

## A produção da ironia verbal: o que controla o comportamento verbal do humorista profissional?

*Production of verbal irony: What controls the verbal behavior of professional humorists?*

 LUCIANA CHEQUER SARAIVA MESSA<sup>1</sup>

 ELIZEU BORLOTI<sup>1</sup>

 VERÔNICA BENDER HAYDU<sup>2</sup>

<sup>1</sup>UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO – UFES, BRASIL

<sup>2</sup>UNIVERSIDADE ESTADUAL DE LONDRINA – UEL, BRASIL

### Resumo

Os indivíduos são mais propensos a emitir ironia quando tais emissões são reforçadas pela audiência e o ambiente se assemelha àquele em que o reforço ocorreu. O objetivo desse estudo foi analisar a produção da ironia por humoristas profissionais que publicam constantemente produtos de seus comportamentos verbais em sites e redes sociais na rede mundial de computadores. Cinco humoristas profissionais responderam um questionário com questões descritivas dos elementos funcionais de sua produção irônica (sobre sexo, política e religião), das consequências sobre ouvintes e dos sentimentos correlatos a elas. Os resultados destacam “humor” e “conscientização do leitor” (em relação aos temas ironizados) como consequências positivas ao comportamento de emitir ironias, e “ameaça”, “acusação” e “incompreensão”, como consequências aversivas. Sobre algumas audiências, o efeito que o falante produz emitindo ironias é a ridicularização; sobre outras, o humor, a incompreensão, a inadequação ou a revolta. O humorista profissional modifica seu próprio comportamento verbal irônico a partir desse controle múltiplo, composto, além dessas audiências, de estímulos verbais e não verbais, e operações motivacionais. Conclui-se que os humoristas profissionais, em geral, definem sua ironia pelo sentido tradicional de “contrário dos fatos”, aparente na discriminação da função de seu humor irônico “maquiar” ou “esconder” os fatos. A audiência reforçadora dessa ironia é marcada por ouvintes com comportamentos não verbais (e.g., comprar humor) e verbais (e.g., consciência) que, indiretamente, geram dinheiro como reforçador condicional ao humor irônico.

Palavras-chave: Ironia, produção irônica, comportamento verbal, análise do comportamento.

### Abstract

Individuals are more likely to emit irony when such emissions are reinforced by the audience and the environment resembles the one in which the reinforcement occurred. This study aimed to analyze the production of irony by professional humorists who frequently publish products of their verbal behavior in sites and social media on the world wide web. Five professional humorists answered descriptive questions about the functional elements of their ironical production (about sex, politics, and religion), the consequences of these for listeners and their feelings related to these consequences. The results highlight humor and reader's awareness (about ironic themes) as positive consequences to the behavior of emitting irony, and threat, accusation, and misunderstanding as aversive consequences. For some audiences, the speaker's effect on emitting ironies is reticulation; over others, humor, misunderstanding, inadequacy, or revolt. The professional humorist modifies his ironic verbal behavior from this multiple control, composed, in addition to these audiences, of verbal and non-verbal stimuli, and motivational operations. It is concluded that professional humorists, in general, define their irony by the traditional sense of “contrary to the facts”, apparent in the discrimination of the function of their ironic humor “to make up” or “hide” the facts. The audience reinforcing this irony is composed of listeners with non-verbal (e.g., to buy humor) and verbal (e.g., conscience) behaviors that, indirectly, generate money as a conditional reinforcer for the ironic humor.

Keywords: Irony, ironic production, verbal behavior, behavior analysis.

 borloti@hotmail.com

DOI: [HTTP://DX.DOI.ORG/10.18542/REBAC.V17I1.10630](http://dx.doi.org/10.18542/rebac.v17i1.10630)

A linguagem é comportamento aprendido e, como qualquer operante, pode ser explicada pelas variáveis ambientais das quais é função (Skinner, 1957). Ocupando-se dessas variáveis, analistas do comportamento oferecem conceitos diferentes para explicar comportamentos verbais que recebem nomes tradicionais, como as figuras de linguagem, que consistem em empregar uma palavra de uma forma não convencional com o objetivo de produzir determinado efeito no ouvinte, dando um sentido conotativo à fala. Uma das figuras de linguagem que ainda não foi amplamente estudada pelos analistas do comportamento é a ironia (cf. Messa, Borloti, & Carmelino, 2014), o que torna relevante a análise funcional das variáveis ambientais responsáveis por sua produção e compreensão.

A análise funcional proposta por Skinner (1957) é voltada para operantes verbais específicos com: (a) emissão em contexto composto, em geral, por operações motivacionais e múltiplos estímulos; (b) mediação por ouvinte qualificado; (c) modificação indireta do meio físico; e que é (d) elemento de um episódio verbal total (cf. Simonassi & Cameschi, 2003). O primeiro efeito do comportamento verbal é sobre ouvintes (ou leitores) qualificados, ou seja, que fazem parte da comunidade verbal do falante e que, treinados por ela, respondem adequadamente ao falante (Passos, 2012; Skinner, 1957). Por essa razão, o verbal é um comportamento mediado, mesmo quando o falante, como ouvinte, ouve a si mesmo. Nessa interação em episódios verbais, as conseqüências reforçadoras do comportamento verbal são responsáveis pela sua aquisição e manutenção.

A ironia tem essas características e foi definida, sob uma perspectiva comportamental (cf. Messa et al., 2014), como o comportamento verbal sob o controle de múltiplas variáveis, que incluem estímulos verbais e não verbais, e operações motivacionais relacionadas a esses estímulos. Esse comportamento é mantido por uma audiência múltipla, envolvendo pelo menos dois ouvintes, que têm função discriminativa e eliciadora de emoções, bem como, função evocadora de resposta verbal, em geral contrária ao que é dito e quase sempre tendo a ridicularização como conseqüência. Assim, a ironia pode ser caracterizada como o tato do contrário do fato (tato sendo definido como a resposta verbal sob controle de um estímulo discriminativo não verbal; Skinner 1957), tendo função de tato do fato, entretanto não do fato em si, com um efeito em geral dúbio.

O efeito dúbio da ironia é a propriedade verbal que permite ao irônico, por exemplo, criticar uma audiência diante de outra e vice-versa. Isso faz com que uma audiência seja a “atingida” e a outra a “beneficiária” da ironia (aquela que, compreendendo a ironia, ri, acha graça da crítica dirigida à “atingida”). Com essas características, a ironia ilustra bem uma variação da energia verbal em frequência, intensidade, velocidade ou repetição (Messa, Borloti, & Haydu, 2020a). Anolli, Ciceri e Infantino (2000), metaforizando o controle pela audiência múltipla descrito por Skinner (1957), associaram a ironia com um jogo de esgrima em que existe um *script* interativo, a partir do qual, diante de expectadores (ouvintes), o falante “ataca a vítima” (outro ouvinte específico), que pode se defender ou recuar. A luta no jogo de esgrima tem o objetivo de tocar o adversário com uma lâmina ao mesmo tempo que se evita ser tocado por ela, o que pode ser considerado uma metáfora da função da ironia em, sob controle de audiência múltipla, apresentar estímulo aversivo sem parecer aversivo.

