

Gisele Maria Franchi

Os homens preferem as (piadas de) loiras

Análise interdiscursiva de piadas de loira e de piadas feministas

Dissertação apresentada ao Instituto de Estudos da Linguagem, da Universidade Estadual de Campinas, para obtenção do Título de Mestre em Linguística.

Orientador: Prof. Dr. Sírio Possenti

Campinas

2010

Ficha catalográfica elaborada pela Biblioteca do IEL - Unicamp

F846h

Franchi, Gisele Maria.

Os homens preferem as (piadas de) loiras : análise interdiscursiva de piadas de loira e de piadas feministas / Gisele Maria Franchi. -- Campinas, SP : [s.n.], 2010.

Orientador : Sirio Possenti.

Dissertação (mestrado) - Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Estudos da Linguagem.

1. Humorismo. 2. Gênero. 3. Estereótipo (Psicologia). I. Possenti, Sirio. II. Universidade Estadual de Campinas. Instituto de Estudos da Linguagem. III. Título.

oe/iel

Título em inglês: Men prefer (jokes about) blondes: interdiscursive analysis of bimbo jokes and feminist jokes.

Palavras-chaves em inglês (Keywords): Humorismo; Gender; Stereotype (Psychology).

Área de concentração: Linguística.

Titulação: Mestre em Linguística.

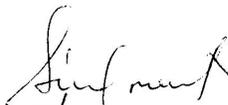
Banca examinadora: Prof. Dr. Sirio Possenti (orientador), Profa. Dra. Suzy Maria Lagazzi e Profa. Dra. Cristina Teixeira Vieira de Melo. Suplentes: Profa. Dra. Carmen Zink Bolonhini e Profa. Dra. Fernanda Mussalim G. Lemos Silveira.

Data da defesa: 19/02/2010.

Programa de Pós-Graduação: Programa de Pós-Graduação em Linguística.

BANCA EXAMINADORA:

Sirio Possenti



Suzy Maria Lagazzi



Cristina Teixeira Vieira de Melo



Carmen Zink Bolonhini

Fernanda Mussalim G. Lemos Silveira

IEL/UNICAMP
2010

Dedico este trabalho à memória de meu avô **Arlindo**.
Sem sua ajuda, jamais teria chegado até aqui.

AGRADECIMENTOS

Gostaria de agradecer profundamente a todos aqueles que, direta ou indiretamente, tornaram possível este trabalho. A essas pessoas expresse a minha eterna gratidão e o meu reconhecimento.

Ao professor **Sírio Possenti**, pela confiança, pelas leituras, pelo muito que aprendi. Obrigada pela orientação enriquecedora. Foi uma grande honra trabalhar com alguém que é um verdadeiro exemplo de competência, dedicação e inteligência.

Sou muito grata à professora **Edvania Gomes da Silva**, pelas preciosas contribuições durante o exame de qualificação e à professora **Suzy Maria Lagazzi**, pelo incentivo, pelas valiosas considerações feitas durante a qualificação e por ter aceitado participar da etapa final e decisiva desse (longo) percurso. Também agradeço muito à professora **Cristina Teixeira Vieira de Melo**, por aceitar fazer parte da banca e contribuir para o aprimoramento deste trabalho.

Obrigada **Fernanda Mussalim** e **Carmen Zink Bolognini**, pela disposição e gentileza em ler essa dissertação.

Agradeço muito às professoras **Maria Irma Hadler Coudry**, **Patrícia Prata**, **Suzy Maria Lagazzi**, **Raquel Salek Fiad**, **Carmen Zink Bolonhini** e **Dörthe Uphoff**. Suas aulas, ainda na graduação, despertaram em mim a paixão pelos estudos nas áreas da linguagem e do discurso. Além de tornarem o IEL um lugar bastante acolhedor!

Minha imensa gratidão à querida amiga **Marcela Franco Fossey**, que me socorreu tantas vezes em meus momentos de desespero acadêmico. Obrigada pela força, pelo incentivo, pela presteza em compartilhar seus conhecimentos e seu carinho.

Jô Rodrigues Cavalcanti, **Carla da Silva Lima**, **Fabiana Miqueletti**: obrigada pela ajuda preciosa que vocês deram nas mais diferentes etapas pelas quais passei.

A **Mariana Araújo Zaneti**, fica o meu agradecimento pelos incontáveis momentos de muita risada e diversão. Além disso, atribuo a você a “culpa” por eu querer começar a enveredar pelo mundo da pesquisa. Obrigada, inesquecível Betty!

Às iélicas amigas **Cibele Raizer**, **Gisele da Silva Leles**, **Helena Barbi** (achou que esqueci, é?), **Fernanda Moraes D’Olivo**, **Juliana Trannin**, **Gabriela Dias**, agradeço os momentos

de descontração. O trocadilho pode ser infame, mas é sincero: na cartilha da alegria, vocês tornaram o meu caminho mais suave!

Um agradecimento especial àquelas que preencheram o meu dia-a-dia com alegria, amor, coragem e fé: **Marilda Alice de Oliveira** (a nossa Mara), **Jéssica Thandara Gosse**, **Romilda Tartari Albuquerque**, **Maria Helena Mittestainer** (querida Leninha!), **Leila Cláudia Sarubi** e **Marta Aparecida de Oliveira**.

Aos meus especialíssimos amigos **Luís**, **Benedita** e **Joaquim**, a minha eterna gratidão por tudo, principalmente por toda a força que vocês me deram durante essa etapa tão importante da minha vida. O que vocês fazem por mim mais parece coisa de outro mundo! Obrigada pela presença reconfortante, pelas palavras de ânimo e por todo o incentivo. Vocês são, sem dúvida, uma continuação dessa família maravilhosa a quem muito devo. Por falar nela, o meu agradecimento profundo e eterno à minha avó **Cleusa**. Sua coragem e força são um verdadeiro exemplo a ser seguido. Ao meu queridíssimo irmão **Daniel**, obrigada pelos momentos de alegria, ternura e descontração. E à minha mãe **Claudeti**, o meu profundíssimo agradecimento pela pessoa maravilhosa que você é. Obrigada pelo seu apoio e compreensão. Obrigada por ser o meu porto seguro.

Por fim, agradeço à Fapesp pela bolsa concedida.

Tudo o que é autenticamente grande deve comportar um elemento de riso, caso contrário fica ameaçador, aterrorizante, grandiloquente e limitado. O riso levanta as barreiras, abre o caminho.

(Mikhail Bakhtin, “Problemas da poética de Dostoiévky”).

RESUMO

Com base na análise do discurso (MAINGUENEAU, 1984:2005a, 1998:2008, 2006a), nas principais teorias do humor (BERGSON, 1900:1993; FREUD, 1905:1996; RASKIN, 1985), na literatura sobre a mulher e em trabalhos na literatura sobre o feminismo (RAGO, 2003) e sobre a identidade do homem contemporâneo (NOLASCO, 1995), analisa-se a circulação, em um conjunto de piadas, de uma representação do feminino. O corpus da pesquisa constitui-se das chamadas “piadas de loira”, bem como de piadas ditas “feministas”. O objetivo é analisar a relação interdiscursiva que constitui e atravessa o posicionamento machista (que se descobriu nas piadas de loira) e o posicionamento feminista. As análises mostram que estereótipos presentes em ambos os conjuntos de piadas podem ser compreendidos como um processo em que o Outro é traduzido a partir do Mesmo, sob a forma de um *simulacro*. Além disso, evidenciam o fato de que as conquistas sociais e profissionais que as mulheres vêm obtendo principalmente nas últimas décadas refletem-se também no plano discursivo: não há mais um ponto de vista assimétrico, em que a mulher era representada apenas segundo a tradução feita pelo posicionamento machista. No espaço discursivo, posicionamento machista e posicionamento feminista interagem de maneira conflituosa, recusam-se mutuamente. E se constituem.

Palavras-chave: Análise do Discurso; Humor; Gênero; Estereótipos

ABSTRACT

Based on the discourse analysis (MAINGUENEAU, 1984:2005a, 1998:2008, 2006a), the main theories of humor (BERGSON, 1900:1993; FREUD, 1905:1996; RASKIN, 1985), the literature about women and feminism (RAGO, 2003) and about the identity of contemporary man (NOLASCO, 1995), the circulation of a feminine representation is analyzed in a set of jokes. The corpus of the research is constituted by “bimbo jokes” and by feminist jokes as well. The aim is to analyze the interdiscursive relation that constitutes and traverses the sexist position (discovered in the bimbo jokes) and the feminist position. The analyses show that the stereotypes existent in both groups of jokes can be understood as a process in which the “Other” is translated through the “Same”, under the form of a simulacrum. Besides, they evidence the fact that the social and professional conquests obtained by women, especially in the last decades, are also reflected in the discursive plan: there is no more an asymmetrical point of view, in which the woman was represented only according to the translation made by the sexist position. In the discursive space, sexist and feminist positions interact in a conflicting way, refusing each other mutually. And they constitute themselves.

Key words: Discourse Analysis; Humor, Gender; Stereotype.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	15
1. CAPÍTULO 1: A PIADA, Freud explica. (E outros estudiosos também)	19
1.1 A quebra de expectativa	24
1.2 O gatilho (trigger)	29
1.3 A veiculação de discursos proibidos	33
1.4 O exagero	35
2. CAPÍTULO 2: AS PIADAS DE LOIRA: Clareando as ideias	39
2.1 Apresentação do <i>corpus</i>	40
2.2 Estereotipia e simulacro	44
2.2.1 A AD e o primado do interdiscurso	44
2.2.2 Estereótipos nas piadas: os simulacros	49
2.3 As condições históricas de produção do discurso	53
2.4 A memória discursiva	61
2.4.1 Uma memória machista	65
2.5 O seu cabelo não nega. A imagem da loira na sociedade	74
2.5.1 Raízes históricas. Os cabelos loiros na sociedade	75
2.5.2 Ethos e cenografia	79
2.5.3 A loira em cena	84
2.6 Tradução de discursos: os estereótipos básicos e os estereótipos opostos	94
2.6.1 Os estereótipos básicos	94
2.6.2 A tradução	107
3. CAPÍTULO 3: AS PIADAS FEMINISTAS: Agora é que são elas	115
3.1 Apresentação do <i>corpus</i>	116
3.2 Disputando espaço: os discursos das piadas feministas	122
3.3 As condições de produção dos discursos das piadas feministas	129
3.4 Homem com H, Mulher com M. A polêmica como interincompreensão	136
3.5 Porque eu sou é homem. Os lugares comuns sobre o homem atual	139

3.6 Tradução de discursos. I've got to be a macho man!	144
3.7 Os ethe explorados nas piadas feministas: o homem em cena	146
CONSIDERAÇÕES FINAIS	155
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	159

INTRODUÇÃO

Ninguém jamais vencerá a guerra entre os sexos. Há muita confraternização entre os inimigos.
(Henry Kissinger, diplomata norte-americano).

Aristóteles defendeu a tese – que foi posteriormente complementada por Thomas Hobbes – de que o riso seria uma forma de expressar desprezo e superioridade do ridente em relação ao objeto risível (cf. SKINNER, 2002). Bergson (1900:1993) asseverou que o nosso riso é sempre o riso de um grupo. Freud (1905:1996) mostrou que as piadas revelam impulsos (libidinosos, hostis) que são reprimidos. Diante disso, embora seja evidente que contamos piadas principalmente com o propósito de diversão, o fato de fazermos piadas sobre *determinadas pessoas ou grupos* não pode ser desprezado. Nesse sentido, pode-se conjecturar que transformar alguém em objeto de riso é algo que tem relevância – e para além da questão do riso.

Com efeito, Possenti (1998) ressaltou a importância que materiais como as piadas têm no que diz respeito a questões linguísticas e discursivas. Especificamente sobre piadas que têm como alvo pessoas ou grupos, Perez (2000) estudou as piadas (e também os provérbios) sobre os negros; Folkis (2004) analisou as piadas de casamento, tendo como foco a relação marido/mulher; Conde (2005) estudou piadas regionais como as de gaúcho e as de mineiro. Nesta pesquisa, o foco é a circulação, em piadas, de uma representação sobre a mulher.

Representação visando ao rebaixamento: nas piadas de loira, observa-se a veiculação de um discurso machista, que representa negativamente a mulher. Mas há também *o outro lado*, o ponto de vista das mulheres, veiculado nas/pelas piadas feministas. Sinal dos tempos. As conquistas sociais e profissionais que as mulheres vêm obtendo principalmente nas últimas décadas refletem-se também no plano discursivo: não há mais um ponto de vista assimétrico, em que a mulher era representada apenas segundo a

tradução feita pelo posicionamento machista. No espaço discursivo, posicionamento machista e posicionamento feminista interagem de maneira conflituosa, recusam-se mutuamente. E se constituem.

No primeiro capítulo, *A piada, Freud explica (e outros estudiosos também)*, parte-se das principais teorias do humor – Bergson (1900:1993), Freud (1905:1996) e Raskin (1985) – para explicar o funcionamento das piadas. O enfoque está nos mecanismos constitutivos desse gênero textual, principalmente na *quebra de expectativa* por parte do leitor/ouvinte da piada e nas *técnicas linguísticas ou textuais (gatilhos)* que “disparam” a interpretação engraçada da piada. Uma atenção especial é dada também ao fato de esses textos serem capazes de *veicular discursos proibidos (temas tabus e discursos preconceituosos)* e também à questão do *exagero*, já que tal recurso, embora não seja constitutivo de todas as piadas, está fortemente relacionado à *veiculação de estereótipos*. Trata-se, portanto, de um capítulo-base para as análises dos *corpora* deste trabalho.

O objetivo central desta pesquisa é analisar a relação interdiscursiva que constitui e atravessa o posicionamento machista (que se descobriu nas piadas de loira) e o posicionamento feminista (que se verificou nas piadas ditas “feministas”). Nossa hipótese é que essas posições dividem o mesmo espaço discursivo e que é a partir da interação conflituosa entre esses dois posicionamentos que os estereótipos presentes em ambos os conjuntos de piadas podem ser compreendidos como um processo em que o Outro é traduzido a partir do Mesmo, sob a forma de um *simulacro*.

Dessa forma, no segundo capítulo, *As piadas de loira: clareando as ideias*, a proposta é analisar um conjunto de piadas de loira. Peças textuais no mínimo instigantes, essas piadas chamam a atenção no que diz respeito à representação da mulher. *Como e por que a loira está representada nesses textos?* é a pergunta que norteia as nossas análises, cujo foco reside principalmente na questão da estereotípiia envolvida nessas piadas. Tomando como base a fundamentação teórica da análise do discurso (MAINGUENEAU, 1984:2005a, 1998:2008, 2006a), a literatura sobre a mulher, além das teorias do humor, a investigação das *condições históricas de produção dos discursos* (sessão 2.3) permite conhecer o motivo pelo qual a mulher está representada nesse material da forma negativa que está.

A análise da *memória discursiva* que as piadas de loira retomam (sessão 2.4.1) confirma que os estereótipos veiculados por esse material são machistas. A compreensão dos *ethe* que são explorados nessas piadas (sessão 2.5.3) ajuda a explicar porque esses textos valem-se da loira como “bode espiatório”. Na sessão 2.6, uma análise mais bem fundamentada a respeito do funcionamento dos estereótipos nas piadas de loira é apresentada com base na teoria proposta por Possenti (2002). Descobre-se, assim, que o posicionamento machista põe em questão o comportamento feminino atual e que tal posicionamento *traduz* os enunciados da mulher segundo um *simulacro* que ele constrói. Por isso, as piadas de loira veiculam os estereótipos de “loira burra” e de “loira fácil”.

Visando compreender as relações interdiscursivas entre dois posicionamentos que se manifestam em uma relação marcadamente polêmica, a saber, o posicionamento feminista e o posicionamento machista, o terceiro capítulo, *As piadas feministas: agora é que são elas*, tem como foco um conjunto de piadas ditas “feministas”. Adota-se como fundamentação teórica a análise do discurso (MAINGUENEAU, 1984:2005a, 1998:2008, 2006a), um trabalho na literatura sobre o feminismo (RAGO, 2003) e outro sobre a identidade do homem contemporâneo (NOLASCO, 1995).

A investigação das *condições históricas de produção dos discursos* veiculados nas/pelas piadas feministas (sessão 3.3) situa tais piadas na “guerra” entre os sexos e permite concluir que a enunciadora das piadas feministas interpela o seu Outro – o homem machista – segundo uma *troca regrada*, ou seja, “compreende” os enunciados machistas no interior do fechamento semântico de seu posicionamento. Resultado: constrói *simulacros* do discurso masculino/machista (sessão 3.4).

Uma compreensão mais bem fundamentada acerca do funcionamento dos estereótipos em tais piadas é apresentada com base na teoria proposta por Possenti (2002). Para tanto, foi preciso desenvolver uma investigação a respeito da identidade do homem contemporâneo (sessão 3.5). Com isso, descobriu-se que o posicionamento feminista põe em questão o comportamento machista do homem atual e *traduz* seus enunciados segundo um *simulacro* que constrói (sessão 3.6). Tal tradução está relacionada à *desmoralização do homem machista*, conforme se pode observar com base na análise dos *ethe* explorados

nessas piadas (sessão 3.7). E se trata de uma forma de o posicionamento feminista constituir e preservar sua identidade no espaço discursivo, conforme defenderemos.

CAPÍTULO 1

A PIADA, FREUD EXPLICA. (E OUTROS ESTUDIOSOS TAMBÉM).

Neste capítulo, pretende-se explicar o funcionamento das piadas, visando, com isso, uma melhor compreensão sobre como são esses textos: o que os caracterizam, quais são os mecanismos linguísticos envolvidos, etc... Tal estudo é imprescindível para que se possa desenvolver uma análise bem fundamentada a respeito dos *corpora* deste trabalho. As teorias do humor que norteiam esta pesquisa são principalmente as de Bergson (1900:1993), Freud (1905:1996) e Raskin (1985).

