironia verbal comprovam efeitos de variações de respostas que um estímulo verbal irônico pode gerar em audiências múltiplas.

CONCLUSÃO

Com o objetivo de analisar a compreensão e a emoção que a ironia produz no ouvinte a partir da audiência múltipla, este estudo sugere que ouvintes que se conhecem previamente tenderiam a compreender a ironia de forma parecida, inclusive, apresentando reações emocionais semelhantes (tanto positivas quanto aversivas). Também sugere, por sua vez, que ouvintes que não se conhecem previamente e têm a mesma orientação religiosa, mas têm idades diferentes, tenderiam a compreender a ironia de formas diferentes e a experimentar sentimentos aversivos acompanhando essa compreensão. Essa conclusão deve, no entanto, ser tomada com cautela, uma vez que o número de participantes em cada grupo era consideravelmente pequeno. Assim, sugere-se que em estudos futuros amostras maiores sejam incluídas em cada grupo.

No presente estudo, todos os participantes relataram compreender a ironia com relação à cena do vídeo sobre política, porém, relataram sentimentos aversivos não com relação à ironia em si com a personagem “presidenta”, mas com a situação política do Brasil na época da coleta (*impeachment* da ex-presidente Dilma Rousseff). A compreensão da ironia envolvendo religião pareceu ser a mais sensível em demonstrar a audiência múltipla composta por “vítima” e “aliado” do falante irônico, especialmente numa comunidade verbal na qual todos os ouvintes se sentem “vítimas”. Conclui-se que a ironia é um comportamento verbal multifuncional. Isso significa que o falante pode emitir ironia com diversas funções entre elas a de humor, a de sarcasmo ou a de apenas convencimento do ouvinte.

REFERÊNCIAS

- Abreu, P. R., & Hübner, M. M. C. (2012). O comportamento verbal para B. F. Skinner e para S. C. Hayes: Uma síntese com base na mediação social arbitrária do reforçamento. *Acta Comportamental*, 2, 367-381. Recuperado de <http://pepsic.bvsalud.org/pdf/actac/v20n3/a08.pdf>