A probabilidade de uma pessoa emitir ironia pode aumentar caso parte da audiência já tenha apresentado reforçadores para esse tipo de resposta verbal no passado e se o ambiente presente for similar ao ambiente passado em que a ironia foi emitida e reforçada. Nessas condições se incluem as variáveis motivacionais do comportamento verbal (Skinner, 1957, ver também Michael, Palmer, & Sundberg, 2011) que afetam momentaneamente a efetividade do reforçador e a força da resposta reforçada. Exemplificando isso, se uma resposta verbal irônica é emitida e, pelo menos, parte de uma dada audiência ri logo em seguida, o riso (estímulo reforçador) pode aumentar tanto a efetividade reforçadora da presença dos ouvintes que riram quanto a probabilidade futura da resposta irônica ocorrer na presença deles. Concomitantemente, se o riso for de aprovação, a emissão do riso logo em seguida da emissão da ironia pode eliciar, no irônico, reações emocionais agradáveis.

As pessoas riem sob outros controles que não apenas o humor (e.g., quando querem expressar que têm a mesma opinião que o falante), mas a relação da ironia com o humor tem sido bem enfatizada. De acordo com Hübner, Miguel e Michael (2005), o humor é um exemplo de comportamento verbal com múltiplos controles (assim como a ironia), sendo seu aspecto principal o controle pela audiência, que tem também a função de selecionar a forma e o conteúdo desse comportamento verbal. As variáveis (verbais, não verbais e motivacionais) que compõem esse controle múltiplo suplementam o que é necessário ao efeito humorístico e definem, de forma combinada, tanto o seu contexto controlador quanto o *timing* do seu controle (Picoli, de Rose, & Arantes, 2017). Tal combinação suplementar é de suma importância na geração do humor, segundo Picoli et al. (2017), o que confirma achados em estudos específicos do humor em outras abordagens teóricas, demonstrando que a ironia e o humor têm propriedades parecidas, considerando o controle múltiplo. O estudo de Gibbs Jr., Bryant e Colston (2014), por exemplo, sobre o riso espontâneo ao ouvir ironias, sugere que reconhecer a incongruência entre o que é dito e o que está implícito no dizer não é suficiente para desencadear humor.

Calmus e Caillies (2014) demonstraram que a ironia com toque de humor foi considerada mais engraçada do que o humor literal isolado.

No geral, o controle da compreensão e da produção do humor na ironia não é o mesmo da compreensão do humor em piadas simples. A ironia humorística exige o exame de uma série complexa de fatores contextuais nem sempre considerada nas teorias linguísticas sobre o humor. Esse aspecto indica quão importante é a análise das contingências e da história de reforço do falante para explicar a função da ironia produzida por ele. Hübner et al. (2005) deixam clara essa complexidade na análise de piadas brasileiras. Isto inclui, por um lado, a produção de consequências reforçadoras positivas pelo comportamento verbal; por outro lado, lexical ou não, o comportamento verbal também produz consequências aversivas, como críticas, xingamentos, incompreensões ou compreensões errôneas.

O efeito das consequências punitivas será a diminuição da frequência ou da probabilidade de ocorrência da resposta em condições semelhantes; ou a sua supressão total na presença do contexto de apresentação dessa consequência (cf. Hunziker, 2011). De acordo com Skinner (1957), o falante cujo comportamento foi punido pode esquivar-se de audiências punitivas, disfarçando sua identidade (e.g., os *fakes* em redes sociais), murmurar algo para não ser ouvido claramente, declinar sua resposta para o nível encoberto (i.e., falar consigo mesmo), dizer de outra forma o que disse (autoeditar), ou falar sozinho ou disfarçadamente, como charada, gíria ou “figuras de linguagem” (e.g., ironia). Em todos esses casos, o controle aversivo é caracterizado pela remoção do evento aversivo, sendo o comportamento do falante reforçado negativamente. Uma forma comum dessa remoção é por meio de autoedição (cf. Skinner, 1957), um processo autoclítico de ordem superior sob controle dos operantes verbais de ordem básica e de propriedades do ouvinte (e.g., aversividade).

O autoclítico, como a autoedição, tem como função organizar e direcionar os operantes verbais de ordem básica em relação à audiência, reorganizando-os na tentativa de alcançar um efeito sobre o ouvinte (cf. Skinner, 1957). Assim, as respostas verbais são emitidas e manipuladas pelo próprio falante para potencializar os efeitos de suas respostas sobre o ouvinte ou, até mesmo, para a sua rejeição, caso esse ouvinte seja parte de uma audiência extremamente aversiva. Na autoedição, o falante pode revogar ou retratar seu comportamento verbal de várias formas, por exemplo, interromper sua fala em um ponto e refazê-la para se expressar melhor; retê-la ainda no nível privado (pensamento); ou expressá-la com correlatos públicos verbais não idiomáticos, como movimentos faciais (e.g., franzir sobrancelhas, morder lábios), gestos ou sons vocais (e.g., hãhã). Em todo caso, tais alterações autoclíticas indicam como ele se comportaria antes de ter desistido de se comportar daquela forma. Em sua função, a autoedição evita a punição e, por isso, é mantida por reforço negativo.

O efeito dos reforçadores negativos é o aumento da probabilidade de a resposta ser emitida em condições semelhantes (cf. Hunziker, 2011). Um exemplo desse tipo de controle foi observado por Messa (2012) no contexto formal do tribunal do júri, ambiente no qual a ironia é compreendida como aspereza e falta de respeito, por ser um ambiente de formalidades hierárquicas. No entanto, advogados e promotores emitem ironia constantemente em tribunais com a função de persuadir e convencer jurados (ouvintes) a aceitar um argumento que tem efeito prático sobre a vida do réu, também como uma forma de fugir de um estilo de comunicação diretamente agressivo. Emitir a ironia abranda o discurso acusatório.