Compreender como as piadas funcionam foi justamente a preocupação que motivou o semanticista russo Victor Raskin a desenvolver uma teoria, a *Semantic Script Theory of Humor* (SSTH) – conhecida também como *Teoria dos dois scripts*. Tal teoria interessa fundamentalmente ao nosso trabalho, posto que se trata de uma teoria *linguística*, bastante explícita no que se refere ao funcionamento das piadas. Seu objetivo era formular as condições *puramente semânticas* necessárias e suficientes para que um texto seja engraçado. Para isso, Raskin (1985) baseou-se na noção de competência linguística de Chomsky (1965), na teoria dos atos de fala de Austin (1962) e na pragmática de Grice (1975).

No que se refere à noção de competência linguística, foi nela que Raskin buscou subsídios para especular que, assim como o falante de uma língua é capaz de distinguir as sequências gramaticais das sequências não-gramaticais, ele também seria capaz de distinguir um texto engraçado de um texto não-engraçado, ou seja, ele também teria uma *competência humorística*.

Com relação à teoria dos atos de fala de Austin, Raskin elaborou, com base nela, sua teoria acerca do *ato de humor* (*humor act*)¹, que pode ser definida de acordo com a equação:

¹ A respeito do termo “humor”, Raskin observa que o cita com o sentido de “engraçado”: “(...) we will use the term ‘humor’ in the least restricted sense, interchangeably with ‘the funny’” (RASKIN, 1985, p. 08). É a esse sentido que também nos referimos quando citamos a palavra “humor” neste trabalho. Distinções mais

$$\text{PV [F, O, E, Ex(f), Ex(o), Ex(f,o), P(f), P(o), S, So(f,o)] = En}$$

Onde:

PV = piada verbal

F = falante

O = ouvinte

E = estímulo

Ex = experiência

P = psicológico

S = situação

So = social

En = ato de humor bem sucedido

Nessa fórmula, Raskin (1985, p. 06) determina os fatores que contribuem para o sucesso de um ato de humor ou, nos termos de Austin (1962), o que determina as suas *condições de felicidade*. São, como é possível observar, fatores de várias ordens: a experiência do falante, a experiência do ouvinte; o tipo psicológico de um indivíduo; os valores sociais; o contexto (situação), que pode determinar o significado de um recurso semântico em uma piada, entre outros.

É, contudo, ao considerar a pragmática de Paul Grice, que o autor formula mais consistentemente sua teoria. Seu interesse está, mais precisamente, nas máximas formuladas por Grice (1975) – cujo foco está no *princípio bona-fide*, ou seja, em uma confiabilidade entre os interlocutores:

específicas (por exemplo, que diferencie o humor do cômico) são irrelevantes aos objetivos de nossa pesquisa. Do mesmo modo, aproximamos o sentido de “chiste” ao de piada. Para uma diferenciação entre chiste, humor e cômico, recomenda-se, por exemplo, Almeida (1998). A autora, inclusive, sistematiza as diferenças em questão em uma tabela que contém dados como: a) a localização psíquica, b) a economia libidinal, c) o número de pessoas envolvidas, d) o tipo de raciocínio utilizado, e) os mecanismos usados, e) os processos, f) e os registros.

- (i) Maxim of Quantity: Give exactly as much information as required
- (ii) Maxim of Quality: Say only what you believe to be true
- (iii) Maxim of Relation: Be relevant
- (iv) Maxim of Manner: Be succinct (apud RASKIN, 1985, p. 103)

As piadas, por sua vez, seriam *non-bona-fide* (ou seja, elas “não são para valer”). Partindo dessa constatação, Raskin adaptou as máximas de Grice, de modo que elas funcionassem para dar conta do modo *non-bona-fide* de comunicação:

- (i) Maxim of Quantity: Give exactly as much information as is necessary for the joke
- (ii) Maxim of Quality: Say only what is compatible with the world of the joke
- (iii) Maxim of Relation: Say only what is relevant to the joke
- (iv) Maxim of Manner: Tell the joke efficiently” (ibid., p. 103)

Contar uma piada implicaria, assim, passar do modo *bona-fide* de comunicação para o modo *non-bona-fide*. Ou seja, estabelece-se um novo tipo de contrato, cujas regras, como se pode ver, são diferentes daquelas que regulam a comunicação usual (*bona-fide*). Ilustremos com a análise de um exemplo:

Barbeiro ou engenheiro?

O médico estuda os exames da loira:

- *A senhora contraiu a doença de Chagas.*

- *O que é isso, doutor?*

- *É uma doença do sangue. A senhora foi chupada por um barbeiro.*

- *Barbeiro? Mas ele me disse que era engenheiro...*

Após analisar os exames da loira, o médico dá o diagnóstico: mal de Chagas. Como a paciente não conhece a doença, quer saber o que é. O profissional explica, inclusive, como ela é contraída: por uma chupada (sugada de sangue) do inseto barbeiro. Até este ponto, é uma comunicação *bona-fide*. Entretanto, a última fala da loira causa

estranheza: ao saber que a doença de Chagas é contraída graças a uma chupada do inseto, a loira observa: “–Barbeiro? Mas ele me disse que era engenheiro...”. A fala da loira não é relevante para a comunicação *bona-fide* do texto, ou seja, viola a *máxima da relação* proposta por P. Grice.

No entanto, a observação que a loira faz no final da piada respeita a *máxima da relação* do modo *non-bona-fide* de comunicação, tal como formulada por Raskin (1985): *diga apenas o que é relevante para a piada*. Para a piada, tal observação é relevante quando se percebe a ambiguidade da expressão “chupada por um barbeiro”: a loira entende que se contrai o mal de Chagas ao relacionar-se com um homem que tenha como profissão cortar o cabelo e fazer a barba. Como ela está com a doença, começa a desconfiar de que seu namorado não era um engenheiro, como ele a fazia acreditar... A graça da piada, portanto, está na estupidez da loira, que acredita que a doença de Chagas é transmitida pelo homem. Mais do que isso: a loira acredita que o mal em questão é transmitido por homens de uma determinada profissão: os barbeiros!

Com efeito, a expressão “chupada por um barbeiro”, em sua ambiguidade, respeita a *máxima da quantidade* do modo *non-bona-fide*: *dê a informação que for estritamente necessária à piada*. Analogamente, o fato de a loira acreditar que contraiu o mal de Chagas porque namorava um suposto barbeiro (que se dizia engenheiro) também está em conformidade com outra regra desse novo tipo de contrato, a *máxima da qualidade*: a loira ser capaz de concluir um absurdo desses é *compatível com o universo da piada*, já que, como se sabe, no “mundo das piadas” as loiras são completamente estúpidas. Entretanto, para respeitar completamente esse novo tipo de contrato, estabelecido segundo as regras *non-bona-fide*, é preciso ainda que a piada seja contada de maneira eficiente, ou seja, que respeite a *máxima do modo*. Assim, a absurda conclusão da loira, por exemplo, deve aparecer apenas no final da piada – e de uma forma surpreendente.

A mudança no modo *bona-fide* de comunicação para o modo *non-bona-fide* é apenas uma das condições necessárias para que se tenha um texto engraçado, como se pode observar na citação abaixo, em que o Raskin esboça essa e as demais condições:

- (i) A switch from the *bona-fide* mode of communication to the non-*bona-fide* mode of joke telling;
- (ii) The text of an intended joke;
- (iii) Two (partially) overlapping scripts compatible with the text;
- (iv) An oppositeness relation between the two scripts;
- (v) A trigger, obvious or implied, realizing the oppositeness relation. (ibid., p.140)

Esses pontos são fundamentais para a compreensão do funcionamento de uma piada e, por isso, requerem uma maior atenção. No que diz respeito à primeira condição – a mudança do modo de comunicação *bona-fide* para o modo non-*bona-fide* –, acreditamos que a discussão acima esboçada é suficiente. Dessa forma, apresentaremos alguns subcapítulos que visam dar conta: a) da terceira condição, que defende que o texto chistoso deve ser *compatível com dois scripts* e que estes devem ser *opostos entre si* (quarta condição); b) e da quinta condição, que versa sobre o mecanismo linguístico ou textual que Raskin chama de *trigger* (*gatilho*). Acreditamos que a segunda condição não requer maiores explicações. Os subcapítulos apresentam-se na seguinte ordem:

- *A quebra de expectativa*: inicialmente, será discutida essa questão. Constitutiva da piada, embora ela não esteja explicitada na citação de Raskin acima, a quebra de expectativa está diretamente relacionada ao mecanismo de gatilho, uma vez que ela é ocasionada por certos tipos de jogo linguístico ou textual.

- *O gatilho (trigger)*: nesse subcapítulo, discute-se o fato de o texto jocoso ser *compatível com dois scripts*, que devem ser *opostos entre si*, e mostra-se como o *gatilho* “dispara” a interpretação engraçada de uma piada.

- *A veiculação de discursos proibidos*: nesse subitem, analisa-se a importância do gatilho na veiculação de discursos preconceituosos e temas tabus. Chama-se a atenção para outro fator típico nas piadas: a questão do *rebaixamento* de pessoas ou grupos.

- *O exagero*: embora não seja propriamente uma condição para que se tenha uma piada (tanto é que Raskin não o menciona na lista citada acima), o exagero é algo

bastante típico e sua importância nas piadas está relacionada ao fato de que, muitas vezes, esse recurso auxilia na veiculação de *estereótipos*.

Para uma melhor compreensão do funcionamento das piadas, serão analisados exemplos para cada um desses tópicos. Como o foco de nossa pesquisa são, em um primeiro momento, as piadas de loira, as análises se concentram nesse tipo de material. Tal opção, além de auxiliar na compreensão do funcionamento das piadas, oferece também subsídios indispensáveis para que, no segundo capítulo deste trabalho, se possa compreender *como e por que* a loira está representada nesses textos.

1.1 A quebra de expectativa

Loiras na escola

Na escola, três alunas loiras faziam teste oral:

- *Diga um verbo!* – *pediu o professor a uma delas.*

- *“Bicicreta”.*

- *Não é “bicicreta”, é “bicicleta” – corrigiu o professor. E “bicicleta” não é verbo.*

O professor então fez a mesma pergunta para a outra loira.

- *“Prástico”!* – *respondeu a aluna, confiante.*

- *Não é “prástico”, é “plástico”!* – *explicou o professor, pacientemente. E “plástico” não é verbo. Por fim, dirigiu-se à outra loira, que prontamente respondeu:*

- *“Hospedar”!*

O professor se animou. Confiante, pediu à aluna: - Agora, construa uma frase com esse verbo.

E a loira:

- *“Hospedar da bicicleta é de plástico”.*

Segundo os teóricos do humor, o riso é provocado por uma *quebra de expectativa*. Essa ideia já era defendida em 1546, por Fracastoro, que especulava haver uma relação intrínseca entre o riso e a surpresa: “(...) o imprevisto e o inesperado dão origem à admiratio, que, por sua vez, dá origem à delectatio [ao prazer], que, por sua vez, provoca o movimento facial que chamamos de riso...” (apud SKINNER, 2002, p. 33). Isso posto, pode-se definir “piada” como um texto humorístico não muito extenso, que crie certa expectativa em seu leitor ou ouvinte, para, em seguida, quebrar essa expectativa². É justamente por causa disso, dessa mudança de rumo, que a piada apresenta um desfecho completamente inesperado. E, por isso, engraçado (mas não é só por isso, conforme se mostrará mais adiante).

Na piada acima, cria-se uma expectativa acerca do teste oral feito pelas loiras, expectativa essa que aumenta cada vez que uma delas não consegue citar corretamente um verbo. Quando, finalmente, a terceira loira diz “hospedar”, o leitor/ouvinte da piada é levado a acreditar que ela se deu bem no teste. Nova expectativa se instaura: agora, a loira precisa construir uma frase com essa palavra. “Hospedar da bicicleta é de prático” quebra a expectativa ao mesmo tempo em que surpreende o leitor/ouvinte: a loira disse algo inesperado. Ela não se referia ao verbo “hospedar”, mas ao sintagma nominal “os pedar” (“os pedais”)...

Foi Freud (1905:1996) quem mostrou que a quebra de expectativa baseia-se em *verdichtung* (condensação) e em *verschiebung* (deslocamento). Piadas que se baseiam no deslocamento operam com uma *mudança de tema*. Não dependem das palavras, enfatiza o autor, mas do curso do pensamento. Um exemplo clássico é o do chiste da maionese de salmão:

² Outros elementos indispensáveis ao funcionamento da piada serão apresentados nas próximas sessões. Se se quiser uma definição que dê conta deles, ou seja, uma definição do gênero “piada” que seja mais completa, pode-se encontrá-la em Muniz (2004). A autora organiza, em uma frase, os pontos cruciais ao funcionamento das piadas: “O gênero piada parte de um ponto de vista coletivo (sócio-cultural) e é atravessado pelos discursos produzidos na sociedade; é tendencialmente curto e contém características básicas de uma narrativa. Apresenta dois scripts opostos que, geralmente, dizem respeito a algum estereótipo (tema), seja linguístico ou social, que serão ativados através de um gatilho (...) Para que o desfecho produza humor, principal função da piada, o leitor/ouvinte terá que buscar amparo no contexto, uma vez que a piada vai ‘brincar’ tanto com fatos linguísticos, como com fatos concernentes ao entorno sócio-cultural para veicular discursos geralmente ‘não-autorizados’ socialmente” (ibid., p. 145).

Um indivíduo empobrecido tomou emprestado 25 florins de um próspero conhecido seu, após muitas declarações sobre suas necessidades e circunstâncias. Exatamente nesse mesmo dia seu benfeitor reencontrou-o em um restaurante, com um prato de maionese de salmão à frente. O benfeitor repreendeu-o: “Como? Você me toma dinheiro emprestado e vem comer maionese de salmão em um restaurante? É nisso que você usou o meu dinheiro?”. “Não lhe compreendo”, retrucou o objeto deste ataque; “se não tenho dinheiro, não posso comer maionese de salmão; se o tenho, não devo comer maionese de salmão. Bem, quando vou então comer maionese de salmão?” (ibid., p.55-56).

Nessa piada, o homem constrói sua defesa *deslocando* a reprovação do benfeitor que, na verdade, incidia sobre o fato de um homem sem recursos pedir dinheiro emprestado para “dar-se ao luxo” de comer tal guloseima – e não sobre ele comer o refinado prato *justamente naquele dia* em que pediu dinheiro emprestado.

Quanto à condensação, está relacionada à *organização semântica da piada* e seu traço característico é a *ambiguidade*. Um dos exemplos citados por Freud (ibid., p. 33) é o seguinte chiste de Herr N.:

Viajei com ele tête-à-bête.

A expressão francesa “tête-à-tête” (em português, “cara a cara”) sofre uma modificação em um único som para comportar o sentido de “bête” (“burro”). Assim, de uma maneira econômica, diz-se algo cujo sentido é “viajei com X tête-à-tête, e X é um burro”. Vejamos outro exemplo:

Passando no vestibular

A loira fez a prova final do vestibular. No dia seguinte, encontra com uma amiga, que pergunta curiosa:

- E aí, menina, me conta: deu pra passar na prova?

E a loira, séria:

- *Dei...*

Quando a amiga pergunta se *deu pra passar* no vestibular ela quer saber se a loira foi bem sucedida no exame final que prestou. A resposta da loira, porém, evidencia uma outra possibilidade de interpretação para a pergunta: seu escopo (o alvo) deixa de ser “passar” para ser “deu”. E o sentido de “deu” assume conotações sexistas. Dessa forma, o leitor/ouvinte da piada é surpreendido pela descoberta de que possa haver um outro sentido para “deu”, na fala da loira.

A graça de uma piada, enfatiza Freud, está *na técnica*: “(...) o sentimento de prazer do ouvinte não decorre do propósito do chiste nem de seu conteúdo intelectual; nada nos resta portanto senão colocar em conexão o sentimento de prazer com a técnica do chiste.” (ibid., p. 95). Em outras palavras, isso significa que não rimos dos temas das piadas, não rimos do seu conteúdo, e sim de sua forma³. Foi a essa mesma conclusão que Raskin (1985) chegou. Em sua SSTH, o autor destaca a importância do *gatilho (trigger)*, que nada mais é do que um mecanismo linguístico ou textual (pode ser uma palavra ambígua, uma expressão, uma frase que desencadeia uma mudança de tema, entre outras possibilidades), responsável pela quebra de expectativa.

Dessa forma, em *Passando no vestibular*, o gatilho é “dei”: quando a loira é indagada sobre se *deu para passar no vestibular*, o leitor/ouvinte da piada espera que ela responda se conseguiu ou não obter sucesso no exame. Entretanto, ele é surpreendido com uma resposta sobre o modo como ela fez para ser aprovada... Embora o leitor/ouvinte ria do rebaixamento da loira (caracterizada como uma mulher que vende o corpo em troca de uma vaga na universidade), a graça fica mesmo por conta da técnica da piada, do outro sentido

³ Tal é a importância das técnicas, que Freud reservou-lhes espaço privilegiado em seu estudo sobre os chistes. A extensa primeira parte de *Os chistes e sua relação com o inconsciente* (1905) é toda dedicada à descrição delas (com a exceção de um pequeno capítulo, em que o autor analisa quais são os propósitos dos chistes).

que o leitor/ouvinte descobre, na fala da loira, para “dei”. Inclusive, pode-se provar isso. Conservemos, no texto em questão, o rebaixamento da loira, mas lhe retiremos o gatilho:

A loira fez a prova final do vestibular. No dia seguinte, encontra com uma amiga, que pergunta curiosa:

- E aí, menina, me conta: *conseguiu* passar na prova?

E a loira, séria:

- *Sim. Fiz sexo com a banca corretora do vestibular.*

Pronto. Como se pode ver, alterada a forma, perde-se a piada. A confissão da loira (“Sim. Fiz sexo com a banca corretora do vestibular.”), embora até possa causar surpresa, não faz isso com base em técnicas linguísticas ou textuais. Em suma, não tem graça nenhuma.