- Angeleri, R., & Airenti, G. (2014). The development of joke and irony understanding: A study with 3- to 6-year-old children. *Canadian Journal of Experimental Psychology*, *68*, 133-146. doi: 10.1037/cep0000011
- Anolli, L., Ciceri, R., & Infantino, M. G. (2002). Behind dark glasses: Irony as a strategy for indirect communication. *Genetic, Social, and General Psychology Monographs*, *128*, 76-95. Recuperado de <https://link-gale.ez78.periodicos.capes.gov.br/apps/doc/A86470417/AONE?u=capes&sid=AONE&xid=cffa2056>.
- Baptista, N., Macedo, E. C., & Boggio, P. S. (2015). Looking more and at different things: Differential gender eye-tracking patterns on an irony comprehension task. *Psychology & Neuroscience*, *8*, 157-167. doi: 10.1037/h0101061
- Berrendonner, A. (1987). *Elementos de pragmática linguística*. Buenos Aires: Gedisa Editorial.
- Bowes, A., & Katz, A. (2011). When sarcasm stings. *Discourse Processes*, *48*, 215-236. doi: 10.1080/0163853X.2010.532757
- Bryant, G. A., & Tree, J. E. F. (2005). Is there an ironic tone of voice? *Language and Speech*, *48*, 257-277. doi: 10.1177/00238309050480030101
- Cornejo, C., Simonetti, F., Aldunate, N., Ibáñez, A., López, V., & Melloni L. (2007). Electrophysiological evidence of different interpretative strategies in irony comprehension. *Journal of Psycholinguist Research*, *36*, 411-30. doi: 10.1007/s10936-007-9052-0
- Conceição, D. B., Passos, M. L. R. F., & De Rose, J. C. C. (2015). O ensino de leitura em Bloomfield e na Análise do Comportamento. *Perspectivas em Análise do Comportamento*, *6*, 2-23. doi: 10.18761/pac.2015.6.1.a01
- Cunha, L. S. (2007). *Análise de eventos privados do tipo sentir sob controle de contingências programadas em um software* (Dissertação de mestrado, Universidade Federal do Espírito Santo, Vitória). Recuperada de <http://repositorio.ufes.br/handle/10/6680>
- Dennis, M., Simic, N., Agostino, A., Taylor, G., Bigler, E. D., Rubin, K., Vannatta, K., ... Yeates, K. O. (2012). Irony and empathy in children with traumatic brain injury. *Journal of the International Neuropsychological Society*, *19*, 1-11. doi: 10.1017/S1355617712001440
- Dynel, M. (2014). Linguistic approaches to (non)humorous irony. *Humor*, *27*, 537- 550. doi: 10.1515/humor-2014-0097
- Fein, O., Yeari, M., & Giora, R. (2015). On the priority of salience-based interpretations: The case of irony. *Intercultural Pragmatics*, *12*, 1-32. doi: 10.1515/ip-2015-0001
- Ferrara, E., & Yang, Z. (2015). Measuring emotional contagion in social media. *PLoS ONE* *10*(11): e0142390. doi: 10.1371/journal.pone.0142390
- Filik, R., Hunter, C. M., & Leuthold, H. (2015). When language gets emotional: Irony and the embodiment of affect in discourse. *Acta Psychologica*, *156*, 114-125. doi: 10.1016/j.actpsy.2014.08.007
- Fryling, M. J., & Hayes, S. C. (2015). Similarities and differences among alternatives to Skinner's analysis of private events. *The Psychological Record*, *65*, 579-587. doi: 10.1007/s40732-015-0130-7
- Fonai, A. C. V., & Sérgio, T. M. A. P. (2007). O conceito de audiência e os múltiplos controles do comportamento verbal. *Revista Brasileira de Terapia Comportamental e Cognitiva*, *9*, 349-360. doi: 10.31505/rbtcc.v9i2.204
- Greer, R. D., & Longano, J. (2010). Naming a rose: How we may learn to do it. *The Analysis of Verbal Behavior*, *26*, 73-106. doi: 10.1007/bf03393085
- Hayes, S.C., Blackledge, J. T., & Barnes-Holmes, D. (2001). Language and cognition: Constructing an alternative approach within the behavioral tradition. In S. C. Hayes, D. Barnes-Hol-