Estudos que não focalizam princípios da análise do comportamento sobre produção e compreensão da ironia em conversas familiares confirmam o controle aversivo pela audiência em determinados contextos. Segundo Recchia, Howe, Ross, e Alexander (2010), por exemplo, as mães estão mais propensas a usarem linguagem irônica em contextos conflituosos envolvendo seus filhos, quando comparadas com os pais, que tendem a emitir ironias em contextos não conflituosos. Declarações irônicas sarcásticas positivas (e.g., elogios, congratulações) não exigem estimulação antecedente explícita, porque tais declarações implicitamente aludem às normas e expectativas sociais que são, quase sempre, reforçadoras (cf. Kreuz & Glucksberg, 1989). As declarações sarcásticas negativas (e.g., crítica, discordância), no entanto, podem não aludir implicitamente às normas e expectativas e, assim, o ouvinte acaba exigindo estimulação antecedente mais explícita, para que a sentença, sendo ouvida por ele, seja mais bem compreendida. Da demonstração experimental de Carvalho (2020), com princípios da análise do comportamento, é possível afirmar que quando o tato “do fato” é controlado por alguma condição de punição, como no sarcasmo, a frequência da extensão metafórica do tato aumenta justamente para que o seu reforço advenha da compreensão do comportamento verbal apenas pela audiência não punitiva. As análises de metáforas em linguagem de corrupção no ambiente da política, realizadas por Agbota, Sandaker e Ree (2015), ilustram esse tipo de controle, uma vez que são dirigidas a aliados (audiência não punitiva) e não aliados (a oposição, a audiência punitiva). Segundo esses autores, esse controle opera o comportamento verbal de políticos corruptos quando eles acentuam em suas falas a descrição “do contrário dos fatos”, pois acentuar “os fatos” está sob controle de alguma condição de punição que pode afetar a eleição, mesmo em uma cultura de impunidade criminal de políticos, como a brasileira. Além disso, falas de políticos de carreira costumam ser empoladas devido ao controle de anos por uma

comunidade verbal específica. Assim, autoclíticos não lexicais, como ênfases, prolongamentos e outros aspectos da inflexão da voz, fazem com que o ouvinte aliado seja mais bem direcionado a apoiar o comportamento do político de seu alinhamento ideológico, mesmo quando corrupto, enquanto deixa o ouvinte eleitor da oposição enraivecido.

A partir dessas análises, pode-se inferir que o comportamento de produzir a ironia está sendo controlado tanto pela consequência que gera quanto por operações motivacionais que estabelecem o valor reforçador dessa consequência gerada que, por sua vez, aumenta a probabilidade da emissão verbal irônica (cf. Michael et al., 2011). O que ocorre com o irônico ocorre com qualquer outro falante, já que variáveis motivacionais estão operando quando qualquer resposta verbal está sendo fortalecida por reforço; ou enfraquecida por extinção ou punição (Laraway, Snycerski, Olson, Becker, & Poling, 2014). Dentre essas variáveis motivacionais estão os eventos privados de ambas as partes (falante e ouvinte) do episódio verbal, acompanhando a produção e a compreensão verbais indissociavelmente. Um exemplo disso com a ironia é quando um falante debocha de um ouvinte e esse compreende o objetivo do deboche, demonstrando a eficiência da linguagem na comunicação, no caso, pela eliciação da emoção do constrangimento em público, com componentes abertos, respondentes (e.g., rubor facial) ou operantes (e.g., afrontar de forma ríspida).

Essa eficiência da linguagem na comunicação e na eliciação de emoções e evocação de pensamentos foi considerada na análise feita por Filik, Hunter e Leuthold (2015). Partindo da premissa de que o tipo de discurso (irônico ou não) pode controlar operantes motores (movimentos) e eventos privados do tipo pensar e sentir (pensamentos e emoções), eles testaram o efeito de sentenças factuais e “contrárias ao fato” (e.g., “João terminou a corrida atrás dos outros competidores. O seu amigo riu e disse a ele: “Você é tão rápido!”) sobre as respostas motoras e emocionais dos participantes. As sentenças irônicas controlaram movimentos e emoções mais variadas e intensas. O contexto do discurso indicou se a sentença seria interpretada literalmente ou ironicamente, influenciando a resposta motora. Essas respostas motoras relacionadas às emoções sob controle da ironia, indicou, na conclusão dos autores, que a produção da ironia está sob controle da resposta emocional que ela produz como consequência. Na ironia, assim como em outros comportamentos verbais, a resposta emocional a ser produzida no ouvinte depende do estado emocional do falante, como uma condição motivacional (Skinner, 1957).

Glenberg, Webster, Mouilso, Havas e Lindeman (2009) demonstraram que a linguagem influencia fortemente o estado emocional do seu falante; e que seu conteúdo depende tanto de variáveis da sua produção pelo falante quanto de variáveis da sua compreensão pelo ouvinte. Os autores indicam como algumas dessas variáveis e seus efeitos: (a) a congruência emoção-conteúdo aumenta a probabilidade da compreensão; (b) o sexo dos indivíduos no episódio verbal influencia a compreensão de eventos eliciadores de emoção - mulheres e homens reagem verbalmente de maneiras diferentes diante de eventos de tristeza e de raiva; (c) histórias que eliciam emoções negativas nos leitores tendem a embotar os sentimentos eliciados por uma história positiva contada logo em seguida; e (d) precorrentes emocionais do leitor, ao ler diferentes histórias, variam de acordo com os comportamentos descritos na história como o sentimento de tristeza precede comportamentos aflitivos e o de raiva, comportamentos agressivos. Com base nisso, pode-se afirmar que a ironia está relacionada com o comportamento emocional do irônico e do seu ouvinte, de quem a emoção é parte da sua principal consequência.

Muitos dos estudos sobre ironia citados até então não são feitos por analistas do comportamento, conforme evidenciado por Messa, Borloti e Haydu (2020b). Isso torna relevante estudos que enfatizem a ironia pela definição de comportamento verbal. Assim, estudos da ironia devem enfatizar operacionalmente o contexto, a mediação por um ouvinte qualificado e a modificação que produz nesse contexto, conforme defendido por Simonassi e Cameschi (2003). Nessa ênfase operacional destacam-se as figuras de linguagem, citadas por Skinner (1957) para descrever consequências sutis do comportamento verbal do falante sobre o ouvinte, visto que essas figuras são estratégias retóricas do primeiro para produzir um determinado efeito na interpretação do segundo. Isso torna possível definir em termos comportamentais a figura de linguagem denominada ironia, como feito recentemente por Carvalho (2020) com a figura denominada metáfora.

A definição tradicional de ironia como dizer “o contrário dos fatos” é apenas uma das facetas das complexas funções do fenômeno, segundo os linguistas (cf. Hutcheon, 1992). A definição comportamental dada por Messa et al. (2014) enfatiza essa complexidade funcional no controle múltiplo da ironia, já que em sua produção atuam: audiência múltipla, estímulos (especialmente os não verbais) e operações motivacionais advindas desses estímulos e dessa audiência múltipla. Sua função é levar o ouvinte a produzir uma resposta em geral contrária ao que foi dito e quase sempre acompanhada de ridicularização. Uma vez que o humor verbal também está sob controle múltiplo, assim como a ironia, o humor irônico pode ser bastante comum, especialmente em humoristas profissionais (cf. Hübner et al., 2005).

Esse último apontamento torna relevante a descrição das variáveis que controlam a produção de ironia em humoristas profissionais, em especial o efeito dela como humor, aspecto definidor de sua habilidade e de sua atividade econômica. Provavelmente nessa atividade, seu repertório humorístico tenha intensificada a sua propriedade irônica pelo

controle múltiplo que caracteriza as diferentes audiências de sua produção verbal, e com ela o controle aversivo daqueles ouvintes possivelmente ofendidos pelos efeitos, em especial, da ridicularização que acompanha o riso no humor irônico, conforme demonstram Messa et al. (2020a) ao descreverem as variáveis controladoras da compreensão da ironia.