No que diz respeito às piadas que se baseiam no deslocamento, há uma maior liberdade com relação à escolha das palavras, se comparadas às piadas que têm como base a condensação. Entretanto, isso não significa que a forma não seja importante: nesse caso, deverá haver uma mudança de direção, uma mudança no *curso do pensamento*, nos termos de Freud. Mostremos. Para isso, considere-se a piada abaixo:

Sumiço do cachorro

Uma loira estava chorando muito. Uma morena que passava por perto ficou com pena e resolveu tentar ajudá-la. A loira expôs seu problema:

- *Meu cachorrinho sumiu.*

- *Talvez você consiga recuperá-lo – sugeriu a morena, tentando animá-la. –*

Coloque um anúncio no jornal.

- *Não vai adiantar – disse a loira, desolada. – Ele não sabe ler.*

Para que uma tentativa de reescrita dessa piada seja bem-sucedida, a última fala da loira deve *deslocar* o fato de que anunciar o sumiço do cachorro no jornal pode fazer com que alguma pessoa que eventualmente tenha encontrado o animalzinho entre em contato com a verdadeira dona e o devolva. Esse “pensamento” deve ser substituído pelo o de que pôr o anúncio de nada adianta, uma vez que o cachorro não consegue lê-lo. (Sem esquecer, é claro, de que isso deve aparecer na narrativa de um modo surpreendente). Essa é a forma dessa piada. Se ela não for respeitada, o texto deixa de ser engraçado.

1.2 O gatilho (*trigger*)

Loira endividada

Uma loira comenta sua situação desesperadora com um amigo, frequentador da Igreja Universal:

- Estou numa maré de azar. Estou sem crédito na praça, devo para todo mundo! Não vejo solução, não tenho como pagar. Estou desempregada, sem dinheiro nenhum e cheia de carnês de várias lojas atrasados.

Aconselhada pelo amigo, a loira vai a um culto. Ela é, então, chamada ao palco, onde fica com outros desesperados. De repente, um pastor aproxima-se dela, coloca a mão direita em sua testa e começa a gritar:

- Saia deste corpo, demônio! Desaloja! Este corpo não te pertence! Em nome de Jesus, afaste-se desta boa alma!

O pastor passa a gritar ainda mais alto:

- Estou ordenando! Em nome de Jesus, desaloja! Desaloja!

E a loira:

- Casas Bahia, Lojas Americanas, Ponto Frio Bonzão, C&A, Renner, Magazine Luíza...

Na piada acima, é uma construção morfofonológica que provoca a quebra de expectativa e, conseqüentemente, o riso. A ambigüidade está nas diferentes possibilidades de compreensão da seqüência “desaloja”: i) ela pode ser entendida como uma única palavra, significando a forma vocativa do verbo “desalojar”; ii) ou como “diz a loja”, uma ordem para que se diga o nome de uma loja. Tal ambigüidade é possível porque a seqüência “diz a loja”, numa velocidade de fala espontânea, costuma sofrer o fenômeno chamado *sândi*, que consiste na junção de vogais em uma só ou na junção de palavras (é este o caso), sendo, então, pronunciada [dizaloja]. Além disso, é comum que, em algumas variedades do português brasileiro, a vogal média-alta anterior não arredondada /e/, em posição pretônica, seja realizada foneticamente como [i], o que contribui para que a pronúncia de “desaloja” seja idêntica a de “diz a loja”: [dizaloja].

Apesar das semelhanças fonológicas que há entre “desaloja” e “diz a loja”, a situação de enunciação não deixa dúvida sobre qual dos termos faria sentido: a palavra em questão é enunciada por um pastor durante um ritual em uma igreja evangélica. Dessa posição – e, principalmente, nessa situação – não faz sentido pedir a alguém que diga o nome de uma loja. Mas faz sentido pedir ao demônio que “desaloje” o corpo de um sofredor.

Na grande maioria das piadas em que é estereotipada como burra, a loira não interpreta o sentido mais relacionado (pragmaticamente) com a situação em que uma certa palavra ou expressão é enunciada. As chamadas *piadas de português* também funcionam assim (por essa razão, há muitas que circulam tanto como piadas de loira quanto como piadas de português – obviamente, com as devidas adaptações). Piadas como essas, portanto, evidenciam o que em análise do discurso se chama de *equivoco*:

(...) o que faz com que, em toda língua, um segmento possa ser ao mesmo tempo ele mesmo e um outro, através da homofonia, da homossemia, da metáfora, dos deslizamentos do lapsos e do jogo de palavras, e do bom relacionamento entre os efeitos discursivos (GADET & PÊCHEUX, 1981:2004, p.55).

Com efeito, com relação à *Loira endividada*, a seqüência “desaloja” pode ser considerada um exemplo de equivoco: todo enunciado pode sempre se tornar outro, uma vez que seu sentido pode ser muitos, mas não qualquer um (PÊCHEUX, 1978:1988).

Entretanto, trata-se de um exemplo extremo, já que, como dissemos, na posição e principalmente na situação em que a loira se encontra, é pouco provável que alguém perceba um outro sentido para tal sequência e, mais improvável ainda, que interprete a frase do pastor como “diz a loja”.

Isso posto, retomemos a análise da piada em questão. O efeito de humor ocorre quando somos surpreendidos com o fato de a personagem entender que o pastor mandou que dissesse nomes de loja, ou seja, nos surpreendemos ao nos darmos conta de que ela interpretou “desaloja” como “diz a loja”. Apesar de inesperada, a interpretação da loira não se dá livremente: ela é determinada pelo universo semântico da piada. Com efeito, uma das condições formuladas por Raskin (1985) para que se tenha uma piada é que o texto chistoso deve ser *compatível com dois scripts* e que estes devem ser *opostos entre si*. Por *script*, Raskin entende:

a large chunk of semantic information surrounding the word or evoked by it. The script is a cognitive structure internalized by the native speaker and it represents the native speaker's knowledge of a small part of the world. Every speaker has internalized rather a large repertoire of scripts of “common sense” which represent his/her knowledge of certain routines, standard procedures, basic situations, etc... (RASKIN, 1985, p. 81).

Raskin cita diversos exemplos de scripts possíveis. Eis alguns: EMPREGADO X AMANTE; IGREJA X SEXO; SEXO X IMPOTÊNCIA; JUSTIÇA X CORRUPÇÃO (cf. p. 107-108). E exemplifica com piadas, como a que transcrevemos abaixo:

- *Is the doctor at home? – the patience asked in this bronchial whisper.*
- *No - the doctor's young and pretty wife whispered in reply – Come right in.*⁴

Os dois scripts sobrepostos nessa piada são DOCTOR X LOVER (ou, para enfatizar a condição de que *os scripts devem ser opostos entre si*, NÃO-SEXUAL X SEXUAL). Lida, de acordo com o primeiro script, entende-se que o homem foi até à casa do médico à procura dos serviços deste – possivelmente por estar sofrendo de problemas

⁴ (Ibid., p. 100).

pulmonares, conforme a expressão “bronchial whisper” assim nos autoriza a interpretar. Entretanto, ao perguntar pelo médico, a resposta que recebe da “jovem e bela esposa” não faz sentido: ela diz que seu marido não está e manda o suposto doente entrar! Tal convite causa estranheza. Deixa de ser uma comunicação *bona-fide*, uma vez que viola o Princípio da Cooperação de Grice (1975), já que a máxima da relação (“seja relevante”) não está sendo respeitada. De fato, o esperado em uma situação dessas seria que ela pedisse a ele que retornasse mais tarde ou que fosse procurar seu marido no consultório.

O texto só passa a fazer sentido – e a ter graça – quando consideramos o outro script, LOVER: a mulher quer aproveitar-se do fato de que seu marido não está em casa para namorar o doente! É somente quando lemos o pedido dela para que ele entre, que o outro script é acionado. “Come right in” é, portanto, o gatilho (*trigger*) da piada – a quinta condição enumerada por Raskin, para que se tenha um texto engraçado. É interessante observar que é o gatilho dessa piada que “dispara” o discurso do adultério. Com efeito, o gatilho está fortemente relacionado ao fato de as piadas conseguirem *veicular discursos proibidos* mais ou menos livremente, já que, por meio dele, é possível fazer isso de modo não-explicito. Mas isso será discutido mais adiante. Por ora, voltemos à análise de *Loira endividada*.

Na piada em questão, pode-se dizer que os scripts que se opõem são CRENÇA e DÍVIDA (ou, alternativamente, NÃO-DÍVIDA X DÍVIDA). De acordo com o primeiro script, entendemos “desaloja” como uma ordem dada pelo pastor para expulsar maus espíritos que possivelmente tenham se “alojado” no corpo da loira e que seriam os responsáveis pela “maré de azar” que ela vem enfrentando – maré essa cuja principal consequência é o amontoado de carnês de lojas que ela não tem conseguido quitar, por falta de dinheiro. Tal interpretação, porém, deixa de fazer sentido quando, ao dar uma ordem para que os supostos demônios “desalojem” o seu corpo, a loira responde ao pastor: “Casas Bahia, Lojas Americanas, Ponto Frio Bonzão, C&A, Renner, Magazine Luíza...”. A resposta da loira causa estranheza. O esperado, em uma situação dessas, seria que ela nada dissesse, afinal, o pastor não está falando com ela: ele está evocando os maus espíritos e ordenando-lhes que deixem a sofredora em paz.

Na verdade, a resposta só passa a fazer sentido – e a piada passa a ter graça – quando consideramos o outro script, DÍVIDA: a loira procura uma igreja evangélica porque quer ajuda para os seus problemas financeiros. Está “desempregada, sem dinheiro nenhum e cheia de carnês de várias lojas atrasados”. Como todo fiel que procura o templo, ela espera receber ajuda. Contudo, como *é burra*, pensa que a igreja vai dar-lhe ajuda *financeira*. Ou seja, a loira imagina que terá suas dívidas liquidadas. Por isso, pensa que o pastor quer saber quais são as lojas para as quais ela está devendo.

O enunciado “Casas Bahia, Lojas Americanas...” é o *gatilho* da piada. Ele faz com que a piada – que até então se encaixava no script CRENÇA – passe a se encaixar no script DÍVIDA (prova disso é que o termo “desaloja” – a forma imperativa do verbo “desalojar” – passa a ser entendido também como “diz a loja”, conforme mostramos acima). É o gatilho, portanto, o responsável pela surpresa, pela quebra de expectativa do leitor/ouvinte da piada. E, claro, pelo seu humor.

1.3 A veiculação de discursos proibidos

Além da quebra de expectativa, o gatilho tem outra função extremamente importante nas piadas: ele está fortemente relacionado ao fato de elas conseguirem *veicular discursos proibidos* (discursos preconceituosos ou que versem sobre temas tabus) mais ou menos livremente, já que, por meio dele, é possível fazer isso de modo não-explicito (FREUD, 1905:1996). Ilustremos com base na piada abaixo:

Por que a loira só transa com anões?

Porque, depois que ela ficou sabendo da Aids, começou a reduzir os parceiros.

O gatilho dessa piada é “reduzir”. Se a loira “começou a reduzir os parceiros”, está pressuposto que ela tinha muito mais parceiros do que agora (afinal, se ela *começou a reduzi-los*, se o número de parceiros diminuiu, é porque ele era anteriormente maior). O estereótipo veiculado, portanto, é o de que a loira é muito promíscua. Além disso, no modo

como a loira encontrou para reduzir os parceiros (transar só com anões), há um outro estereótipo, o da estupidez: em vez de diminuir o *número* de parceiros, a loira entende que deve ter relações com parceiros que tenham baixa estatura.

Por meio do gatilho, a piada em questão veicula, portanto, um discurso que *rebaixa* a loira. De fato, é uma regularidade das piadas – de *todas* elas, não apenas das piadas sobre loiras – que o discurso hostil ou libidinoso apareça *por detrás de uma fachada*, conforme defende Freud (que alerta para o fato de que as piadas se valem dessa fachada para esconderem muitos outros propósitos além de suscitar prazer em quem ouve/lê a piada⁵). O autor é enfático quanto a isso: “Quanto mais claras as histórias sejam, menos técnica de chistes contêm” (FREUD, 1905:1996, p. 107). Deste modo, as piadas podem ser consideradas como um meio de fazer circular discursos que não são veiculados livremente pela sociedade: “(...) Um chiste nos permite explorar no inimigo algo de ridículo que não poderíamos tratar aberta ou conscientemente, devido a obstáculos no caminho...”, conclui Freud (ibid., p. 103).

Como sabemos, as piadas veiculam discursos preconceituosos e temas tabus como sexo, canibalismo, morte, homossexualismo, entre outros. Ou seja, elas revelam os impulsos (libidinosos, hostis) que deveríamos reprimir. Tais discursos conseguem circular mais ou menos livremente por meio das piadas, devido ao fato de estas se valerem de certas técnicas – os gatilhos – que “disfarçam”, por assim dizer, esses discursos. Isso fica bastante claro em um exemplo citado por Freud para representar a classe dos *chistes cínicos* – que, embora enfatize que se trata de chistes que têm como tema preferido o casamento (por ser a instituição mais presa aos códigos morais e, ao mesmo tempo, a que mais gera críticas), cita apenas um único exemplo relativo a esse tema (ibid., p. 81):

Uma esposa é como um guarda-chuva; mais cedo ou mais tarde toma-se um táxi.

⁵ Eis alguns dos propósitos que Freud (1905:1996) enfatiza ao longo de sua obra: i) servir à hostilidade; ii) levar-nos de volta à infância; iii) servir ao propósito de desnudamento; iv) superar a inibição da censura; v) atacar as autoridades; vi) exibir a nossa própria inteligência; vii) e afirmar a nossa própria superioridade.

O conteúdo sexista veiculado por este chiste está disfarçado por meio de uma técnica sofisticada:

(...) um símile desconcertante e aparentemente impossível que entretanto não constitui um chiste em si mesmo; depois, uma alusão (um táxi é um veículo público); e, como método técnico mais poderoso, uma omissão que aumenta a inteligibilidade. O símile pode ser elaborado como segue. A pessoa se casa para se proteger contra as tentações de sensualidade, mas não obstante resulta que o casamento não permite a satisfação de necessidades que sejam algo mais fortes que o comum. Exatamente do mesmo modo, toma-se um guarda-chuva para se proteger da chuva e mesmo assim fica-se molhado na chuva. Em ambos os casos deve-se buscar em outra parte uma proteção mais forte: no último caso toma-se um veículo público e no primeiro, uma mulher que é disponível a troca de dinheiro. (ibid., p. 109)

Graças às técnicas ou, mais precisamente, aos gatilhos, as piadas veiculam discursos que rebaixam pessoas ou grupos. Com efeito, são muitos os objetos de rebaixamento das piadas: as mulheres (como no caso do exemplo de Freud citado acima e das piadas de loira citadas ao longo deste trabalho); os argentinos, que são considerados arrogantes; os negros, tidos como pessoas não-confiáveis; os judeus, estereotipados como sovinas; os gaúchos, como gays; os políticos, como corruptos; os advogados, como pessoas que não têm escrúpulos, e assim por diante...

1.4 O exagero

O exagero é um recurso fundamental às produções destinadas ao riso. Um bom exemplo disso é a caricatura: como sabemos, esse tipo de desenho consiste na exploração exagerada da característica mais marcante de uma pessoa: pode ser o tamanho do nariz, das orelhas, da boca, do queixo, enfim, o que for mais saliente na pessoa será explorado, aumentado, exagerado, pelo caricaturista. Nesse sentido, Bergson (1900:1993, p. 32) adverte:

(...) é preciso que [o exagero] apareça não como um fim, mas como um simples meio de que o caricaturista se serve para tornar manifestas aos nossos olhos as contorções que ele vê esboçarem-se na natureza.

De fato, para que seja engraçado, o exagero deve ser sistemático, prolongado, conforme defende o autor (ibid., p. 90). No que diz respeito às piadas, essas *contorções* que seu enunciador *vê esboçarem-se na natureza* estão frequentemente associadas à estereotipia:

Loira no zoológico

A loira vai ao zoológico. Passa em frente à jaula do leão, para e lê a placa: "Cuidado! Leão perigoso!". Prossegue seu passeio. Passa em frente à jaula do tigre e vê outra placa: "Cuidado! Tigre perigoso!". Continua caminhando. Passa, então, em frente a uma jaula vazia e, mais uma vez, lê o que diz a placa: "Cuidado! Tinta fresca!". A loira para atônita, examina com expressão de desespero a jaula vazia e começa a correr, enquanto grita apavorada:

- Socorro, socorro! A tinta fresca fugiu!

O modelo das placas de advertência que a loira encontra no zoológico é do tipo *Cuidado! + (nome do animal) + (característica do animal)*. Primeiro, a loira vê a placa que avisa para tomar cuidado com o leão e, depois, com o tigre. Ambos os animais estão qualificados nas placas como “perigoso”. Em seguida, a loira nota uma placa perto de uma jaula que está vazia. Supõe, portanto, que o animal fugiu. Para saber a que animal pertencia aquela jaula, lê a placa. Seguindo o modelo das placas que leu, a loira interpreta “tinta” como sendo o nome do animal fujão e, “fresca”, como sendo a sua característica. Daí, deduz que a “tinta fresca” fugiu! O exagero evidentemente consiste em fazer supor que a loira acha que “tinta fresca” refere-se a um animal. Tal recurso, portanto, está relacionado à estereotipia de (muito) parva.