- mes, & B. Roche (Eds.), *Relational frame theory: A post-skinnerian account of human language and cognition* (pp. 3-20). New York: Kluwer Academic/Plenum Publishers.
- Hayes, S. C., & Hayes, L. J. (1989). The verbal action of the listener as a basis for rule-governance. In S. C. Hayes (Ed.), *Rule-governed behavior: Cognition, contingencies, and instructional control* (pp. 153-190). New York: Plenum.
- Hübner, M. M. C., Miguel, C. F., & Michael, J. (2005). Controle múltiplo no comportamento verbal: Humor brasileiro e operantes relacionados. *Revista Brasileira de Análise do Comportamento*, 1, 1-14. doi: 10.18542/rebac.v1i1.673
- Hutcheon, L. (1992). The complex functions of irony. *Revista Canadiense de Estudos Hispânicos*, 16, 219-234. Recuperado de <http://www.jstor.org/page/info/about/policies/terms.jsp>
- Jorgensen, J. (1996). The functions of sarcastic irony in speech. *Journal of Pragmatics*, 26, 613-634. doi: 10.1016/0378-2166(95)00067-4
- Kumon-Nakamura, S., Glucksberg, S., & Brown, M. (1995). How about another piece of pie: The allusional pretense theory of discourse irony. *Journal of Experimental Psychology General*, 124, 3-21. doi: 10.1037/0096-3445.124.1.3
- Kobari-Wright, V. V., & Miguel C. (2014). The effects of listener training on the emergence of categorization and speaker behavior in children with autism. *Journal of Applied Behavior Analysis*, 47, 431-436. doi: 10.1002/jaba.115
- Leigland, S. (2014). Contingency horizon: On private events and the analysis of behavior. *The Behavior Analyst*, 37, 13-24. doi: 10.1007/s40614-014-0002-5
- Messa, L. C. S. (2012). Ironia verbal: do conceito skinneriano à análise do discurso jurídico irônico (Dissertação de Mestrado, Universidade Federal do Espírito Santo, Vitória). Recuperada de <http://repositorio.ufes.br/handle/10/3035>
- Messa, L. C. S. (2016). *Produção e compreensão da ironia: Aproximações conceituais e empíricas entre a linguística e a análise do comportamento*. (Tese de doutorado, Universidade Federal do Espírito Santo, Vitória). Recuperada de <http://repositorio.ufes.br/handle/10/9103>
- Messa, L. C. S., Borloti, E., & Carmelino, A. C. (2014). Linguistics and behaviour analysis in the functional conceptualization of verbal irony. *European Journal of Child development, Education and Psychopathology*, 2, 97-121. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5761684>
- Michael, J., Palmer, D. C., & Sundberg, M. L. (2011). The multiple control of verbal behavior. *The Analysis of Verbal Behavior*, 27(1), 3-22. doi: 10.1007/BF03393089
- Millenson, J. R. (1975). *Princípios de análise do comportamento*. (A. de A. Souza & D. de Rezende, Trad.). Brasília: Coordenada. (Original publicado em 1967)
- Paiva, M. H. N. (1961). *Contribuição para uma estilística da ironia*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Parrott, L. J. (1984). Listening and understanding. *The Behavior Analyst*, 7, 29-39. doi: 10.1007/BF03391883
- Porchat, F. & Padilha, A. (2013). *Cura*. Porta dos Fundos. https://www.youtube.com/watch?v=bS_abLRlRAA
- Recchia H. E., Howe N., Ross H. S., Alexander S. (2010). Children's understanding and production of verbal irony in family conversations. *British Journal of Developmental Psychology*, 28, 255-274. doi: 10.1348/026151008x401903
- Rockwell, P. (2000). Lower, slower, louder: Vocal cues of sarcasm. *Journal of Psycholinguistics Research*, 10, 483-495. doi: 10.1023/A:1005120109296

- Schlinger, H. D. (2008). Conditioning the behavior of the listener. *International Journal of Psychology and Psychological Therapy*, 8, 309–322. Recuperado de <https://www.ijpsy.com/volumen8/num3/207/conditioning-the-behavior-of-the-listener-EN.pdf>
- Spradlin, J. E. (1985). Studying the effects of the audience on verbal behavior. *The Analysis of Verbal Behavior*, 3, 5-9. doi: 10.1007/bf03392803
- Skinner, B. F. (1957). *Verbal Behavior*. New York: Applenton-Century-Crofts.
- Skinner, B. F. (1974). *About Behaviorism*. London, Jonathan Cape.
- Skinner, B. F. (1989). *Recent issues in the analysis of behavior*. Columbus: Merrill.
- Tabet, A. (2013). *Casal normal*. Porta dos Fundos. https://www.youtube.com/watch?v=__C90x-ZOmsQ
- Tabet, A. & Porchat, F. (2013). *Reunião de emergência*. Porta dos Fundos. <https://www.youtube.com/watch?v=QgIrUIgdT-w>
- Vandeberg, L., Eerland, A., & Zwaan, R. A. (2012). Out of mind, out of sight: Language affects perceptual vividness in memory. *PLoS ONE*, 7(4): e36154. doi: 10.1371/journal.pone.0036154
- Vargas, E. A. (2013). The importance of form in Skinner's analysis of verbal behavior and a further step. *The Analysis of Verbal Behavior*, 29, 167-183. doi: 10.1007/bf03393133

(Received: September 01, 2019; Accepted: March 07, 2020)