Atualmente, as redes sociais tornaram difusa a função da audiência, exacerbando a sua propriedade enquanto um controle múltiplo, fato que dá mérito ao estudo de falantes profissionais nessas redes, que têm o comportamento verbal como principal ferramenta de obtenção de seguidores, que sinalizam o reforçador condicional econômico. Assim, o objetivo desse estudo consistiu em identificar, por meio do relato dos humoristas profissionais, as possíveis variáveis de controle da emissão de ironia com ênfase nas variáveis emocionais dos próprios humoristas.

## Método

### Participantes

Os participantes foram cinco humoristas profissionais (esse termo foi estabelecido pelos autores deste artigo para sinalizar que os participantes trabalham com a ironia como figura de linguagem de uma forma mais recorrente em suas produções e publicações, sendo pagos pelo seu trabalho), sendo quatro homens e uma mulher, com idade entre 21 e 50 anos, todos com formação superior em jornalismo e comunicação social. O critério de seleção foi o de, no período da coleta de dados, postarem textos irônicos em suas próprias páginas de humor na internet. As postagens aconteciam semanalmente, pelo menos três vezes por semana, os assuntos eram sempre variados e costumeiramente polêmicos ao público; cada humorista tendia a postar sobre temas diversificados, não tendo sido observada uma regra específica para isso. O critério de escolha das páginas foi de a quantidade de acessos e de seguidores totais ser de, pelo menos, um milhão. Os participantes foram contatados por e-mail e aceitaram participar, conforme termos da aprovação pelo Comitê de Ética em Pesquisa com Seres Humanos (Processo 1.010.017). Os cinco participantes humoristas profissionais selecionados foram identificados neste artigo como P1, P2, P3, P4 e P5.

### Materiais

Utilizou-se o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) e um questionário com oito perguntas. As perguntas apresentadas, relacionadas aos elementos funcionais da produção irônica apontados pela revisão sistemática de estudos empíricos sobre o tema desenvolvida por Messa et al. (2014), foram: (a) O que é ironia para você? (b) Você acha que os seus vídeos/textos contêm ironia? (c) Que tipo de reação emocional você gostaria que as pessoas expressassem ao assistirem seus vídeos (ou lessem seus textos)? (d) Quais as reações que as pessoas manifestam que você acha que são inadequadas ou que você não acha legal? (e) Que tipo de sentimento/emoção você percebe que seus vídeos/textos despertam nas pessoas? (f) Enquanto você produz um vídeo/texto, quais pensamentos e sentimentos são mais frequentes em você? (g) Qual a sua intenção ao criar e publicar seus vídeos/textos? (h) Que tipo de comentário com relação ao conteúdo dos vídeos/textos deixa você mais triste? E feliz? E com raiva? E com medo?

### Procedimento

Um *e-mail* foi enviado convidando os participantes, ao qual foram anexados o TCLE e o questionário em formato docx. No corpo do e-mail foram escritas as orientações sobre como responder ao questionário, prazo e contato para esclarecimento de dúvidas. Os participantes podiam enviar as repostas de forma escrita ou via áudio. As respostas pouco detalhadas ou não bem compreendidas foram aprimoradas por meio de novos contatos, por *e-mail*, para esclarecimentos. Novos prazos foram negociados com os participantes que necessitaram mais tempo para o envio das repostas.

No final do período de coleta (que durou aproximadamente 10 meses, devido aos diferentes prazos negociados), todos os questionários foram conferidos e transcritos em um documento específico para tabulação e comparação dos dados. Os dados foram categorizados de acordo com os elementos funcionais do controle da ironia em: (a) definição pessoal de ironia; (b) autoavaliação do uso de ironia e sua função; (c) efeito pretendido da ironia sobre o ouvinte e consequências mantenedoras da emissão de ironias; (d) efeitos negativos da ironia sobre o ouvinte; e (e) efeitos das reações do ouvinte à ironia sobre o falante

## Resultados e Discussão

Dois participantes responderam os questionários via áudio e três, via texto. A seguir serão descritos e discutidos os resultados considerando os cinco elementos funcionais da produção irônica, apresentados em categorias amplas de análise.

### Definição pessoal de ironia

A Coluna 2 da Tabela 1 apresenta a distribuição das respostas dos participantes à pergunta “O que é ironia para você?”. Pode-se observar nessa tabela que apenas dois dos cinco participantes (P2 e P5) utilizaram verbos de ação para definir ironia. Os demais participantes (P1, P3 e P4) utilizaram substantivos como “é o poder de...”, “é uma interpretação...” e “é uma crítica...”, respectivamente, para definir ironia. Eles apresentaram a definição pessoal de ironia a partir de outro fenômeno a ser definido, como poder e interpretação. Essa estratégia retórica foi sinalizada por Skinner (1989) ao discutir o uso, na linguagem cotidiana, de vernáculos que não definem um fenômeno psicológico em termos comportamentais.

Tabela 1

*Respostas às Perguntas: O que é ironia para você? e Você acha que seus vídeos/textos contêm ironia?*

Participantes	Respostas à pergunta: O que é ironia para você?	Respostas à pergunta: Você acha que seus vídeos/textos contêm ironia? Por quê?
P1	“É ter o Poder de ser uma coisa e dizer outra. Levar o que tem sentido de humor a sério.”	“Sim. Utilizo a ironia para afirmar algo que não tem o sentido literal do que foi dito.”
P2	“Ironia é afirmar algo que não tem o sentido literal do que foi dito.”	“Sim. Usar a ironia é muito útil nos textos quando quero falar algo nas entrelinhas.”
P3	“É uma interpretação de um pensamento ou sentimento que desestrutura a intenção original.”	“Sim. A ironia nas publicações tem sempre essa pegada de esconder o óbvio por meio do humor.”
P4	“Eu diria que é uma crítica feita a partir da oposição do que realmente se quer dizer.”	“Sim. Uso sim a ironia como forma de não dizer diretamente o que quero dizer, sabe?”
P5	“Uma forma de criticar o preconceito. Falar o contrário do que realmente é.”	“Sim. Fica bastante claro que as ironias em nossas publicações são com esse fim de maquiagem o que é literal.”