Com efeito, o objetivo é justamente exagerar a característica estereotipada. E, claro, fazer rir:

Tomando pílula

Duas loiras conversando:

- *Acha que há problema se eu tomar a pílula com diarreia?*

- *Não, acho que não. Mas por que você não toma com água?*

Na piada acima, a descoberta risível é a de que o escopo de “tomar” pode ser “pílula com diarreia” (como em “pílula com água”), quando o mais comum seria pensar que o escopo é apenas “pílula”. Pode-se assim representar parenteticamente:

a) *[tomar a [pílula com diarreia]]*

b) *[tomar a [pílula]] com diarreia*

A loira está com diarreia e teme que o anticoncepcional que vai tomar seja “perdido” (eliminado com as fezes). Por isso, ela pergunta se pode “tomar pílula (estando com diarreia)”. O sentido, portanto, é o representado em (b). Entretanto, a outra loira entende que a diarreia será utilizada como uma forma de “auxiliar” o medicamento a ser ingerido... Essa interpretação – representada em (a) – é evidentemente absurda. Nesse sentido, o exagero é o *simples meio* (BERGSON, 1900:1993) de que o enunciador da piada se vale para caracterizar a loira como alguém extremamente parva. Em outras palavras, a finalidade de tal recurso é *tornar manifesto aos nossos olhos* (para citarmos novamente os termos de Bergson) o baixíssimo Q.I. que as loiras supostamente teriam.

Neste capítulo, portanto, nosso objetivo foi explicar o funcionamento das piadas, visando, com isso, obter subsídios para embasar as discussões que se seguirão nos próximos capítulos. No capítulo seguinte, nossa proposta é analisar as chamadas “piadas de loira”, objetivando compreender o funcionamento dos estereótipos veiculados por esses textos. Além de questões relativas ao funcionamento das piadas, é nosso objetivo estudar também aspectos relacionados às condições de produção dos discursos veiculados por tais piadas, à memória discursiva, à cenografia, aos *ethe*, entre outros elementos.

CAPÍTULO 2

AS PIADAS DE LOIRA: CLAREANDO AS IDEIAS

Para compreender o riso é preciso localizá-lo no seu meio natural que é a sociedade.
(Henri Bergson, “O riso”).

Segundo Bergson (1900:1993), nosso riso é sempre o riso de um grupo. Com efeito, divertimo-nos contando piadas de português, mas não fazemos piadas sobre belgas ou poloneses, a exemplo do que fazem, respectivamente, os franceses e os norte-americanos. Um analista do discurso diria que não há condições de produção (um contexto sócio-histórico e ideológico) que justifique a circulação dessas piadas entre nós. Em compensação, teríamos motivos para ridicularizar o povo lusitano. Um certo ressentimento contra nossos colonizadores, talvez. Mas o que dizer das chamadas *piadas de loira*? Se o nosso riso for realmente o riso de um grupo, quem estaria rindo dessas mulheres? Um analista do discurso perguntaria a que posição (discursiva) esse riso estaria associado.

O objetivo deste capítulo é analisar um determinado conjunto de piadas de loira, buscando descrever e interpretar o modo como os discursos sobre a loira, especificamente, e sobre a mulher, de um modo geral, emergem nesses textos. As considerações sobre o funcionamento das piadas (cf. capítulo 1) serão indispensáveis para que se possa compreender *como e por que* a loira está representada no material em questão. Serão igualmente imprescindíveis a fundamentação teórica da análise do discurso (MAINGUENEAU, 1984:2005a, 1998:2008, 2006) e a literatura sobre a mulher.

Nossa hipótese é a de que o enunciador das piadas de loira é machista. Sendo assim, por meio das análises que serão empreendidas neste capítulo, espera-se obter subsídios para que possamos analisar a relação interdiscursiva que constitui e atravessa o

posicionamento machista (relacionado, conforme pretendemos mostrar, às piadas de loira) e o posicionamento feminista (referente às piadas ditas “feministas”). Nossa hipótese é que esses posicionamentos dividem o mesmo espaço discursivo e que é a partir da interação conflituosa entre essas duas posições discursivas que os estereótipos presentes em ambos os conjuntos de piadas podem ser compreendidos como um processo em que o Outro é traduzido a partir do Mesmo, sob a forma de um *simulacro*.

2.1 Apresentação do *corpus*

Inicialmente, fizemos um levantamento de centenas de piadas de loira. Para isso, utilizamos como principal ferramenta de pesquisa a internet. É óbvio que não foi feito um levantamento de “todas” as piadas sobre loiras. O que se procurou fazer, de fato, foi buscar amostras significativas dessas piadas, de modo que fosse possível compreender os traços dominantes da representação da mulher (loira) no domínio humorístico. Ou seja, priorizamos a relevância, a qualidade, e não a quantidade dos dados.

Ressaltamos também que o *corpus* inclui várias piadas que podem ser consideradas grosseiras. Essa característica mostrou-se produtiva no que diz respeito à análise da representação da loira – além de confirmar a tese de que as piadas veiculam discursos reprimidos (FREUD, 1905:1996). Por isso, privilegiaram-se, muitas vezes, piadas desse tipo, em detrimento de outras mais “bem comportadas”.

As piadas analisadas neste trabalho circulam em *sites* de humor, tais como *Humor Tadela*, *Piadas.com.br*, *Envie Alegria*, *Piadas Online*⁶, entre outros. Também foram consultadas coletâneas de piadas como, por exemplo, *Dois mil adivinhas do Brasil* (São Paulo: Editora Nova Alexandria, 2000), organizada por Luís Henrique Correa e *Piadas Oxigenadas: as melhores e mais inteligentes das loiras* (São Paulo: Matrix, 2008), organizada por Paulo Tadeu. Constatou-se que todas as piadas sobre loiras veiculadas no meio impresso podem ser encontradas na internet.

Ainda sobre a circulação desse material, ressalta-se que ele circula em *vários países* – inclusive naqueles nos quais a maioria das mulheres é loira. Observou-se que, na

⁶ <http://www.humortadela.com.br>; <http://www.piadas.com.br>; <http://www.enviealegria.com.br>; <http://www.piadasonline.com.br>.

maior parte das vezes, trata-se de versões da “mesma” piada, em diferentes línguas. A título de exemplo, considere-se a piada abaixo, veiculada em um *site* de língua alemã⁷:

Wie nennt man eine Blondine an der Uni?

*Putzfrau!*⁸

Em português, tem-se a seguinte piada “correspondente”:

Como se chama uma loira em uma instituição de cientistas?

Visitante.

Tanto na piada em alemão quanto na “versão” em língua portuguesa, a loira é representada como não sendo intelectualmente capaz de ocupar posições como a de aluna universitária ou a de cientista – posições cujo imaginário está frequentemente associado à inteligência. Dessa forma, ela só entraria em uma universidade para trabalhar como faxineira (profissão que não requereria muito estudo) do estabelecimento de ensino ou, em uma reunião de cientistas, como visita.

No que se refere aos temas, pode-se dividir as piadas de loira em dois grandes grupos:

<u>GRUPO A</u>	<u>GRUPO B</u>
Piadas que tematizam uma suposta <i>falta de inteligência</i> da loira.	Piadas que têm por tema a <i>disponibilidade sexual</i> que essas mulheres teriam.

⁷ <http://witze.net>

⁸ *Como se chama uma loira na universidade? Faxineira.* Agradecemos a Dörthe Uphoff pela gentileza em traduzir essa piada.

Essa estereotipia – ser muito parva e ser altamente promíscua – pode ser considerada uma regularidade, já que, em todas as piadas, ou a loira é burra ou é “fácil” – ou ainda, é burra e é “fácil” (um exemplo é a piada analisada na sessão 1.3: *Por que a loira só transa com anões? Porque, depois que ela ficou sabendo da Aids, começou a reduzir os parceiros*). A fim de exemplificar o grupo “A” (em que a loira está representada como não sendo inteligente), será analisada a seguinte piada:

Que reflexo!

Um bebê cai da janela de um prédio. Uma loira que ia passando pela calçada vê a criança caindo e, imediatamente, sai correndo e coloca-se bem debaixo do bebê, a tempo de ampará-lo em seus braços, conseguindo assim salvar a criança. A loira é aplaudida por todos que assistiram à cena. Um senhor não se contém e a elogia: “Puxa, parabéns! Que reflexo maravilhoso!”. E a loira: “Gostou? É Wellaton!”.

“Gostou? É Wellaton!” é o gatilho da piada. O leitor/ouvinte surpreende-se ao perceber um outro sentido possível para a palavra “reflexo”: a loira pensou que o homem estava elogiando o reflexo das suas madeixas (“Wellaton” designa uma marca de tintura capilar), quando, na verdade, ele se referia à reação que possibilitou salvar o bebê. Com efeito, a ambiguidade da palavra em questão permite a *transposição do script* (RASKIN, 1985) que se pode chamar SALVAMENTO para o outro, o NÃO-SALVAMENTO, que está relacionado aos cuidados com os cabelos (sobre a transposição de scripts, ver a sessão 1.2). Entretanto, apesar dessa possível ambiguidade, a situação em que o elogio é enunciado não deixa dúvida a respeito de que “Que reflexo maravilhoso!” é uma referência à reação corporal que a loira teve. É um exagero supor que alguém seja capaz de pensar que o homem está elogiando a tonalidade dos cabelos numa situação dessas. Mas a loira é capaz! Assim, a piada veicula o estereótipo de que essa mulher é (muito) parva. De fato, como já observamos (cf. capítulo 1), na grande maioria das piadas em que é estereotipada

como não sendo nada inteligente, a loira não interpreta o sentido mais relacionado (pragmaticamente) com a situação em que uma certa palavra ou expressão é enunciada. Ou seja, seu funcionamento é geralmente muito semelhante ao que descrevemos com relação à piada *Que reflexo!*

Vejamos, agora, um exemplo de piada pertencente ao grupo “B”, isto é, que tematize uma suposta disponibilidade sexual:

Por que os caixões das loiras têm forma de “y”?

Porque, sempre que elas se deitam, suas pernas se abrem.

Nessa piada, o gesto “abrir de pernas” representa, metonimicamente, o ato sexual: sempre que as loiras se deitam, suas pernas se abrem. *Sempre*, mesmo depois de mortas (o que pode ser inferido devido ao fato de a pergunta incidir sobre o formato de caixões). O advérbio em questão reforça, portanto, o *efeito de exagero* (sobre esse recurso, ver o capítulo 1). Desta forma, as loiras são retratadas como se tivessem uma certa *tendência ninfomaniaca*, que, inclusive, seria *natural* a elas. Tão natural, que fazer sexo, para essas mulheres, chegaria a ser algo automático, mecânico⁹ – daí que suas pernas continuassem a se abrir mecanicamente quando elas estivessem mortas.

Nesta sessão, afirmamos, com base na amostra analisada, que a loira é sempre representada, nas piadas, como uma mulher sexualmente disponível e/ou como uma mulher sem inteligência. Nesse sentido, é interessante que ela não tenha sido estereotipada, por exemplo, como orgulhosa (afinal, é considerada um símbolo de beleza e sensualidade). De fato, não é à toa que a inteligência da loira e/ou sua sexualidade foram os aspectos escolhidos para serem ridicularizados – e não outros. Há um motivo para a veiculação de

⁹ Evidentemente, é um absurdo achar que a mulher ninfomaniaca tem relações sexuais “o tempo todo”. Tal interpretação é exagerada – e é justamente com base nessa interpretação que funciona o estereótipo segundo o qual, nas piadas de loira, a mulher seria sexualmente disponível. O exagero na representação da loira como ninfomaniaca será discutido na sessão 2.4.1 deste trabalho.

um determinado estereótipo, assim como a circulação de um discurso hostil visa a um propósito (cf. FREUD, 1905:1996).

Compreender a estereotipia nas piadas de loira é o objetivo das próximas sessões. Tal estudo é imprescindível para que se possa entender como e por que a loira está representada nesses textos, pois, conforme enfatizam Amossy & Pierrot (2001, p. 39), o estereótipo é “una creencia, una opinión, una representación relativa a un grupo y sus miembros (...) es la imagen colectiva que circula”.

2.2 Estereotipia e simulacro

O funcionamento dos estereótipos nas piadas é explicado por Possenti (2002), que recorre à noção de *simulacro*, tal como proposta por Maingueneau (1984:2005a). No entanto, para entender essa noção, é necessário compreender as contribuições de Maingueneau (idem) no que se refere à *tese do primado do interdiscurso*. Na sessão subsequente, apresenta-se a tendência francesa da análise do discurso e, em seguida, expõem-se os pontos da teoria do referido autor que são relevantes para que se possa entender a proposta de Possenti (que será apresentada na sessão 2.2.2).

2.2.1 A AD e o primado do interdiscurso

(...) analizar o discurso é fazer desaparecer e reaparecer as contradições; é mostrar o jogo que jogam entre si; é manifestar como pode exprimi-las, dar-lhes corpo, ou emprestar-lhes uma fugidia aparência.
(Michel Foucault, “Arqueologia do saber”).

A teoria proposta por Maingueneau (1984:2005a) situa-se na perspectiva francesa da Análise do Discurso (AD). A AD é uma teoria da leitura que rompe com a Análise de Conteúdo – uma perspectiva *quantitativa* de análise textual, nascida nos Estados

Unidos no início do século XX. Para a Análise de Conteúdo, o sentido de um texto *está nas informações que ele contém*. A língua é considerada como sendo *transparente* (o sentido de uma palavra ou expressão é unívoco) e a análise deve dar conta de descobrir *o que o autor quis dizer*.

Para a AD – surgida na França, na década de 1960 –, interessa analisar *os discursos*, entendidos como *efeitos de sentido entre locutores* (PÊCHEUX, 1969:1993). Trata-se de uma perspectiva *materialista*, ou seja, que concebe a língua como *o lugar material em que se realizam os efeitos de sentido* (os discursos). A língua é considerada como *não sendo transparente*, o que implica, entre outras coisas, que o sentido de uma palavra ou expressão não está no texto: ele é fruto de uma *construção* (que deve considerar quem produz o texto, quem o lê, os sentidos instaurados em outros textos, bem como o contexto histórico-social, ou seja, as suas *condições de produção*). Desta forma, a pergunta que o analista se faz é: *como esse texto significa?*

Sem pretender aprofundar as distinções entre a Análise de Conteúdo e a AD, nosso objetivo foi apenas esboçar as principais diferenças entre essas disciplinas, como forma de apresentar o que vem a ser a AD¹⁰. Abaixo, tais diferenças foram agrupadas em um quadro, para uma melhor visualização:

ANÁLISE DE CONTEÚDO	ANÁLISE DO DISCURSO (AD)
Analisa <i>as informações que estão no texto</i> .	Analisa <i>os discursos</i> , esses entendidos como <i>efeitos de sentido entre locutores</i> .
A pergunta que o analista se faz é: <i>o que esse texto quer dizer?</i>	A pergunta que o analista se faz é: <i>como esse texto significa?</i>
A língua é considerada como sendo <i>transparente</i> .	A língua é considerada como <i>não sendo transparente</i> .

¹⁰ Outros pontos relevantes desta disciplina serão apresentados à medida que forem importantes para o desenvolvimento de nossa pesquisa. Ressaltamos que os pressupostos teóricos que guiam este trabalho são os desenvolvidos por Maingueneau (1984:2005a; 1998:2008; 2006) e que não vamos refazer o percurso histórico da AD, já que não parece relevante aos nossos objetivos. Além disso, há uma considerável publicação de dissertações, teses e demais obras que dão conta – e muito bem – de tal proposta. Para o leitor interessado, sugere-se, por exemplo, o texto “Elementos para uma história da Análise de Discurso na França”, de Denise Maldidier (In: Gestos de leitura: da história no discurso. ORLANDI, E. (org.). Campinas: Editora da UNICAMP, 1994).

O objetivo é extrair sentidos do texto.	O objetivo é explicar o <i>funcionamento do sentido dos discursos</i> .
---	---

Ainda com relação à AD, deve-se acrescentar que ela se sustenta sobre três pilares: a *Linguística*, o *Marxismo* (mais precisamente, o *materialismo histórico*) e a *Psicanálise lacaniana* (a releitura de Freud por Lacan). Com relação à Linguística, o pressuposto fundamental é a *não-transparência da linguagem* e, do Marxismo e da Psicanálise, a existência, respectivamente, da *ideologia* e do *inconsciente*. Desse modo, é constitutivo da AD considerar que o sujeito e a linguagem são ambos afetados pela ideologia e pelo inconsciente: “O sujeito é sempre, e ao mesmo tempo, sujeito da ideologia e sujeito do desejo inconsciente e isso tem a ver com o fato de nossos corpos serem atravessados pela linguagem antes de qualquer cogitação” (HENRY, 1977:1992, p. 188).

Assumir uma perspectiva discursiva é, assim, considerar uma concepção teórica que relaciona *linguagem, história, sujeito e ideologia*. Diferentemente na Análise de Conteúdo, portanto, a AD não busca *no conteúdo de um texto* a compreensão de como um discurso significa. Sobre essa diferença entre o trabalho de um analista que tem como metodologia a Análise de Conteúdo e de um analista do discurso, Orlandi (1999:2007, p. 91) assim sintetiza: “Não atravessamos o texto para extrair, atrás dele, um conteúdo. Paramos em sua materialidade discursiva para compreender como os sentidos – e os sujeitos – nele se constituem e a seus interlocutores, como efeitos de sentidos filiados a redes de significação”.

Isso posto, passemos às contribuições de Dominique Maingueneau no que se refere à *tese do primado do interdiscurso*, já que ela é fundamental para que possamos, posteriormente, compreender a noção de *simulacro* e, finalmente, poder entender o funcionamento da estereotipia nas piadas, conforme a proposta de Possenti (2002).

Maingueneau, em *Genèse du Discours* (1984), propõe que a unidade de análise pertinente não seja mais o discurso e, sim, o interdiscurso. Por *interdiscurso*, o autor entende *o espaço de trocas entre vários discursos*. É *o lugar da gênese* de todos os discursos. O interdiscurso é regido por um *sistema de restrições semânticas globais*. Por isso, é importante, conforme defende Maingueneau, apreender o discurso considerando

todos os planos (o vocabulário, os temas, os ethe, a cenografia, os arranjos argumentativos, entre outros), já que estão integrados.