A definição de ironia como a ação do seu produtor é importante porque, como uma sentença (Place, 1998), tem função de estímulo discriminativo e, como tal, pode funcionar como evento que controla o comportamento do irônico ao produzir a ironia. As definições de ironia dos cinco participantes foram similares dado que todos afirmaram que a ironia consiste em dizer algo com intenção contrária do que foi dito. Apesar de não utilizarem termos comportamentais, todos abordaram, em suas respostas o mesmo tipo de função para a ironia, as consequências de seu comportamento sobre o ouvinte: apresentar ou informar ao leitor o contrário dos fatos. Assim, suas compreensões confirmam que a ironia é um comportamento verbal não literal, operante emitido por um falante qualificado com uma história de reforço responsável pela sua aquisição no contexto do tatear o fato pelo seu contrário (cf. Kumon-Nakamura, Glucksberg, & Brown, 1995; Skinner, 1957). Pode-se confirmar essas observações nos estudos teóricos e empíricos da ironia (e.g., Messa et al., 2014; Recchia et al., 2010) que descrevem o padrão de resposta irônica como sendo dizer o contrário dos fatos.

### Autoavaliação do uso de ironia

A Coluna 3 da Tabela 1 apresenta a distribuição das respostas dos participantes à questão: “Você acha que seus vídeos/textos contêm ironia?” Todos os participantes responderam que nos seus textos é utilizada a ironia como figura de linguagem (P2 e P4 acrescentaram que em alguns momentos também escrevem de maneira direta, ou seja, literal, sem utilizar ironia).

Apesar de, em alguns contextos, a consequência aversiva impedir o falante de se assumir socialmente como irônico (cf. Messa, 2012), os humoristas profissionais se autorreconhecem como emissores de comportamento verbal irônico. Essa autoadmissão informa que existe a discriminação da intenção ou da função da ironia produzida e tornada pública (evocar crítica social ou eliciar humor no leitor), descrita como resposta à questão: “Como você avalia o uso da ironia nos seus textos e publicações?”

### **Efeito pretendido ou consequências mantenedoras da ironia sobre o ouvinte**

A associação da ironia com o humor é muito frequente nas respostas dos participantes, dado que são roteiristas humoristas. A produção da ironia com função de fazer rir, fazer com que os leitores se sintam felizes (ironia familiar, de acordo com Paiva, 1961) apareceu em todas as respostas. Apenas o P2 e o P4 acrescentaram que suas ironias têm como função a crítica e a reflexão de fatos e acontecimentos. O comportamento verbal de aprovação dos ouvintes (dizer que o texto foi engraçado, que foi uma “ótima sacada” etc.) serve como poderoso reforço positivo (cf. Hübner et al., 2005), quase que imediato, para que os humoristas profissionais mantenham o comportamento de escrever textos irônicos com conteúdo crítico e humorístico ao mesmo tempo.

A Tabela 2 apresenta os tipos de consequências mantenedoras da emissão de ironias e a distribuição da frequência de respostas dos participantes ao efeito pretendido da ironia sobre o ouvinte. A consequência humor foi a mais mencionada (no mínimo quatro menções por participante), em seguida, as categorias humor e consciência (de uma a cinco menções). O ganho financeiro com o compartilhamento teve frequência intermediária (de 1 a quatro menções), indicando o valor reforçador condicionado dessa consequência. Skinner (1957) afirma que a repetição de uma resposta pelo falante demonstra a força dessa resposta. Portanto, esse dado de energia nas respostas demonstra quão importante é o tipo de consequência para os irônicos profissionais. Na Tabela 2 observa-se, ainda, que o efeito pretendido no ouvinte é produzir humor. Uma das respostas que caracteriza esse tipo de resposta foi dada pelo participante P3: “Humor e reflexão sobre a sociedade. O riso é o objetivo principal, mas quando ele vem acompanhado de uma reflexão, somos mais úteis”. O mesmo ocorre na resposta do P2: “Eu não tenho um objetivo nobre. Só quero que as pessoas se divirtam”. Esse dado confirma o que Calmus e Caillies (2014) encontraram quando investigaram a correlação da ironia com humor: a ironia associada ao humor é considerada mais engraçada. Hübner et al. (2005) também corroboram esse achado e o associam ao controle múltiplo.

O controle múltiplo é uma característica presente no humor e na ironia (Messa et al., 2014; Skinner, 1957). Como ocorre na história de aprendizagem do comportamento verbal irônico (Gibbs Jr. et al., 2014) e na história do falante humorista, apesar de não acessada no presente estudo, seu repertório de ironias provavelmente já deve ter ficado sob controle de consequências reforçadoras, como o riso de piadas e de outras formas de humor, o que aumentou a probabilidade de repeti-las. Um exemplo é a resposta de P4 ao responder o que ele pensa que os seus textos despertam nas pessoas com relação aos temas abordados: “Identificação ou oposição, em todos os casos”. Messa et al. (2014) apontam essa dualidade de função, dada pelo controle pela audiência múltipla, como característica importante da ironia. Parafraseando a conclusão de Anolli et al. (2000) com termos analítico-comportamentais, é por meio desse controle que, ao mesmo tempo, o falante pode elogiar uma audiência esperando reforço dela e, implicitamente, criticar outra experimentando uma consequência diferente. Se a primeira for “opponente” da segunda (a “vítima”), é provável que a crítica à segunda seja reforçadora para a primeira. Assim, é justificável, porém não aceitável, a frequência de ironias em ambientes virtuais, em relações remotas. Ansary (2019) lembrou que as redes sociais virtuais são onipresentes na vida de muitos falantes que buscam ouvintes como seguidores e que, conseqüentemente, se tornam concorrentes de outros falantes. Nisso, lembra a autora, “o ciberespaço contribui inerentemente para um desequilíbrio de poder: o efeito de desinibição oferece aos usuários *online* oportunidades de se comportar mais descaradamente, e para atacar com o anonimato. Outro contribuinte para o desequilíbrio de poder é o fato de que um único ato malicioso pode ser repetidamente disseminado e visto por vários usuários” (p. 8), que podem não ter consciência dessa malícia definidora de um tipo de consequência verbal.

Um exemplo de resposta com relação à consciência como tipo de consequência foi a de P3 categorizada como “Consciência”, “Percepção de questões não percebidas” (ver Tabela 2). Na sua resposta original, não apresentada na Tabela 2, ele disse que espera que seus leitores, ao lerem seus textos, se “espantam com a realidade que vivemos, não no sentido de se verem como vítimas das circunstâncias, mas no sentido de, em sofrendo indiretamente com elas, serem seus oponentes”. Numa crítica de um humorista profissional à conjuntura política corrupta que define a realidade social do seu leitor crítico, conforme apontaram Agbota et al. (2015), um político ou um partido seriam compreendidos por esse leitor crítico como “vítimas” (ou alvos legítimos) da ironia desse humorista. Quando esse leitor, também irônico, é “opponente” dessa realidade política, ele se identifica com o humorista e reitera a ironia dele. Nesse momento, ele está compreendendo a ironia do humorista no sentido mais profundo da compreensão: descrever as variáveis que poderiam ser responsáveis por ele mesmo produzir a ironia do humorista (Skinner, 1957). Na intenção de P3, sua manipulação verbal visaria ao aumento da probabilidade desse leitor “opponente” apresentar respostas que se caracterizariam como contracontrole às práticas corruptas desse partido ou desse político.

Tabela 2

*Tipo de Consequências Mantenedoras da Emissão de Ironias e Distribuição da Frequência de Respostas dos Participantes ao Efeito Pretendido da Ironia Sobre o Ouvinte*

Tipo de Consequência	Topografias descritoras	Participantes	Frequências de respostas
Humor	Riso, diversão, graça, felicidade	P1	4
		P2	6
		P3	5
		P4	4
		P5	4
Humor e consciência	Riso e reflexão crítica	P1	3
		P2	1
		P3	4
		P4	5
		P5	4
Consciência	Percepção de questões não percebidas	P1	1
		P2	1
		P3	2
		P4	2
		P5	4
Identificação	Identificação com o escrito, empatia	P1	1
		P2	1
		P3	2
		P4	1
		P5	1
Dinheiro	Ganho financeiro com compartilhamento	P1	4
		P2	3
		P3	1
		P4	4
		P5	2

A consequência do tipo identificação ou empatia, isolada ou conectada às demais, aparece na fala de P5 quando ele disse que “as pessoas se sentem compreendidas, abraçadas”. O estudo de Dennis et al. (2013) confirma esse dado quando aponta que a ironia pode ser compreendida como empatia quando o irônico tenta persuadir (emocionar) ou convencer (mudar opinião de) seu ouvinte. Assim, sua conclusão pode ser usada para interpretar a função “identificação” da ironia dos humoristas profissionais: ironia e empatia são formas de comunicação que têm como objetivo influenciar os pensamentos e os sentimentos das pessoas de maneira indireta (Filik et al., 2015). Na

análise dos autores, posta aqui em termos comportamentais, a comunicação não literal, apesar de mais complexa, pode ser obtida como consequência de comportamentos verbais não idiomáticos (e.g., gestos ou expressões faciais), sem estarem acompanhados dos idiomáticos (palavras vocalizadas).

No presente estudo, no entanto, participaram humoristas profissionais. Portanto, suas ironias estão também sob controle de um poderoso reforço condicional - o dinheiro. Além do reforço positivo que os leitores podem prover ao irônico como “graça” ou “interesse”, os compartilhamentos que são feitos por esses leitores também geram dinheiro. Isso foi evidenciado no que P1 disse: “Vai ser engraçado? Eu vou ganhar dinheiro com ele? Ele vai ser muito compartilhado para me gerar dinheiro? Eu sempre penso no que posso ganhar financeiramente fazendo aquela piada ou crítica”. Esse tipo de reforçador condicional contribui para o aumento da frequência de se comportar verbalmente de maneira irônica. Pode-se afirmar, então, que a reação positiva dos leitores à ironia e o ganho financeiro provido por meio dessa reação são os dois tipos de consequências que contribuem para o aumento da frequência e a manutenção do comportamento verbal irônico do produtor profissional de ironia na prática cultural dos sítios de humor na rede mundial de computadores.

O desempenho verbal de um indivíduo em um momento específico numa prática cultural é determinado principalmente pelas contingências de reforço que prevalecem até aquele momento (Skinner, 1957). Então, se o produzir ironia foi reforçado com dinheiro, a probabilidade dessa contingência econômica aumentar a frequência e manter o seu comportamento verbal irônico é extremamente alta, pois o dinheiro é um reforçador condicional generalizado. Como quaisquer outros vendedores, os humoristas profissionais estão justamente sob o efeito desse reforçador. Além do poder reforçador generalizado do dinheiro, a frequência da produção verbal irônica também é função de esquemas de reforço variável.

### **Efeitos negativos da ironia sobre o ouvinte**

A Tabela 3 apresenta a distribuição do tipo e frequência de consequências aversivas da ironia sobre o comportamento do leitor das ironias divulgadas pelos participantes. O tipo de consequência aversiva mais frequentemente descrita foi a ameaça/acusação, pessoal ou judicial. Uma vez que o participante emitiu um comportamento verbal irônico com uma função específica (“objetivo”, “intenção”), ele pode experimentar reações dos ouvintes contrárias às esperadas. Ao serem questionados sobre o que elicia medo neles ao publicar ironias, eles responderam: P1: “ai sim, quando me ameaçam ou ameaçam processar um dos nossos roteiristas”; P2: “às vezes quando a piada é muito forte a gente deixa de publicar por temer processo ou reação. Mas jamais fomos processados”; P3: “Fico com medo quando o leitor me ameaça”. Essas falas dos participantes demonstram que as possíveis consequências aversivas do tipo ameaças/acusações eliciam respondentes e evocam operantes componentes do comportamento emocional medo. Entretanto, a estimulação aversiva subjacente ao medo não é suficiente para suprimir a produção irônica profissional.

Ainda que existam críticas ao que o irônico escreve (isso pode ser observado por qualquer pessoa ao acessar as páginas de publicação), o número expressivo de respostas (consequências) reforçadoras que ele recebe tem função de manter o comportamento de escrever ironias e divulgá-las de maneira constante e contínua. A probabilidade das consequências aversivas produz incerteza às consequências positivas, mesmo essas sendo frequentes, e isso é responsável pela formação do hábito de escrever ironias. Tendo o seu repertório irônico sob controle de um esquema de reforço do tipo intervalo, o produtor de ironia mantém sua produção irônica devido à imprevisibilidade do reforço.

### **Efeitos sobre o humorista das reações do ouvinte à ironia**

A Tabela 4 apresenta exemplos de respostas apresentada à pergunta: “Que tipo de comentário com relação ao conteúdo dos vídeos/textos deixa você mais triste? E feliz? E com raiva? E com medo?” Ao analisar as respostas dos humoristas profissionais, observa-se que o sentimento de tristeza está diretamente relacionado ao comportamento do ouvinte que informa: (a) falta de compreensão; (b) acusação; ou (c) chateação. Opostamente, o sentimento de felicidade está relacionado com as consequências: (a) compreensão satisfatória; (b) graça; (c) identificação - o leitor se diz “representado”. O sentimento de raiva pode acompanhar o de tristeza pela ironia produzir acusação e chateação, quando o leitor demonstra “não querer entender” a ironia dos que a produzem. Todos os participantes relataram que o sentimento de medo está diretamente relacionado com ameaça/acusação e revolta do ouvinte. Com relação à inadequação relacionada às consequências de sentimentos negativos, P2 comentou sobre os textos com conteúdo sobre sexo: “Curiosamente essas matérias têm grande leitura, mas poucas curtidas e compartilhamentos.

Acho que as pessoas ficam com vergonha quando o tema é sexo”. P5 afirmou o seguinte sobre os textos com conteúdo político: “evito falar porque não sei falar e tenho medo de dar errado”.