Com o propósito de tornar mais clara a noção de *interdiscurso*, Maingueneau propõe substituir esse termo pela tríade *universo discursivo*, *campo discursivo* e *espaço discursivo*. O primeiro é de pouca relevância para o analista por ser muito abrangente: o *universo discursivo* é “o conjunto de formações discursivas de todos os tipos que interagem numa conjuntura dada” (MAINGUENEAU, 1984:2005a, p. 35). Tal definição é muito semelhante àquilo que Pêcheux (1975:1988) define como sendo o interdiscurso, conforme bem compara Possenti (2009b, p. 157): “O conceito teoriza o ‘fato’ de que um discurso não nasce de um retorno às próprias coisas, mas de um trabalho sobre outros discursos”.

Contudo, é a partir do universo discursivo que o pesquisador consegue circunscrever os domínios possíveis de ser estudados, os *campos discursivos*, “um conjunto de formações discursivas que se encontram em concorrência” (MAINGUENEAU, 1984:2005a, p. 35). Isso quer dizer que os posicionamentos que se encontram em um mesmo campo *estão sempre em relação* - seja de afrontamento, seja de aliança. É no interior do campo discursivo, portanto, que um discurso se constitui. São exemplos de campos discursivos: o campo filosófico, o religioso, o gramatical, entre outros (Maingueneau frisa que esse recorte em “campos” é uma abstração, ou seja, que não se trata de delimitações evidentes). Finalmente, é a partir dos campos que o analista irá delimitar o *espaço discursivo*. Essa instância do interdiscurso corresponde a “subconjuntos de formações discursivas que o analista julga relevante para seu propósito colocar em relação” (ibid., p. 37).¹¹

A proposta de interdiscurso apresentada por Maingueneau objetiva, de fato, apreender de uma só vez o discurso através do interdiscurso – o que, até então, permanecia “muito frequentemente um simples axioma”, conforme critica o autor (ibid., p. 14). Com efeito, o próprio Pêcheux (1983a:1993), considerado o fundador da Análise do Discurso,

¹¹ No prefácio da obra *Gênese dos Discursos* para a versão publicada no Brasil (escrito em 2004), Maingueneau faz uma ressalva acerca de a noção de *formação discursiva* ter sido preferencialmente substituída pela noção de *posicionamento*. Charaudeau & Maingueneau (2004:2006, p. 392) explicam que essa noção define uma identidade enunciativa forte (um lugar de produção discursiva bem específico) e que o termo em questão designa ao mesmo tempo “*as operações* pelas quais essa identidade enunciativa se instaura e se conserva num campo discursivo, e *essa própria identidade*”.

reconhece que, na primeira fase da Análise do Discurso (AD-1), “o outro da alteridade discursiva ‘empírica’ é reduzido seja ao *mesmo*, seja ao resíduo, pois ele é o fundamento combinatório da identidade de um mesmo processo discursivo” (p. 313, itálico do autor). O processo discursivo era, pois, considerado como “uma máquina autodeterminada e fechada sobre si mesma, de tal modo que um sujeito-estrutura determina os sujeitos como produtores de seus discursos” (ibid., p. 311).

Na segunda fase da AD (AD-2), Pêcheux baseia-se na noção de formação discursiva (FD) proposta por Foucault, o que faz explodir a noção de máquina estrutural fechada. Uma FD não é mais concebida como um espaço estrutural fechado, pois “é constitutivamente ‘invadida’ por elementos que vêm de outro lugar (isto é, de outras FD) que se repetem nela” (PÊCHEUX, 1983a:1993, p. 314), sob a forma de *pré-construídos* e de *discursos transversos*¹². Com efeito, na AD-2, a noção de interdiscurso designa o exterior específico de uma FD. O interesse dos estudos discursivos ainda não está, portanto, no espaço de trocas entre vários discursos, mas na relação de entrelaçamento desigual da FD com um exterior. É apenas na terceira fase (AD-3), que o primado do interdiscurso torna-se o centro dos estudos discursivos. Reconhece-se, assim, a existência de um espaço de trocas que precede e constitui todo discurso.

A tese do primado do interdiscurso, tal como postulada por Maingueneau (1984:2005a), tem como característica distintiva o fato de o interdiscurso realmente preceder o discurso. A consequência disso é que, no espaço discursivo, *o Outro encontra-se na raiz de um Mesmo*. O Outro, na concepção de Maingueneau (idem), é *aquela parte do sentido que foi necessário que o discurso sacrificasse para constituir sua identidade*. Para o autor, portanto, todo enunciado do discurso é *essencialmente dialógico*. Tal consideração é

¹² A noção de *pré-construído* foi proposta inicialmente por Henry (1975) e desenvolvida por Pêcheux (1975:1988). De acordo com o *Dicionário de Análise do Discurso*, trata-se de “uma reformulação das teorias da pressuposição de Ducrot. O pré-construído pode ser entendido como a marca, no enunciado, de um discurso anterior; portanto ele se opõe àquilo que é construído no momento da enunciação. Um sentimento de evidência se associa ao pré-construído, porque ele foi ‘já-dito’ e porque esquecemos quem foi seu enunciador” (CHARAUDEAU & MAINGUENEAU, 2004:2006, p. 401). Sobre a noção de *discurso transversal*, recorremos a Pêcheux (1975:1988, p. 167), para quem “o *interdiscurso enquanto discurso transversal* atravessa e põe em conexão entre si os elementos discursivos constituídos pelo *interdiscurso enquanto pré-construído*, que fornece, por assim dizer, a matéria prima na qual o sujeito se constitui como ‘sujeito falante’, com a formação discursiva que o assujeita. Nesse sentido, pode-se bem dizer que o intradiscurso, enquanto ‘fio do discurso’ do sujeito, é, a rigor, um efeito do interdiscurso sobre si mesmo, uma ‘interioridade’ inteiramente determinada como tal do ‘exterior’” (itálicos do autor).

fundamental para que se compreenda a noção de simulacro, que, por sua vez, é o cerne da teoria proposta por Possenti (2002) para explicar a estereotipia nas piadas, conforme se verá na próxima sessão.¹³

2.2.2 Estereótipos nas piadas: os simulacros

(...) o Outro não deve ser pensado como uma espécie de “envelope” do discurso, ele mesmo considerado como o envelope de citações tomadas em seu fechamento. No espaço discursivo, o Outro não é nem um fragmento localizável, uma citação, nem uma entidade exterior; não é necessário que seja localizável por alguma ruptura visível da compacidade do discurso. Encontra-se na raiz de um Mesmo sempre já descentrado em relação a si próprio, que não é em momento algum passível de ser considerado sob a figura de uma plenitude autônoma. É o que faz sistematicamente falta a um discurso e lhe permite fechar-se em um todo. É aquela parte de sentido que foi necessário que o discurso sacrificasse para constituir sua identidade.

(Dominique Maingueneau, “Gênese dos discursos”).

O reconhecimento do primado do interdiscurso, tal como Maingueneau o postula, incita a “construir *um sistema no qual a definição da rede semântica que circunscreve a especificidade de um discurso coincide com a definição das relações desse discurso com seu Outro*” (1984:2005a, p. 38, itálicos do autor). Dessa forma, a interação semântica entre os discursos aparece como um processo de *interincompreensão regradada*, conforme propõe o autor. Trata-se de um *processo de tradução*:

Falamos de “tradução”, aqui, em sentido muito particular. Não se trata de uma tradução do “outro” no “mesmo”, como quando se diz dos mitos, das ideologias... que eles convertem a estranheza radical do real em seu código para domesticá-la. Não se trata também de uma tradução interlinguística, de um idioma a um outro. Não há nenhuma razão para limitar o uso desse termo à opacidade entre línguas naturais distintas... (ibid., p. 104).

¹³ Tal teoria será retomada também na sessão 2.6.1 deste trabalho.

Feito esse alerta, o autor especifica o sentido de “tradução” na teoria que propõe e explica o que vem a ser o processo de interincompreensão:

(...) no interior de uma mesma língua, existem por toda parte zonas de interincompreensão recíproca, e, por pouco que elas constituam sistema, pode-se pensá-las em termos de “discurso” e de “tradução”. Definimos assim regras de passagem de uma interpretação a outra, sem tocar na estabilidade do significante linguístico (...) Pentecostes pervertido, no qual cada um entende os enunciados do Outro na sua própria língua, embora no interior do mesmo idioma (idem, ibidem).

Assim, o processo de interincompreensão significa que o Outro é traduzido a partir do Mesmo, sob a forma de um *simulacro*. É, pois, com base nessa tese que, como dissemos acima, Possenti (2002) formula uma teoria que explica a estereotipia nas piadas.

No artigo “Estereótipos e identidade: o caso nas piadas”, o autor propõe que as piadas operam com dois diferentes tipos de estereótipos: um *estereótipo básico*, que é assumido pelo grupo, e um *estereótipo oposto*, o *simulacro*. O primeiro é uma espécie de traço de identidade. Não é, portanto, negativo – ao contrário do que geralmente se supõe quando se pensa no sentido da palavra “estereótipo”. Realmente, como chamam a atenção Amossy & Pierrot (2001, p. 47), o estereótipo nem sempre está relacionado a preconceitos:

(...) sería equivocado considerar sólo el lado negativo del estereotipo (...) los psicólogos sociales terminan por reconocer el carácter inevitable, e incluso indispensable, del estereotipo, que no sólo es fuente de errores y de prejuicios, sino también un factor de cohesión social, un elemento constructivo en la relación del ser humano consigo mismo y con el otro.

Inclusive, as autoras enfatizam a necessidade dos estereótipos como forma de identificação de um indivíduo com um grupo:

La adhesión a una opinión establecida, una imagen compartida, permite además al individuo proclamar indirectamente su adhesión al grupo del que desea formar parte. Expresa de algún modo simbólicamente su identificación a una colectividad, asumiendo sus modelos estereotipados. Al hacerlo, substituye el ejercicio de su propio juicio por las formas de pensar del grupo al que le importa integrarse. Reivindica implícitamente como contrapartida el reconocimiento de su pertenencia (ibid., p. 48).

No que diz respeito ao *estereótipo oposto* – este, sim, frequentemente negativo –, ele funcionaria como um *simulacro*. Possenti (2009a, p. 159) apresenta três bons exemplos de simulacro:

- i) o discurso dos linguistas, segundo o qual variantes linguísticas não-padrão são gramaticais, é traduzido no discurso dos “gramáticos” como “vale tudo”;
- ii) o discurso dos sem-terra é traduzido pelo poder como incitação à desordem;
- iii) as demandas de docentes das universidades são traduzidas pelas reitorias como irresponsabilidade.

O simulacro seria, então, “uma identidade que um grupo em princípio não assume, mas que lhe é atribuída de um outro lugar, eventualmente, pelo seu outro”, resume o autor (POSSENTI, 2002, p.156). Trata-se de algo social, imaginário, construído e que se caracteriza por uma redução, por uma imagem – geralmente negativa – supersimplificada ou convencional de uma pessoa, de um grupo ou de um assunto. Todas essas considerações valem, portanto, também para o *estereótipo oposto*, já que este funciona como um simulacro.

Ainda no artigo em questão, Possenti analisa a estereotipia nas piadas de gaúcho e nas piadas de loira. Embora o interesse desta pesquisa esteja nas piadas pertencentes a esse último tema, vale a pena retomar as considerações do autor também no que se refere às piadas sobre gaúchos, pois isso possibilita uma melhor compreensão sobre o funcionamento da estereotipia nesses textos.

Como se sabe, nas piadas, o gaúcho é estereotipado como gay:

Gauchinho magoado

O gaúcho chega para o filho e pergunta:

- Por que choras, guri?

O menino, com olhos vermelhos de tanto chorar, responde soluçando:

- Bah pai, o guri no colégio me chamou de veado, tchê!

O pai, gaúcho dos pampas, fica enfurecido:

- Barbaridade! O guri te chama de veado e tu não faz nada? Por que não bateu na cara dele?

- Eu não podia pai!

- Por que não? O guri é grande?

- Não, pai. O guri é bonito uma barbaridade!

O leitor/ouvinte da piada é levado a pensar que o garotinho está magoado com a ofensa. A repreensão do pai, inclusive, reforça a macheza do gaúcho (este, representado linguisticamente por meio de palavras e expressões típicas, como “guri”, “barbaridade”, “bah!”, entre outras). Entretanto, no final da piada, o leitor/ouvinte é surpreendido com a revelação de que o garotinho sente-se fisicamente atraído pelo amigo, que é “bonito uma barbaridade”.

Assim, segundo a tese de Possenti, como o imaginário sobre o povo gaúcho é o de que ele é viril, valente e faz alarde de sua macheza, nas piadas, o rebaixamento recairá sobre isso: “as piadas dirão dele não só seu oposto, mas *seu oposto mais rebaixado possível*, considerando certo quadro cultural” (2002, p. 159, itálicos nossos). Dessa forma, o estereótipo de gaúcho gay é um simulacro do gaúcho macho, conforme conclui o autor.

Passemos, finalmente, ao caso das piadas de loira. Como mostramos no início deste capítulo, essas mulheres são sempre representadas nas piadas como sendo altamente promíscuas e/ou como sendo muito parvas. E afirmamos com Freud (1905:1996) que há sempre um motivo para a veiculação de um determinado estereótipo. Pois bem. Partindo da teoria proposta por Possenti para explicar a estereotipia nas piadas, pode-se afirmar que a *disponibilidade sexual* e a *falta de inteligência* são os *estereótipos opostos*, o *simulacro*, a *identidade atribuída pelo Outro*. Mas por que, então, esse enunciador construiu justamente o simulacro em questão?

Possenti dá uma boa pista, que diz respeito às condições de produção do discurso dessas piadas: elas seriam *as conquistas que as mulheres vêm alcançando*

recentemente nos campos social e profissional. Para o autor, o “Outro” das piadas de loira seria o *enunciador machista*, preocupado com essas conquistas que “no fundo gostariam de suprimir, porque competem diretamente com eles”, conclui. E complementa: “Não só tomam seus lugares no trabalho, mas ferem suas mais profundas convicções ideológicas relativamente aos respectivos lugares de um e de outro gênero” (ibid., p. 166).

Uma investigação a respeito da estereotipia nas piadas de loira requer, portanto, uma análise mais aprofundada a respeito das condições de produção do discurso veiculado nesses textos; requer também uma compreensão acerca de como as loiras se identificam – ou mesmo do imaginário que se tem sobre elas –, com o objetivo de descobrir de quais *estereótipos básicos* os estereótipos de *loira burra* e de *loira “fácil”* são um simulacro. É sobre isso que tratará as próximas sessões.

A próxima sessão será dedicada ao estudo das *condições históricas de produção do discurso* das piadas de loira. Pretende-se, com isso, compreender o *motivo* pelo qual a mulher está representada nesse material da forma (negativa) que está. A sessão subsequente analisará a *memória discursiva* à que as piadas de loira remetem. Por meio de sua descrição, será possível identificar/confirmar as ideologias que circulam nessas piadas. Em seguida, investigaremos os *ethé* da loira que se impõe nesses textos, bem como os *detalhes cenográficos* instituídos. Com base nessas discussões, teremos subsídios suficientes para descobrir de quais *estereótipos básicos* os estereótipos de *loira burra* e de *loira “fácil”* são um simulacro e, assim, poder finalmente apresentar uma análise bem fundamentada acerca da estereotipia nessas piadas.

2.3 As condições históricas de produção do discurso

(...) o estudo dos processos discursivos supõe (...) o estudo da ligação entre as “circunstâncias” de um discurso – que chamaremos daqui em diante suas condições de produção – e seu processo de produção. Esta perspectiva está representada na teoria linguística atual pelo papel dado ao contexto ou à situação, como pano de fundo específico dos discursos, que torna possível sua formulação e sua compreensão.
(Michel Pêcheux, “Análise automática do discurso”).

(...) a história das mulheres mudou. Em seus objetos, em seus pontos de vista. Partiu de uma história do corpo e dos papéis desempenhados na vida privada para chegar a uma história das mulheres no espaço público da cidade, do trabalho, da política, da guerra, da criação. Partiu de uma história das mulheres vítimas para chegar a uma história das mulheres ativas, nas múltiplas interações que provocam as mudanças.
(Michelle Perrot, “Minha história das mulheres”).

A noção de *condições de produção* do discurso é proposta por Pêcheux (1969:1993), que a define a partir da reformulação do esquema informacional da comunicação proposto por R. Jakobson. Com base nesse esquema, ele propõe um outro, em que uma das modificações consiste no fato de que não há mais mensagem, mas discurso – que Pêcheux define como *um efeito de sentido entre interlocutores* (ibid., p. 82). Além disso, para esse autor, o que Jakobson representava por A e B (e chamava, respectivamente, de *destinador* e de *destinatário*) deixa de ser entendido como sendo *organismos humanos individuais* e passa a ser concebido como *lugares determinados na estrutura de uma formação social*. Em outros termos, são *posicionamentos historicamente constituídos*.

Pêcheux (ainda em AAD-69) propõe várias relações que se formam a partir de como uma determinada situação se configura para uma certa formação discursiva – e não como essa situação se apresentaria para A ou B entendidos como indivíduos, segundo a concepção proposta por Jakobson. Essas situações também são concebidas como imaginárias, constituídas a partir das posições A e B – e também dependem de condições históricas: “(...) o que funciona nos processos discursivos é uma série de formações imaginárias que designam o lugar que A e B se atribuem cada um a *si* e ao *outro*, a imagem que eles fazem de seu próprio lugar e do lugar do outro” (ibid., p. 82). Todo discurso é constitutivamente marcado por essas relações imaginárias que se dão no interior de todo processo discursivo. Essas relações configuram, pois, as chamadas *condições de produção do discurso*.

A contribuição de Pêcheux, ao substituir a noção de *circunstância* pela noção de *condições de produção*, foi retirar o funcionamento discursivo da cena pragmática. Além

disso, como bem observa Possenti (2004), tal formulação deixa claro que as condições de produção não são (apenas) circunstanciais, mas (principalmente) *históricas*. Isso posto, partamos para a investigação das condições históricas de produção do discurso veiculado nas/pelas piadas de loira.