Tabela 3

*Distribuição da frequência de consequências aversivas da ironia sobre o comportamento do leitor*

Tipo de consequência	Topografia descritora	Participantes	Frequência de respostas
Ameaça, acusação	Julgamento pessoal, processos na justiça	P1	5
		P2	2
		P3	5
		P4	3
		P5	5
Incompreensão	Má fé, divulgação errada do sentido da ironia, como se fosse algo literal	P1	5
		P2	4
		P3	3
		P4	4
		P5	2
Inadequação	Vergonha, constrangimento	P1	1
		P2	1
		P3	2
		P4	1
		P5	1
Revolta	Respostas ríspidas, agressão verbal por não concordar com a ironia	P1	3
		P2	4
		P3	4
		P4	5
		P5	2
Imposição direta	Querer que apaguem a ironia publicada	P1	5
		P2	5
		P3	3
		P4	2
		P5	4

Os dados de autorrelatos de sentimentos permitem inferir que a ironia, como comportamento verbal, pode fazer parte do comportamento emocional (Filik et al., 2015). Skinner (1957) dá suporte a essa inferência quando afirma que o comportamento verbal pode contribuir para a emissão de eventos privados no indivíduo e que comportamentos verbais encobertos geralmente ocorrem quando o sujeito necessita solucionar problemas, criar arte (como a literária, com o humor irônico tratada no presente estudo) ou manipular variáveis que, de alguma forma, podem afetar o seu próprio comportamento.

Os dados do presente estudo corroboram os de Glenberg et al. (2009) e Filik et al. (2015) em relação àquilo que os humoristas profissionais sentem e pensam enquanto produzem seus textos irônicos. Basicamente eles relataram eventos privados que antecedem o comportamento verbal irônico. Pode-se observar que o conteúdo do comportamento verbal irônico emitido pelos humoristas profissionais, como consequência, influencia o tipo de resposta verbal/emocional que os ouvintes emitem. Esse tipo de resposta, por sua vez, influencia a emissão dos comportamentos encobertos dos humoristas profissionais. Como mostra a Tabela 3, um exemplo de consequência aversiva grave é a ameaça, que pode contribuir para que o produtor de ironia pare de criar textos irônicos com determinado conteúdo, ou pare de criar textos de conteúdo com propriedade aversiva exacerbada, e passe a se

comportar verbalmente de maneira similar à que já fora reforçada pelo leitor no passado, mantendo o reforçador econômico.

Tabela 4

*Tipos de Respostas com Relação às Emoções*

Emoções	Tipos de respostas com relação às emoções
Triste	“Acusação de defender esse ou aquele partido, de ser vendido para essa ou aquela organização.” “Quando me ofendem ou ofendem alguém da minha família.”
Feliz	“Um bom KKKKKK.” “Quando dizem que foi uma ótima tirada.” “Muitos <i>likes</i> me faz feliz.”
Raiva	“O mesmo que provoca a tristeza, ou seja, acusações falsas.” “Quando dizem que sou preconceituosa na publicação.” “Quando ameaçam ou ofendem algum de nós aqui.”
Medo	“Nada. Às vezes quando a piada é muito forte a gente deixa de publicar por temer processo ou reação. Mas jamais fomos processados.” “Temo ser processada.” “Só tenho medo de processo.”

Respostas escritas do leitor (então, escritor) podem expressar o tipo de emoção que ele sentiu. Por exemplo, escrever uma sentença inteira com letras maiúsculas ou exceder em acentos, como a exclamação, podem levar o mediador a compreender sentimentos aversivos. Por outro lado, escrever vários k's leva a compreensão de sentimentos positivos, ou seja, o escritor demonstrou empatia pelo texto que controlou sua escrita. Isso pode ser exemplificado com a resposta do P2 ao ser perguntado que tipo de resposta do leitor/ouvinte gera nele sentimento de felicidade: “Um bom KKKKKK”.

Respostas privadas e suas propriedades de estímulo adquirem controle sobre o comportamento público subsequente quando, no passado, sequências similares produziram consequências reforçadoras (Silva & Simonassi, 2019). Isso é justamente o que ocorre com os humoristas profissionais ao falarem sobre os temas que eles evitam ou não evitam publicar: respostas verbais de esquiva ou de aproximação, respectivamente. Determinado tipo de consequência liberada pelos leitores/ouvintes aumenta ou diminui a probabilidade de os irônicos produzirem determinados tipos de ironia. Os comportamentos precorrentes na situação de produzir um texto irônico, de acordo com as respostas dos humoristas profissionais, geralmente são dedução, imaginação, formulação de hipótese, dentre outras tantas com a função de aumentar a probabilidade de as respostas subsequentes e a resposta irônica final serem reforçadas pelos leitores/ouvintes. Isso pode ser confirmado pelas respostas do P1 e do P4 quando questionados sobre o que eles pensam e sentem enquanto escrevem os textos irônicos: “Vai ser engraçado? Eu vou ganhar dinheiro com ele? Ele vai ser muito compartilhado para me gerar dinheiro? Eu sempre penso no que posso ganhar financeiramente fazendo aquela piada ou crítica”; “O que eu posso fazer para conseguir, ao mesmo tempo, o máximo de humor e de crítica, além da tentativa de ser bastante acessível a todo leitor?”. Esses dados corroboram Simonassi, Cameschi, Vilela, Coelho e Paula (2007) que afirmaram que comportamentos precorrentes são frequentes em uma situação de resolução de problemas e que essas mesmas respostas podem ocorrer com a função de gerar estímulos discriminativos que alterem a probabilidade de ações subsequentes.

### Conclusão

O comportamento verbal irônico ainda é pouco estudado pelos analistas do comportamento. Este estudo demonstrou a possibilidade de se analisar a ironia sob uma perspectiva comportamental com o objetivo de caracterizar a produção da ironia por humoristas profissionais que publicam constantemente produtos de seus comportamentos verbais em sites e redes sociais na rede mundial de computadores. A produção da ironia está diretamente ligada com uma das suas características mais importantes que é o controle múltiplo pela audiência.

Para a resposta irônica, assim como para qualquer outro tipo de comportamento operante, o reforço é fundamental para aumentar a probabilidade de repetição de uma resposta, conforme demonstrado nos relatos

dos participantes. Um aspecto importante é que as consequências mediadas pelos leitores/ouvintes dos humoristas profissionais trouxeram à tona um tipo de reforçador incomum em outros comportamentos verbais: a incompreensão. Isso significa que o produtor de ironia também pode ter seu comportamento reforçado pela não compreensão de uma de suas audiências, uma vez que uma das funções da ironia é atingir uma audiência em detrimento de outra.

A ocorrência de eventos privados como precorrentes do comportamento verbal irônico também foi evidenciada na análise dos resultados. O relato de sentimentos pelos humoristas profissionais esteve diretamente ligado ao tipo de consequência que o ouvinte libera e esse apresentou papel fundamental influenciando na forma e na energia (força, frequência e repetição da emissão) irônica por aqueles. Por fim, conclui-se que tanto consequências positivas quanto negativas modelam o comportamento verbal irônico dos humoristas profissionais, confirmando a causalidade múltipla, em especial a audiência múltipla em descrições de afirmação de espera para a obtenção das diferentes repostas dos seus leitores/ouvintes, identificadas neste estudo como funções da ironia: humor, consciência, identificação, dinheiro, ameaça, acusação, incompreensão, inadequação, revolta e imposição direta.