Como dissemos na sessão 2.2.2, Possenti (2002) acredita que as condições de produção do discurso dessas piadas sejam as atuais conquistas sociais e profissionais das mulheres. Com efeito, como se sabe, recentemente, a mulher passou a competir com o sexo oposto, principalmente no que se refere ao campo profissional. Para mencionar um exemplo, o número de mulheres que compunham a chamada população economicamente ativa subiu, em 2002, para aproximadamente 43%, quando, em 1976, esse número girava em torno dos 29%, de acordo com informações do banco de dados da Fundação Carlos Chagas¹⁴. Entretanto, isso não significa que a competição entre os gêneros aconteça numa relação de (quase) igualdade. Como mostram as informações disponibilizadas pela Fundação, na última década, a participação das mulheres no conjunto dos empregados manteve-se próxima a um terço, mas “Os lugares privilegiados de inserção de parcela significativa do contingente das trabalhadoras no mercado de trabalho, ainda são as atividades informais, não remuneradas e o trabalho doméstico”, foi a conclusão a que chegou a referida pesquisa.

Realmente, de um modo geral, as mulheres passaram a desempenhar, nos espaços públicos, tarefas semelhantes às que faziam em casa, ou seja, a maioria exerce profissões que estão mais relacionadas às áreas de atenção social. Uma outra pesquisa, realizada em 2005, analisou como os cursos universitários estão distribuídos entre os gêneros¹⁵. Aproximadamente 84% dos estudantes de enfermagem e 91% dos alunos de pedagogia são do sexo feminino. Dos alunos matriculados nos cursos de engenharias mecânica, elétrica e computação, respectivamente, 91,5%, 89% e 80% são do sexo

¹⁴ Cf. a base de dados especiais intitulada “Mulheres no mercado de trabalho: grandes números”. Disponível em: http://www.fcc.org.br/mulher/series_historicas/mmt.html. Acesso: 10 set. 2008.

¹⁵ A pesquisa completa, feita pelo Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (INEP), que tem como título “A trajetória da mulher na educação brasileira: 1996 – 2003”, está disponível em: http://www.inep.gov.br/download/catalogo_dinamico/titulos_avulsos/2005/trajetoria_mulher_1.pdf. Acesso: 10 set. 2008.

masculino. Isso significa que permanece a tendência à divisão de tarefas sociais: as mulheres, em sua maioria, são preparadas para atuar na saúde e, principalmente, na educação, ao passo que os homens ocupam majoritariamente as áreas relacionadas a setores públicos e de infra-estrutura.

Tais dados comprovam o que todos sabemos: a sociedade baseia-se ainda em valores sexistas, apesar das mudanças que estão acontecendo com relação à participação social e profissional da mulher. Nesse sentido, Vieira (2005), em um artigo em que discute a construção social da identidade feminina, observa que:

(...) Ao dirigir um automóvel, por exemplo, as mulheres estão sujeitas a críticas frequentes e, embora as estatísticas comprovem que as mulheres provoquem e sofram menos acidentes do que os homens, eles as diminuem constantemente nessa atividade. Basta um deslizamento para a mulher ser chamada de *barbeira* e ouvir assertivas como: "*Só podia ser mulher na direção*". No campo profissional, se a mulher, depois de muito esforço pessoal, for promovida, a primeira coisa que dizem é: "*Como será que ela conseguiu esta promoção? O que será que ela fez para obtê-la?*" Mas, quando um homem é promovido, o discurso muda completamente: "*Como ele é competente*" ou "*Esse cara vai longe, ele promete*".¹⁶

Embora, atualmente, a mulher execute tarefas antes consideradas exclusivamente masculinas – como dirigir um veículo ou trabalhar fora –, o discurso machista de que a mulher seria (bem) menos competente do que o homem aparece em clichês como os mencionados por Vieira. Isso também fica evidente em outros clichês, como: *mulher no volante, perigo constante; lugar de mulher é pilotando o fogão; lugar de mulher é na cozinha; lugar de mulher é atrás do tanque*, comumente citados em contextos como os referidos pela autora. Sobre essa questão dos clichês, façamos um parêntese para discuti-los, já que são importantes no que se refere à compreensão dos discursos que circulam sobre a mulher.

¹⁶ VIEIRA, J. A. 2005. "A identidade da mulher na modernidade". DELTA, vol.21, São Paulo. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0102-44502005000300012&script=sci_arttext&tlng=en. Acesso: jul. 2008.

No *Dicionário de Análise do Discurso*, “clichê” é definido com base nos estudos de M. Riffaterre:

(...) trata-se de uma figura de estilo “lexicalmente plena”, em que qualquer substituição e adição de termos, qualquer mudança na ordem das palavras, destrói o clichê como tal. Desse ponto de vista, o clichê aproxima-se de formas verbais como a locução cristalizada (“todo grupo cujos elementos não são atualizados individualmente”, conforme Gross, 1996:14), ou o provérbio, que apresenta uma cristalização no nível do enunciado como um todo (...). É, portanto, a partir do leitor e de seus conhecimentos prévios que depende o reconhecimento do clichê. (CHARAUDEAU & MAINGUENEAU, 2004:2006, p. 214)

Ainda segundo a referida obra, os clichês aproximam-se dos estereótipos, no sentido de que ambos “denunciam uma cristalização no nível do pensamento ou na da expressão” (ibid., p. 213). Acrescentamos que, no que diz respeito a representações, o clichê e o estereótipo muitas vezes se complementam. É o caso da piada abaixo:

Por que as loiras compram capacete?

Para pilotar o fogão.

É na ambiguidade da expressão “pilotar o fogão” que essa piada se baseia (inclusive, ela é seu gatilho). Tal expressão é uma espécie de metáfora para “cozinhar”. A esse sentido, portanto, está relacionado o clichê “lugar de mulher é na cozinha”. O outro sentido seria “dirigir o fogão” (como quem dirige uma moto), daí as loiras comprarem capacete. A esse sentido absurdo relaciona-se o estereótipo de burra. Dessa forma, por meio do estereótipo e do clichê, a piada veicula, respectivamente, o discurso de que *a mulher é (bem) menos inteligente (que o homem) e que cabem a ela os cuidados com o lar*. As piadas a seguir veiculam o mesmo discurso:

Por que Deus criou as loiras?

Porque os cachorros não conseguem pegar uma cervejinha para você na geladeira.

Por que Deus criou as loiras?

Porque as ovelhas não sabem cozinhar.

Em ambas as piadas, a loira está representada como alguém que tem uma inteligência precária: seu intelecto é comparado ao de cachorros e de ovelhas. Além disso, suas funções seriam servir ao homem e cuidar de afazeres domésticos – seu espaço, portanto, está restrito ao privado, ao lar –, como se pode depreender, respectivamente, com base na primeira e na segunda piada. A essas considerações e àquelas que fizemos no que se refere à atual participação social e profissional da mulher somam-se as que faremos a seguir. Para isso, considere-se ainda a seguinte piada:

Como você sabe que uma loira trabalha em um escritório?

Porque o escritório tem um quartinho com uma cama e um sorriso enorme na cara de todos os chefes.

Nessa piada, a loira é uma mulher que *trabalha fora*. Entretanto, ela não trabalha no escritório porque é uma profissional competente, mas, sim, porque é sexualmente disponível: o escritório tem “um quartinho com uma cama” e os chefes estão todos sorrindo, certamente, devido ao fato de que fazem sexo com a loira. Com efeito, o “verdadeiro motivo” da contratação da loira é explicitado em algumas piadas, como as que seguem:

Enviando uma circular

Muito gostosona, a loira foi contratada como secretária mais por seus dotes físicos do que pela experiência. No primeiro dia, o chefe lhe dá uma ordem e ela tenta fazer o que ele pediu. Liga para o almoxarifado da empresa e pergunta: “Você tem envelope redondo?”. “Envelope redondo?!”. “Sim. O chefe pediu para eu enviar uma circular”.

Fatura e duplicata

O chefe do escritório de contabilidade vai falar com a nova contratada, que tinha sido indicada por um alto diretor da empresa como sendo muito “prendada”. Ao encontrar a moça, ele até fica assustado. É uma loira estonteante, siliconada, corpo escultural, olhos verdes, bronzeada... ou seja, toda prendada! Refeito do susto e começando a dar as instruções, ele fala: “Suponho que a senhorita saiba o que é fatura e o que é duplicata. Estou certo?”. E ela responde: “Mas é claro que sei. Fatura é o que acontece quando a gente quebra a perna e duplicata é quando quebra as duas!”.

Em *Enviando uma circular*, a loira está qualificada como “muito gostosona” e em *Fatura e duplicata* como “estonteante, siliconada, corpo escultural, olhos verdes, bronzeada”. É por causa desses atributos que ela é contratada. Ou melhor, é *somente* por causa desses atributos, afinal ela é indicada por um “alto diretor da empresa” para trabalhar em um escritório de contabilidade e sequer sabe o que são fatura e duplicata! Em outras palavras, a loira não tem a menor competência profissional, mas garante seu emprego porque está disponível sexualmente.

Ainda com relação à descrição da loira em *Fatura e duplicata*, é interessante notar que ela também está qualificada como *muito “prendada”*. Esse termo era bastante utilizado há algumas décadas para referir-se à mulher que sabia passar, cozinhar, lavar, bordar, etc... Na piada, porém, o sentido é outro: a moça prendada não é aquela que sabe

cuidar bem do lar, mas a que tem um corpo escultural. Em ambos os casos, portanto, o termo tem relação com o papel da mulher enquanto *servidora do homem*, seja cuidando do lar para ele e seus filhos, seja cuidando do corpo principalmente para agradá-lo.

Afirmamos mais acima, com base na amostra analisada, que é veiculado o discurso segundo o qual *a mulher é (bem) menos inteligente (que o homem) e que cabem a ela os cuidados com o lar*. Nas três últimas piadas que analisamos, porém, *a loira trabalha fora*. Ressaltamos que o motivo pelo qual ela é contratada, segundo o discurso das piadas, longe de estar relacionado à competência da mulher, está relacionado a uma suposta *disponibilidade para o sexo*. Pois bem. O que se verifica, com base nessas análises, é que os estereótipos que essas piadas *retomam*¹⁷ se complementam: *as mulheres (representadas, nas piadas, pelas loiras*¹⁸) *seriam muito burras para conquistar o espaço social e profissional que os homens conquistaram e só estariam conseguindo isso porque apelam para o sexo*. Ou seja, elas utilizariam a *arma da sedução* para conquistar aquilo que os homens conseguiram *graças à sua competência*.

Desta forma, as condições de produção dos discursos das piadas de loira podem ser assim apresentadas, com base em Vieira (2005):

Quando as mulheres começaram a ingressar no mercado de trabalho, as relações entre os dois sexos entraram em processo de mudança. Ela, ao conquistar salários, ingressa também no clube dos capitalistas, que usualmente, era privilégio masculino. Começa, portanto, a luta pelo poder que excede a questão de gênero. O homem, neste momento, deve lutar para se manter em seu cargo, para não perdê-lo a outros concorrentes homens e, também, agora, às mulheres.¹⁹

Portanto, concordamos com Possenti (2002, p. 166) que as condições históricas de produção dessas piadas sejam, de fato, as atuais conquistas sociais e profissionais das mulheres, “que os homens gostariam de suprimir, porque competem diretamente com eles” (mesmo que essa competição ainda não se dê numa relação de igualdade). É por isso que

¹⁷ Na sessão 2.4.1, mostraremos que as piadas de loira *retomam* esses estereótipos, ou seja, que eles não foram “criados” pelas piadas.

¹⁸ O fato de as piadas serem especificamente sobre as loiras não é casual. Essa questão será discutida na sessão 2.5.3.

¹⁹ VIEIRA, J. A. 2005. *A identidade da mulher na modernidade*. DELTA, vol.21, São Paulo. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0102-44502005000300012&script=sci_arttext&tlng=en. Acesso: jul. 2008.

esses textos apelam a um discurso que tenta (re)definir qual é o lugar da mulher (o espaço privado, o lar), com base: i) na “manifestação requentada da velha distinção entre inteligência masculina e sensibilidade (no máximo) feminina, que serviu aos homens para discriminar as mulheres”; ii) bem como na “retomada do discurso segundo o qual as mulheres que ‘abandonam’ o lar para trabalhar fora, para serem independentes, no fundo não são sérias” (idem, ibidem).

O estudo das condições de produção do discurso das piadas de loira permitiu compreender *o motivo* pelo qual a mulher está representada nesse material da forma (negativa) que está: são as atuais conquistas sociais e profissionais que ela vem conquistando principalmente nas últimas décadas. O enunciador dessas piadas, portanto, é machista. Como mostraremos (cf. sessão 2.6.2), esse posicionamento discursivo interpreta o seu Outro (a mulher) no interior do fechamento semântico dele mesmo, ou seja, ele “traduz” os enunciados da mulher nas categorias do registro negativo de seu próprio sistema. Daí que ela esteja estereotipada como burra e “fácil”. Será possível compreender melhor como se dá essa “tradução” quando houver subsídios que possibilitem descobrir de quais *estereótipos básicos* os estereótipos de *loira burra* e de *loira “fácil”* são um simulacro, conforme enfatizamos na sessão anterior.

Na sessão subsequente, analisaremos a *memória discursiva* à que as piadas de loira remetem. Por meio de sua descrição, objetiva-se identificar/confirmar as ideologias que circulam nessas piadas. Tal estudo visa também investigar as raízes dos estereótipos de *mulher parva* e de *mulher “fácil”*, que, conforme afirmamos, não foram “criados” pelas piadas. Como veremos, eles foram *retomados de um discurso que circulava principalmente em uma época em que a sociedade era fundamentalmente machista*²⁰.

2.4 A memória discursiva

²⁰ A respeito do machismo, um parêntese faz-se necessário. Como bem observa Nolasco (1995, p. 91), não se trata de uma ideologia exclusiva dos homens: “ele está incorporado à visão de mundo tanto de homens quanto de mulheres, além de ser o pivô de uma trama política maior e que transcende os indivíduos”.

(...) nos situaremos no lugar em que vêm articular-se um funcionamento discursivo e sua inscrição histórica, procurando pensar as condições de uma “enunciabilidade” possível de circunscrever-se historicamente.
(Dominique Maingueneau, “Gênese dos Discursos”).

Em um primeiro momento, discutiremos a noção de memória discursiva proposta por J-J. Courtine em seu *Analyse du discours politique* (Langages 62, 1981), cujo objetivo é *discutir, redefinir, reconfigurar* as proposições teóricas e metodológicas da AD, sempre considerando *a relação da língua com a história* nos estudos discursivos. Nesse sentido, pode-se considerar que a proposta de Maingueneau (1984:2005a) – que parte desses mesmos objetivos e também busca relacionar língua e história – “dialoga”, num certo sentido, com o trabalho de Courtine, embora haja diferenças teóricas entre ambos, a exemplo da questão da interdiscursividade que é considerada por este autor em um outro plano. Aliás, pincelar tais diferenças é o segundo objetivo desta sessão que almeja, em um terceiro momento, descrever a memória a que as piadas de loira remetem.

A preocupação central de Courtine (1981), no que diz respeito à memória discursiva, é compreender no domínio do discurso político *como o trabalho de uma memória coletiva permite, no seio de uma formação discursiva, a retomada, a repetição, a refutação, mas também o esquecimento desses elementos de saber que são os enunciados.* Por *formação discursiva* (FD), o autor entende *uma fronteira que se desloca.* Nesse sentido, o interdiscurso tem papel fundamental, posto que é definido como uma “instância de formação/repetição/transformação dos elementos de saber de uma Formação Discursiva, sendo, portanto, responsável pelo deslocamento das fronteiras dessa FD” (COURTINE, 1981, p. 49).

A existência de uma FD como *memória discursiva* e a caracterização dos *efeitos de memória* que a enunciação produz em um discurso (efeitos que podem ser tanto de lembrança, de redefinição, de transformação, como de esquecimento, de ruptura, de denegação do já-dito) devem ser articuladas, na concepção do autor, com os dois níveis de descrição de uma FD – *o interdiscurso (nível do enunciado)* e *o intradiscurso (nível da*

formulação) – e à *pluralidade dos tempos históricos*. Inicialmente, compreendamos a que se referem os dois níveis em questão.

O nível do enunciado pode ser pensado como um eixo vertical. Dessa forma, o interdiscurso corresponderia ao dizível (a todos os já ditos e esquecidos). O nível da formulação, por sua vez, corresponderia ao eixo horizontal e compreenderia aquilo que se está dizendo em determinadas condições. Em outras palavras, o intradiscurso seria “o lugar onde se realiza a *seqüencialização dos elementos de saber*, onde o desnivelamento interdiscursivo dos enunciados é linearizado e colocado em uma superfície única de formulações articuladas” (ibid., p. 50, grifos do autor).

Desses dois níveis bem como da pluralidade dos tempos históricos é que o efeito de memória é produto. É por isso que Courtine enfatiza que no nível interdiscursivo os enunciados existem *no tempo longo de uma memória*, ao passo que no nível intradiscursivo as formulações são tomadas *no tempo curto da atualidade de uma enunciação*. Assim, nas palavras do autor, designa-se *efeito de memória* “a relação entre interdiscurso e intradiscurso que se dá nesse efeito discursivo particular por ocasião do qual uma formulação-origem retorna na atualidade de uma ‘conjuntura discursiva’” (ibid., p.51).

Toda produção discursiva veicula, pois, formulações já antes enunciadas. Ao conjunto de seqüências que preexistem o enunciado, Courtine denomina *domínio de memória*. É a partir dele que se apreendem *os funcionamentos discursivos de encaixamento do pré-construído e de articulação de enunciados*. Ou, nas palavras do autor, é a memória discursiva que faz intervir “o interdiscurso *como instância de um discurso transversal* que regula, para um sujeito enunciador, (...) o modo de dação dos objetos dos quais o discurso fala, bem como o modo de articulação desses objetos” (ibid., p. 56).

Isso posto, estabeleçamos algumas considerações sobre a teoria de Maingueneau (1984:2005a), no sentido de compará-la às propostas de Courtine. Como já fizemos referência anteriormente (cf. nota 11, na sessão 2.2.1), Maingueneau adota (no prefácio da obra, escrito em 2004) o termo *posicionamento* em vez de *formação discursiva*, opção motivada evidentemente por diferenças conceituais. Tais diferenças estão relacionadas principalmente à concepção de *interdiscurso*, mais especificamente à *tese do primado do interdiscurso* proposta por este autor. Assim, para Maingueneau, o

interdiscurso não é considerado apenas como exterioridade constitutiva. *É o lugar da gênese de todos os discursos*. Além disso, os discursos se constituem em uma *relação polêmica*: “O discurso não escapa à polêmica tanto quanto não escapa à interdiscursividade para constituir-se” (ibid., p. 122). Deste modo, cada posicionamento interpreta o seu Outro com base em um processo de interincompreensão, de “tradução”, de construção de um simulacro²¹. Desta forma, é possível especular que o *domínio de memória*, para Maingueneau, está relacionado à *interdiscursividade*: no momento de sua gênese, o domínio de memória de um posicionamento estabelecerá uma relação inextrincável com o domínio de memória de seu Outro. Em outras palavras, os textos que um dos lados da polêmica cita serão sempre rejeitados pelo seu Outro, o que pode se dar pela “tradução” em forma de simulacro ou ainda pelo silenciamento.

Além dessas diferenças acerca da concepção de interdiscurso, de FD e de domínio de memória, cabe salientar que Maingueneau não distingue *enunciado* e *formulação* – distinção fundamental para Courtine, para quem o enunciado está relacionado ao interdiscurso e é materializado por diferentes formulações. Realmente, conforme mostramos, a teoria deste autor pauta-se principalmente na relação entre interdiscurso e intradiscurso. Maingueneau, porém, propõe que o interdiscurso seja apreendido *em sua globalidade*, ou seja, que não se privilegie um determinado plano, posto que todos estão integrados, uma vez que o interdiscurso seria regido por um *sistema de restrições semânticas globais*.

A compreensão da noção de memória discursiva tal como proposta por Courtine (1981) ofereceu subsídios para que se estabelecesse uma reflexão sobre como esse conceito opera em uma hipótese de interdiscurso como a traçada por Maingueneau (1984:2005a). Segundo esta hipótese, “Enunciar é se situar em relação a um já-dito que se constitui no Outro do discurso”, como bem observa Brandão (1991:2002, p. 77). Nesse sentido, a autora assim conclui a importância do papel da memória discursiva, dentro dessa hipótese do primado do interdiscurso:

²¹ A tese do primado do interdiscurso foi apresentada na sessão 2.2.1. O processo de interincompreensão bem como a noção de simulacro foram discutidos na sessão 2.2.2.

(...) É a memória discursiva que torna possível a toda formação discursiva fazer circular formulações anteriores, já enunciadas. É ela que permite, na rede de formulações que constitui o intradiscorso de uma FD, o aparecimento, a rejeição ou a transformação de enunciados pertencentes a formações discursivas historicamente contíguas. Não se trata, portanto, de uma memória psicológica, mas de uma memória que supõe o enunciado inscrito na história. (ibid., p.76-77)

Essas considerações permitem, finalmente, uma descrição acerca da memória discursiva à que as piadas de loira remetem. Como temos enfatizado ao longo deste capítulo, as bases do discurso veiculado nas/pelas piadas de loira estão diretamente relacionadas aos estereótipos de (i) *loira burra* e de (ii) *loira “fácil”* que esses textos *retomam*. Desta forma, na sessão subsequente, antes de passarmos à descrição da memória discursiva dessas piadas, estudaremos o funcionamento da estereotipia nas relações polêmicas²².

2.4.1 Uma memória machista

(...) Durante muito tempo se tentou fixar as mulheres à sua sexualidade. “Vocês são apenas o seu sexo”, dizia-se a ela há séculos. E este sexo, acrescentaram os médicos, é frágil, quase sempre doente e sempre indutor de doença. “Vocês são a doença do homem”. E este movimento muito antigo se acelerou no século XVIII, chegando à patologização da mulher: o corpo da mulher torna-se objeto médico por excelência.

(Michel Foucault, “Sobre a História da Sexualidade”).

O amor da mulher pelo homem não é um sentimento de origem sexual, mas uma forma destes devotamentos que se desenvolvem entre um ser inferior e um ser superior.

(Cesare Lombroso, médico italiano, *apud* RAGO, “Trabalho feminino e sexualidade”).

²² Para uma compreensão mais aprofundada acerca da noção de polêmica proposta por Maingueneau (1984:2005a), ver a sessão 3.4 deste trabalho.

Para compreender os estereótipos negativos que as piadas de loira retomam, embasamo-nos em Amossy & Pierrot (2001). As autoras, em uma discussão acerca de como os estereótipos são estudados nas ciências sociais, nos estudos literários e nas ciências da linguagem, remetem à teoria dos conflitos sociais proposta por Muzafer Sherif. De acordo com este autor, as situações de conflito são o motor principal do estereótipo e do preconceito: “La promulgación de imágenes de superioridad-inferioridad en una sociedade es (...) uno de los medios que utiliza el grupo dominante para mantener su posición (Sherif & Sherif, 1969, *apud* Amossy & Pierrot, 2001, p. 45). As autoras explicam que, de acordo com M. Sherif, em muitas situações de dominação o estereótipo negativo pode ser um poderoso instrumento de legitimação: “(...) los intereses del grupo que está en el poder sostienen una imagen de los dominados adecuada para justificar su subordinación”, sintetizam (*ibid.*, 2001, p. 45). Elas citam como exemplo a dominação dos indígenas pelos britânicos. Infelizmente, temos exemplos bem semelhantes a esse no Brasil, tanto com relação à colonização do país (em que houve uma tentativa de dominação dos indígenas por parte dos portugueses), quanto durante o período da escravidão, em que os negros africanos eram os dominados. Amossy & Pierrot assim analisam a questão:

(...) Si, por ejemplo, los británicos definían a los indios en términos de inferioridad, no era porque esa imagen estereotipada tradujera la realidad de los hechos, sino porque la imposición de esa imagen ratificaba las relaciones de fuerzas existentes, garantizando los fundamentos de la colonización. (*ibid.*, p. 46)

Ao que tudo indica, é nessa direção que se pode explicar também os estereótipos que as piadas de loira retomam²³. Como mostramos ao longo deste capítulo, eles se complementam mutuamente: *tendo um intelecto pouco desenvolvido*, as mulheres conseguiriam obter o sucesso que vêm conseguindo porque *se disponibilizariam sexualmente*. Parafraseando as autoras, a construção dessa imagem ratifica as relações de força entre o homem (dominante) e a mulher (dominada). Defenderemos essa hipótese com base na descrição do já-dito, da memória discursiva que permite a esse posicionamento

²³ Entretanto, ressaltamos que o propósito das piadas é fazer rir. Conforme afirmamos ao longo deste trabalho, as piadas veiculam representações exageradas, baseadas em estereótipos. É fundamental ter isso em mente sempre que nos referimos aos discursos veiculados nas/pelas piadas de loira.

(machista) fazer circular tais formulações. Para isso, retomemos inicialmente a piada analisada na sessão 2.1 deste trabalho:

Por que os caixões das loiras têm forma de “y”?

Porque, sempre que elas se deitam, suas pernas se abrem.

Tal piada foi citada como um exemplo representativo de um dos estereótipos veiculados nas/pelas piadas sobre loiras, o de sexualmente disponível. Aprofundaremos agora a sua análise com base em uma das principais teorias do humor. O cerne da teoria de Bergson (1900:1993) está na ideia de *rigidez*, de *automatismo*. Dentre algumas leis que o filósofo francês postula para explicar o cômico, a primeira e a terceira parecem fundamentais para a compreensão de piadas sobre loiras como a que está em pauta:

1ª. lei: “Quando um determinado efeito cômico deriva duma certa causa, o efeito parece-nos tanto mais cômico quanto **mais natural** considerarmos a causa” (ibid., p.23, grifo nosso).

3ª. lei: “As atitudes, gestos e movimentos do corpo humano são risíveis na medida exata em que esse corpo nos faz pensar numa **simples mecânica**” (ibid., p.33, grifo nosso).

Com efeito, para o filósofo, o riso estaria diretamente associado ao *involuntário*. Com base em um exemplo bastante simples – um homem está correndo na rua, tropeça, cai e as pessoas que estão ao redor riem –, o autor defende essa tese explicando que “(...) por falta de agilidade, por distração ou obstinação do corpo, por efeito de rigidez ou de velocidade adquirida, os músculos continuaram o mesmo movimento quando as circunstâncias exigiam outra coisa...” (ibid., p.21). No caso de piadas de loira como a que citamos acima, o automatismo está relacionado ao corpo da mulher. Dessa forma – e sabendo-se que o gesto “abrir de pernas” representa, metonimicamente, o ato sexual –, pode-se concluir que a disponibilidade para o sexo seria risível porque é apresentada como algo *natural* e também *mecânico*.

Nota-se, ainda com base na piada em questão, que a loira está representada como *ninfomaniaca*. Tal representação, contudo, não aparece apenas nessa piada. Pelo contrário, é uma regularidade:

Por que as loiras têm orgasmos?

Para elas saberem quando parar de fazer sexo.

Qual é a diferença entre uma loira e um mosquito?

O mosquito sabe quando parar de chupar.

Como você sabe que uma loira mexeu na sua geladeira?

Pela marca de batom nos pepinos.

Qual é a diferença entre uma loira e um rapaz?

A loira tem uma maior quantidade de esperma em seu corpo.

Na primeira e na segunda piadas, a loira não sabe quando deve interromper o ato sexual: além de parva, está caracterizada como uma mulher que nunca se sente plenamente satisfeita. Com efeito, na primeira piada, isso pode ser inferido devido ao fato de o orgasmo não estar relacionado (apenas) ao prazer: ele seria uma forma de a loira perceber que (já) deve interromper a relação sexual. Na segunda piada, a representação do inesgotável desejo sexual da loira aparece por meio de uma comparação entre ela e um mosquito: afirma-se que há uma diferença entre ambos e que esta consiste no fato de o mosquito saber quando deve parar de chupar (o sangue de suas vítimas). Infere-se, portanto, que, ao contrário do mosquito, a loira nunca está satisfeita (evidentemente, “chupar”, nesse

caso, refere-se à prática do sexo oral). Com relação à terceira piada, a compulsão sexual da loira é revelada por meio de um objeto fálico, os pepinos (as marcas de batom aludiriam²⁴ ao sexo oral). Por fim, na quarta piada, infere-se que a loira tem muitas relações, já que a quantidade de esperma em seu corpo supera a quantidade existente no corpo de um rapaz.

Com base na amostra analisada, constata-se a veiculação do discurso segundo o qual *a mulher teria uma tendência natural à ninfomania*. Tal representação se dá de um modo bastante exagerado – o que, aliás, é bem típico das piadas (cf. a sessão 1.4). Ressalte-se ainda que esses textos não somente exageram ao representar a mulher como ninfomaniaca como também exageram na caracterização desse transtorno sexual. O exemplo abaixo parece ser bem representativo:

Passeio rotineiro

Sábado à tarde, toca o telefone na casa da loira:

- *Oi, gata! Que tal a gente sair hoje à noite?*

- *Tô dentro! – responde animada – Pra onde?*

- *Tava pensando em ir naquela boate onde você fez sexo oral em mim na semana passada, depois naquele motel caro onde eu sempre te levo... Quero transar até amanhecer, gata!*

- *Tô dentro! – comemora a loira.*

- *Então, eu te pego às nove, como de costume!*

- *Tô dentro! Mas quem está falando?*

Em muitas piadas como essa, a loira é representada como uma mulher que literalmente *só pensa naquilo*. No caso do exemplo citado acima, o que permite inferir que há um exagero na caracterização da ninfomaniaca é o fato de ela ter relações sexuais com uma frequência anormal – inclusive para os casos de ninfomania. Com efeito, a loira da

²⁴ A *alusão* é estudada por Freud (1905:1996) em sua obra sobre os chistes. Trata-se de inferências ou associações utilizadas para referir-se a algo que não possa ser dito diretamente, por ser hostil ou obsceno.

piada não consegue, pelo telefone, reconhecer a voz do parceiro com quem ela sempre vai a boates e a motéis, com quem inclusive teria feito sexo oral *na semana passada*. Outros indícios linguísticos, localizados na fala do homem, indicam a regularidade desses passeios: “(...) motel caro onde eu *sempre* te levo!”, “(...) te pego às nove, *como de costume*”. No entanto, apesar de sair com ele regularmente, a loira demonstra não saber com quem está falando! (O que fica explícito na pergunta “Mas quem está falando?”, que, inclusive, é o gatilho da piada). Com base nisso tudo, pode-se concluir que ela costuma ter “esses passeios” com muitos outros homens – e com bastante frequência. Nesse sentido, é como uma espécie de caricatura que piadas como essa representam a mulher:

Quem faz uma paródia ou uma caricatura está certamente animado por uma intenção satírica ou simplesmente burlesca: a sátira ou a burla consistem em uma alteração ridícula do modelo e, por isso, não são comensuráveis senão em relação com as suas condições, e, assinaladamente, com as que mais se sobressaem e que já representam um exagero no modelo. Quem faz uma paródia ou uma caricatura, insiste nessas qualidades sobressaídas, dá-lhes maior relevo, exagera um exagero. Para fazer isso é inevitável que se forcem os meios expressivos, que se alterem estranha, deselegante ou mesmo grotescamente a linha, a voz ou, em todo caso, a expressão; que se faça, em suma, violência à arte e às suas condições sérias... (PIRANDELLO, 1908:1996, p. 78).

De fato, a representação da loira como ninfomaniaca, tal como ela se dá nas piadas, evidencia, para usarmos os termos de Pirandello (idem), o *exagero de um exagero*, uma *alteração grotesca*, já que loira é representada como alguém que *pratica sexo incessantemente* (o que, como se sabe, não corresponde à realidade da mulher que sofre do transtorno sexual conhecido como ninfomania). Além de ser uma característica comum ao gênero, o exagero, nesse caso, talvez também possa ser interpretado como mais um indício de que o enunciador das piadas de loira são os homens, uma vez que, tamanha disponibilidade/disposição sexual por parte da mulher parece fazer parte da fantasia masculina.

A representação da mulher como ninfomaniaca remete a enunciados pertencentes a posicionamentos historicamente contíguos. É o caso, por exemplo, do discurso médico veiculado durante o período colonial (século XV ao XIX), conforme mostraremos. Na época em questão, a mulher era educada basicamente para executar

afazeres domésticos. Além disso, ela devia ao pai e, depois, ao marido (que era escolhido pelo pai da moça), mais do que respeito: devia-lhes obediência. O ápice da realização pessoal da mulher deveria ser o casamento e, principalmente, a maternidade. Segundo o pensamento predominante no período colonial, ter filhos não era uma opção, mas uma *necessidade natural* de toda mulher. Principalmente por isso, o útero era um órgão que despertava o interesse e o assombro dos médicos da época. Como ressalta Priore (1997:2007, p. 83), “(...) a valorização da *madre* como órgão reprodutor levava a uma valorização da sexualidade feminina, mas não no sentido da sua realização e sim no de sua disciplina”.

“Madre” (“mãe” em espanhol e em italiano) era o sugestivo nome pelo qual os médicos da época referiam-se ao útero. Priore (idem) mostra como um deles, o médico Bernardo Pereira, acreditava que a saúde da mulher era controlada por esse órgão:

Porque, como procedem do útero, e este, como animal errabundo, segundo lhe chama Galeno, tem simpatia e comunicação com todas as partes do corpo, não há alguma que não seja livre de seus insultos, especialmente se o sangue mensal não depura bem todos os meses ou se infecciona com humores cachochérricos ou putredinosos, de que abunda o útero; ou se suprime a evacuação ou se retarda, donde nascem contínuos e feros acidentes. (PEREIRA, 1752, *apud* PRIORE, 1997:2007, p. 84).

Para escapar desses *contínuos e feros acidentes* a que o útero estava submetido, a mulher só tinha uma alternativa, conforme sublinha Priore: procriar. Era apenas sendo mãe que ela estaria livre de se infeccionar *com humores cachochérricos ou putredinosos, de que abunda o útero*. A historiadora relaciona algumas das doenças que os médicos da época atribuíam a esse “mau funcionamento” da madre: a histeria, a sufocação da madre²⁵ e, finalmente, a ninfomania. Desse modo, veiculava-se o discurso segundo o qual *a sexualidade feminina precisava ser controlada pelo homem* (através do casamento e, conseqüentemente, da procriação) *para que não afluísse a insaciabilidade sexual ou*

²⁵ A sufocação da madre seria uma doença na qual “vapores subiam do útero, ou mesmo o próprio útero deslocava-se até a garganta”, sufocando a mulher (PRIORE, 1997:2007, p. 84).

*algum outro tipo de desequilíbrio (mental, inclusive) ao qual a mulher estava naturalmente sujeita*²⁶.

Entretanto, tal discurso não se limitava apenas ao campo médico. Araújo (1997) mostra que as mais variadas instituições tinham um importante papel disciplinador sobre a sexualidade feminina naquele período. A Igreja, por exemplo, pregava, com base no mito do Éden, que as mulheres estavam condenadas a pagar pelo erro de Eva, que teria levado Adão ao pecado e, conseqüentemente, impedido que a humanidade futura tivesse a possibilidade de desfrutar do paraíso. Por isso, elas tinham de ser sempre controladas: por meio das confissões, a mulher tinha seus atos, seus sentimentos e até mesmo seus sonhos vigiados. Além disso, essa instituição propagava as ideias misóginas da época, retratando as mulheres como seres extremamente inferiores e fortemente propensos a influências demoníacas.