### Declaração de conflito de interesses

Os autores declaram que não há conflito de interesses relativos à publicação deste artigo.

### Contribuição de cada autor

Certificamos que todos os autores participaram suficientemente do trabalho para tornar pública sua responsabilidade pelo conteúdo. A contribuição de cada autor pode ser atribuída como se segue: L. C. S. Messa, delineamento experimental e coleta e análise dos dados; E. Borloti, delineamento experimental e análise dos dados; L. C. S. Messa, E. Borloti, V. B. Haydu foram responsáveis pela redação do artigo.

### Direitos Autorais

Este é um artigo aberto e pode ser reproduzido livremente, distribuído, transmitido ou modificado, por qualquer pessoa desde que usado sem fins comerciais. O trabalho é disponibilizado sob a licença Creative Commons 4.0 BY-NC.



### Referências

- Agbota, T. A., Sandaker, I., & Ree, G. (2015). Verbal operants of corruption: A study of avoidance in corruption behavior. *Behavior and Social Issue, 24*, 126-148. <https://doi.org/10.5210/bsi.v24i0.5864>
- Anolli, L., Ciceri, R., & Infantino, M. G. (2000). Irony as a game of implicitness: Acoustic profiles of ironic communication. *Journal of Psycholinguist Research, 29*, 275-311. <https://doi.org/10.1023/A:100510022>
- Ansary, N. S. (2019). Cyberbullying: Concepts, theories, and correlates informing evidence-based best practices for prevention. *Aggression and Violent Behavior, 101343*. <https://doi.org/10.1016/j.avb.2019.101343>
- Calmus, A., & Caillies, S. (2014). Verbal irony processing: How do contrast and humour correlate? *International Journal of Psychology, 49*, 46-50. <https://doi.org/10.1002/ijop.12003>
- Carvalho, F. C. H. (2020). *Um modelo experimental para estudar metáfora: Efeitos da punição sobre a frequência de emissão de extensão metafórica do tato*. (Dissertação de mestrado). Universidade Federal de São Carlos, São Carlos.
- Dennis, M., Simic, N., Agostino, A., Taylor, G., Bigler, E. D., Rubin, Vanata, K., Gerhardt, C. A., Stancin, T., Yeates, K. O. (2013). Irony and empathy in children with traumatic brain injury. *Journal of the International Neuropsychological Society, 19*, 1-11. <https://doi.org/10.1017/S1355617712001440>
- 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. <https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2014.08.007>
- Gibbs Jr., R. W., Bryant, G. A., & Colston, H. L. (2014). Where is the humor in verbal irony? *International Journal of Humor Research, 27*, 575-595. <https://doi.org/10.1515/humor-2014-0106>
- Glenberg, A. M., Webster, B. J., Mouilso, E., Havas, D., & Lindeman, L. M. (2009). Gender, emotion, and the embodiment of language comprehension. *Emotion Review, 1*, 151-161. <https://doi.org/10.1177/1754073908100440>

- 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*, 7-14. <https://doi.org/10.18542/rebac.v1i1.673>
- Hunziker, M. H. L. (2011). Afinal, o que é controle aversivo? *Acta Comportamental*, *19*, 9-19.
- Hutcheon, L. (1992). The complex functions of irony. *Revista Canadiense de Estudos Hispânicos*, *16*, 219-234.
- 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. <https://doi.org/10.1037/0096-3445.124.1.3>
- Kreuz, R. J., & Glucksberg, S. (1989). How to be sarcastic: The echoic reminder theory of verbal irony. *Journal of Experimental Psychology: General*, *118*, 374-386. <https://doi.org/10.1037/0096-3445.118.4.374>
- Laraway, S., Snyckerski, S., Olson, R., Becker, B., & Poling, A. (2014). The motivating operations concept: Current status and critical response. *The Psychological Record*, *64*, 601-623. <https://doi.org/10.1007/s4073>
- 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.
- 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.
- Messa, L. C. S., Borloti, E., & Haydu, V. B. (2020a). Análise da compreensão da ironia: Variáveis que controlam o comportamento do ouvinte. *Acta Comportamental*, *28*, 357-374.
- Messa, L. C. S., Borloti, E., & Haydu, V. B. (2020b). Estudos empíricos da ironia: Revisão sistemática e implicações para uma análise funcional. *Avances em Psicologia Latinoamericana*, *38*(1), 218-236. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/apl/a.613219>
- Michael, J., Palmer, D. C., & Sundberg, M. L. (2011). The multiple control of verbal behavior. *The Analysis of Verbal Behavior*, *27*, 3-22. <https://doi.org/10.1007/bf03393089>
- Paiva, M., H., N. (1961). *Contribuição para uma estilística da ironia*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Place, U. T. (1998). Sentence and sentence structure in the analysis of verbal behavior. *The Analysis of Verbal behavior*, *15*, 131-133. <https://doi.org/10.1007/bf03392935>
- Passos, M. L. R. F. (2012). BF Skinner: The writer and his definition of verbal behavior. *The Behavior Analyst*, *35*, 115-126. <https://doi.org/10.1007/BF03392270>
- Picoli, R. M. de M. de, Rose, J. C. de, & Arantes, A. (2017). Análise funcional do comportamento verbal de humor. *Revista Brasileira de Terapia Comportamental e Cognitiva*, *19*(2), 108-123. <https://doi.org/10.31505/rbtcc.v19i2.1035>
- Recchia, H. E., Howe, N., Ross, H. S., & Alexander, S. (2010). Children's understanding and production of verbal irony in family conversations. *Journal of Development Psychology*, *28*, 255-74. <https://doi.org/10.1348/026151008X401903>
- Silva, A. V., & Simonassi, L. E. (2019). Condições experimentais para a verificação de correlação entre eventos públicos controlados e eventos privados inferidos. *Humanidades & Tecnologia em Revista*, *16*, 259-278.
- Simonassi, L. E., & Cameschi, C. E. (2003). O episódio verbal e a análise de comportamentos verbais privados. *Revista Brasileira de Terapia Comportamental e Cognitiva*, *5*, 105-119.
- Simonassi, L. E., Cameschi, C. E., Vilela, J. B., Coelho, A. E. V., & Paula, V. (2007). Inferências sobre classes de operantes precorrentes verbais privados. *Revista Brasileira de Análise do Comportamento*, *3*, 97-113. <https://doi.org/10.18542/rebac.v3i1.826>
- Skinner, B. F. (1957). *Verbal Behavior*. Appleton-Century-Crofts.
- Skinner, B.F. (1989). *Recent issues in the analysis of behavior*. Merrill Publishing.

---

Submetido em: 18/01/2020

Aceito em: 20/11/2020