Outra instituição que tinha importante papel sobre a disciplina da sexualidade da mulher era a Escola. Como bem lembra o autor, o aprendizado restringia-se àquilo que interessava ao funcionamento do futuro lar (aos afazeres domésticos), além de um mínimo de educação formal (ler, escrever e saber contar). Em suma, o “projeto educacional” visava preparar as mulheres para o casamento. No que diz respeito ainda ao papel de uma outra instituição, a Família, Araújo ressalta que a mulher podia ser mãe, irmã, filha, religiosa, mas de modo algum amante:

Com o desejo e as sensações pretensamente domados, vinha afinal o casamento, que podia ser com um homem bem mais velho, de trinta, sessenta e até setenta anos. Agora seu senhor passava a ser o marido. O casal, porém, continuava a sofrer interferência da Igreja mesmo no leito conjugal. Nada de excesso, nada de erotismo (...), pois o ato sexual não se destinava ao prazer, mas à procriação de filhos... (ARAÚJO, 1997, p. 51-52).

O casamento era (ou deveria ser) o destino de toda mulher, o que visava restringir seu espaço ao lar, “evitando toda sorte de contato e atividade que pudesse atraí-la para o mundo público”, como bem observa Rago (1997:2007, p. 592). Nesse sentido, a

²⁶ É interessante notar que, como afirmamos com base em Bergson (1900:1993), nas piadas de loira, a disponibilidade sexual que as mulheres supostamente teriam também é apresentada como algo *natural* – além de *mecânico*.

autora (ibid., p. 604) faz uma interessante observação sobre a figura da *mulher pública*, lembrando que apenas recentemente ela foi “dissociada da imagem de prostituta e pensada sob os mesmos parâmetros pelos quais se pensa o ‘homem público’”.

No período colonial, a ideologia machista era assegurada principalmente pelas instituições que discutimos. Nesse sentido, vale a pena retomar o que Pêcheux disse com base em Althusser: “é pela instalação dos aparelhos ideológicos de Estado, nos quais essa ideologia [a ideologia da classe dominante] é realizada e se realiza, que ela se torna dominante” (PÊCHEUX, 1975:1988, p. 145). Evidentemente, as condições de produção do discurso veiculado durante o período colonial não são as mesmas das piadas de loira. O motivo pelo qual a sexualidade da mulher era, no referido período, controlada pelas diversas instituições é enfatizado por Araújo (1997:2007, p. 45, grifos nossos):

(...) Das leis do Estado e da Igreja, com frequência bastante duras, à vigilância inquieta de pais, irmãos, tios, tutores, e à coerção informal, mas forte, de velhos costumes misóginos, tudo confluía para o mesmo objetivo: abafar a sexualidade feminina que, ao rebentar as amarras, *ameaçava o equilíbrio doméstico, a segurança do grupo social e a própria ordem das instituições civis e eclesiásticas.*

No que diz respeito à representação da mulher como parva, também ela remete a um discurso que circulava no referido período – e que era assegurado pelas instituições, contando principalmente com o apoio da Ciência. Com efeito, como ressalta Priore (1997:2007), os médicos descreviam como uma das características *naturais* da mulher “a fraqueza, *a minoridade intelectual*, a falta de musculatura, a presença da menstruação” (p. 105, itálicos nossos).

Como vimos, os discursos que as piadas de loira retomam (de uma época em que a sociedade era fundamentalmente machista) tinham como objetivo assegurar que a mulher fosse sempre controlada pelo marido e que sua vida fosse limitada à esfera privada. Evidentemente, tal objetivo refere-se às condições de produção às quais estavam relacionados os discursos veiculados durante o período colonial. Em outras palavras, não estamos afirmando, de modo algum, que as piadas de loira têm esse mesmo objetivo. Até porque se trata de um gênero pertencente ao campo humorístico, ou seja, o seu principal propósito é *fazer rir*. E também porque as suas condições de produção são outras, como

mostramos. Entretanto, a descrição da memória discursiva que as piadas de loira retomam permitiu identificar as raízes dos estereótipos que atualmente essas piadas veiculam.

Na sessão seguinte, nosso objetivo é compreender por que essas piadas são sobre *as loiras*, ou seja, por que elas rebaixam especificamente esse tipo de mulher. Para isso, investigaremos a imagem da loira que circula em nossa sociedade bem como os *ethe* que se impõe nesses textos.

2.5 O seu cabelo não nega. A imagem da loira na sociedade

O poder de persuasão de um discurso decorre em boa medida do fato de que leva o leitor a identificar-se com a movimentação de um corpo investido de valores historicamente especificados.
(Dominique Maingueneau, “Ethos, cenografia e incorporação”).

Ao longo de nossas análises, temos enfatizado que as piadas caracterizam as loiras como profundamente parvas e como extremamente promíscuas. Analisamos as condições de produção do discurso desses textos (cf. sessão 2.3) e concluímos que as atuais conquistas sociais e profissionais da mulher estariam deixando o homem preocupado. Afinal, além de estarem perdendo o controle que antes detinham sobre a mulher, estão tendo de dividir o espaço (inclusive profissional) que há algumas décadas ocupavam de forma praticamente hegemônica. Com efeito, a análise da memória discursiva (sessão 2.4.1) que essas piadas retomam comprovou que o discurso nelas materializado é machista. Sendo assim, por que então rebaixam especificamente *a loira*? Para responder a essa pergunta é necessário investigar a imagem da loira que circula em nossa sociedade. Tal estudo oferecerá subsídios também no que se refere ao objetivo de descobrir de quais *estereótipos básicos* os estereótipos de *loira burra* e de *loira “fácil”* são um simulacro (conforme proposto na sessão 2.2.2), o que contribuirá para a apresentação de uma análise mais bem fundamentada acerca da estereotipia veiculada nas/pelas piadas de loira.

Para dar início à análise da imagem da loira que circula na sociedade, verificaremos na sessão subsequente como a questão dos cabelos e, mais especificamente, da loirice estão colocadas socialmente. Para isso, recorreremos a Warner (1999), para quem os cabelos são um tipo de linguagem. Mais adiante (sessão 2.5.3) será apresentada uma análise do ethos que se impõe nessas piadas, bem como das cenografias que esses textos mobilizam. Conforme defende Maingueneau (2006b), a cenografia é *o centro em torno do qual gira a enunciação*. O conceito de ethos, por sua vez, implica em conceber um texto como *uma enunciação ativamente dirigida a um co-enunciador que é preciso mobilizar a fim de fazer aderir “fisicamente” a um certo universo de sentido*. Trata-se, portanto, de conceitos fundamentais para que possamos analisar a imagem da loira que é veiculada socialmente por meio das piadas. Tais conceitos serão apresentados na sessão 2.5.2.

2.5.1 Raízes históricas. Os cabelos loiros na sociedade

Pêcheux (1969:1993), ao formular a noção de condições de produção, chama a atenção para a existência de *formações imaginárias*, de relações especulares que se dão no interior de todo processo discursivo (cf. sessão 2.3). Inclusive, apresenta um exemplo bastante ilustrativo:

(...) seja por exemplo uma série de discursos caracterizados pelo fato único de que se trate da “liberdade”: conforme se trate de um professor de filosofia que se dirige a seus alunos, de um diretor de prisão que comenta o regulamento para uso dos detentos, ou de um terapeuta que dirige a palavra a seu paciente, assistimos a um *deslocamento do elemento dominante* nas condições de produção do discurso: (...) no discurso terapêutico, tal como é concebido pela psiquiatria clássica, é a imagem que o paciente faz de si mesmo que é o principal discurso (...). Na relação pedagógica, a representação que os alunos fazem daquilo que o professor lhes designa é que domina o discurso (...). Enfim, no discurso do diretor de prisão, tudo está condicionado pela imagem que os detentos formarão do representante do regulamento através de seu discurso... (ibid., p. 86).

Entretanto, é com a proposta de Maingueneau (1984:2005a) que os estudos sobre a questão da imagem no discurso avançam. Para esse autor, todos os planos discursivos são regidos por uma *semântica global*. Dessa forma, dimensões do discurso como o *estatuto do enunciador*, o *quadro cênico* em que ele se inscreve e o *modo de*

enunciação (uma “maneira de dizer” específica) também são igualmente regidos por uma semântica. Nesse sentido, destacam-se ainda as noções de *ethos* e de *cenografia*, tais como o autor as elabora em seus trabalhos (1984:2005a; 1998:2008; 2005b; 2006a; 2006b). Fundamentais às análises sobre imagem, iremos discutir essas noções na próxima sessão. Por ora, interessa-nos compreender como a questão dos cabelos e, mais especificamente, da loirice estão significados em nossa sociedade. Para isso, recorreremos a Warner (1999).

M. Warner estudou o significado dos cabelos, em uma obra que tem como proposta central analisar os principais contos de fadas, tendo por foco o seu contexto histórico, bem como a representação da figura feminina. Indo além da análise das narrativas, destaca a importância que os cabelos têm no que se refere à identidade, tanto pessoal quanto social: “A linguagem do eu ficaria destituída de um de seus recursos mais ricos sem os cabelos: tal como a linguagem, a faculdade do riso ou o uso de ferramentas, arrumar os cabelos, em si, constitui uma marca do humano”, enfatiza a autora (WARNER, 1999, p. 409). Considerando os cabelos como um tipo de linguagem, ela argumenta que:

(...) O corpo nos revela através dos cabelos a passagem do tempo e as afirmações flutuantes dos sexos; estranhos nos apresentam um glossário conspícuo de pistas na maneira pela qual arrumam os cabelos, pois, em sociedades do mundo todo, ocupações são declaradas através de sinais capilares: a tonsura do monge, os cachos do estudioso assíduo, o corte escovinha do recruta, a cabeleira esvoaçante do *sans-culotte*, as madeixas emaranhadas de um *hippie*, o véu (ibid., p. 411).

No que diz respeito à loirice, a autora defende que ela não é apenas um termo descritivo sobre a cor dos cabelos, mas principalmente *um brasão codificado, uma peça de um sistema de valores*. Peça cujas “implicações, em termos morais e sociais, são medonhas e ainda estão embutidas de modo irracional nos mais ordinários e populares materiais da imaginação” (ibid., p. 403). Uma dessas *implicações medonhas*, conforme a autora bem lembra, diz respeito aos nazistas e à teoria da superioridade racial germânica, “que tipifica os deuses como meninos e meninas loiros e os estrangeiros como morenos” (idem, ibidem). Para ilustrar essa afirmação, a autora descreve um curta-metragem que circulava na época em que Hitler liderava a Alemanha: o filme contava uma história dos irmãos Grimm que tinha como protagonista um garoto loiro, que era perseguido por agressores morenos, peludos e velhos.

É para os contos de fadas que Warner volta-se para analisar as associações com as quais a loirice está relacionada. A *beleza* é uma dessas associações. Trata-se de um *legado dos gregos antigos*: a loira Cinderela, por exemplo, teria sido inspirada em Afrodite. Aliás, personagens loiras são o que não falta nas histórias infantis. Como a autora enfatiza, a grande maioria das protagonistas dos contos de fadas é loira: além de Cinderela, cita também Rapunzel, Cachinhos Dourados, Gata Borralheira, entre outras (uma das raras exceções, observa, é Branca de Neve). Entretanto, Warner chama a atenção para o fato de que recentemente os ilustradores e animadores têm se afastado da loirice obrigatória da heroína e exemplifica com base em Bela, a personagem morena do desenho *A Bela e a Fera*, da Disney.

Sempre associada à beleza, a loirice também estaria relacionada ao *amor* e à *nubilidade*, à *atração sexual* e à *fertilidade*. Desse modo, após analisar algumas personagens femininas loiras, a autora conclui que, nas narrativas: “A loirice (...) e suas muito observadas associações sensuais com os saudáveis raios de sol, com a luz e não com a escuridão, evocava o durável e incorruptível ouro...” (ibid., p. 417). Por esta razão, as riquezas das heroínas das histórias infantis – “sua bondade, fertilidade e fartura – estão simbolizadas em seus cabelos”, arremata a autora (idem, ibidem).

Bela, atraente, sensual. A mulher loira é considerada, em muitos países, como um protótipo de beleza. Herança, como vimos, dos gregos antigos, a atual reverência à beleza loira pode ser confirmada pelo fato de que muitas mulheres optam por clarear seus cabelos, mas, raramente, uma mulher loira escolhe escurecer os fios. Nesse sentido, parece relevante o fato de que a Barbie – uma das bonecas mais vendidas no mundo e considerada símbolo do ideal de beleza feminino –, além de medidas perfeitas e rosto impecável, tenha cabelos loiros (embora existam Barbies ruivas e morenas, a versão mais popular é, sem dúvida, a da boneca loira).

No que diz respeito à sensualidade das mulheres loiras, Warner enfatiza o peso que a indústria cinematográfica hollywoodiana teve na representação dessas mulheres como uma espécie de *sex symbol* – cujo melhor exemplo talvez ainda seja Marilyn Monroe, “em sua atuação atraente, burra e infantil” (ibid., p. 411). A autora faz ainda uma interessante colocação a respeito do termo inglês *blonde* (*loira*), ao observar que ele passou a ser

utilizado como substantivo somente nas décadas de 30 e 40, *sob a influência de Hollywood*, “e adquiriu suas implicações eróticas e sedutoras, baseadas nas inversões de significado elegantes e irônicas cultivadas pela mídia popular neste século” (ibid., p. 401-402).²⁷

A importância da mídia no que se refere à veiculação de um estereótipo é também realçada por Amossy & Pierrot (2001), que concluem que:

la visión que nos hacemos de un grupo es el resultado de un contacto repetido con representaciones enteramente construídas o bien filtradas por el discurso de los medios. El estereotipo sería principalmente resultado de un aprendizaje social. (ibid., p.41)

Com efeito, é principalmente graças ao cinema hollywoodiano que, a partir do início do século XX, a loira torna-se *objeto de desejo*. Filmes como *Loira Platinada* (*Platinum Blonde*, 1931), protagonizado por Jean Harlow e, posteriormente, *Os homens preferem as loiras* (*Gentlemen Prefer Blondes*, 1953), estrelado por Marilyn Monroe, impulsionam a moda dos cabelos loiros. Paralelamente, entre as décadas de 20 e 30, Eugène Schueller, químico fundador da empresa *L'Óreal*, aprimora uma coloração capilar que permite pintar os cabelos de forma mais prática e segura.

Atualmente, como bem observa Warner (op. cit.), *o conflito entre a aparência de inocência*²⁸ e *a sensualidade maliciosa* – típico da loira de Hollywood – é repetido, apenas para citar um exemplo, pela cantora Madonna “em toda sua exuberância, em sua sexualidade explícita”, que sempre cantaria “da posição de uma garotinha, que ainda está para se tornar mulher, com os cabelos loiro-claros infantis em óbvia contradição com as coxas, seios e virilha enfatizados” (ibid., p. 411). Realmente, se a preferência de boa parte das mulheres é pelos “cabelos loiros de menina”, no que se refere ao corpo, a busca é pelo

²⁷ Ainda com relação ao termo loira, não se pode desprezar o fato de que a cerveja é chamada, entre os homens, de *loira gelada*. Considerando-se que as mulheres que consomem a bebida não a costumam chamar assim, pode-se especular que tal expressão não tenha apenas relação com a cor da bebida, mas, principalmente, com o seu sabor, ou seja, com o fato de ser gostosa (uma associação, portanto, ao imaginário que se tem sobre a mulher loira). Com efeito, muitas propagandas de cerveja associam seu produto à imagem de mulheres cheias de curvas, que geralmente aparecem em trajes de banho ou usando roupas sensuais.

²⁸ A associação entre a loirice e a inocência, conforme explica a autora, deve-se ao fato de os cabelos de muitas crianças serem loiros na infância e escurecerem com a idade. Por essa razão, muitas santas são representadas como sendo loiras, como bem lembra a autora, o que seria um indicador da juventude e da inocência das virgens.

“corpo de mulher”. Tal afirmação pode ser corroborada pelo significativo aumento na realização de cirurgias para a colocação de próteses de silicone nos seios (mamoplastias de aumento), que, entre os anos 2000 e 2008, por exemplo, tiveram um crescimento em torno dos 45%.²⁹

Nas piadas, a loira é representada como uma mulher burra e “fácil” – uma versão exagerada desse *conflito entre a aparência de inocência e a sensualidade maliciosa*, de que fala Warner – e também como uma mulher sexualmente atraente. Frequentemente, está qualificada e descrita como uma mulher “gostosa”, conforme mostramos com base nas piadas *Enviando uma circular e Fatura e duplicata*, na sessão 2.3 deste trabalho. Na sessão 2.5.3, iremos aprofundar as análises de piadas que veiculem esse tipo de representação e identificar os *ethes* que se impõem nesses textos. Por ora, compreendamos a que se referem as noções de *ethos* e de *cenografia*.

2.5.2 Ethos e cenografia

A noção de *ethos* remonta à Antiguidade Clássica. Juntamente com o *logos* e o *pathos*, o *ethos* fazia parte dos *meios de prova* propostos por Aristóteles em sua *Retórica*. A prova pelo *ethos*, explica Declercq (*apud* MAINGUENEAU, 2006a, p. 53) mobiliza

tudo o que, na enunciação discursiva, contribui para emitir uma imagem do orador destinada ao auditório. Tom de voz, modulação da fala, escolha das palavras e dos argumentos, gestos, mímicas, olhar, postura, adornos, etc. são outros tantos signos, elocutórios e oratórios, vestimentais e simbólicos, pelos quais o orador dá de si mesmo uma imagem psicológica e sociológica.

O que se pretendia, com isso, era causar uma boa impressão, transmitir uma boa imagem de si. Essa boa imagem dependia de três qualidades fundamentais, todas relacionadas à confiança que o orador pretendia conquistar de seu auditório: a prudência (*phronesis*), a virtude (*aretè*) e a benevolência (*eunoia*). Desse modo, o *ethos*, para

²⁹ Os dados são da *Sociedade Americana de Cirurgia Plástica* e estão disponíveis em: <http://www.plasticsurgery.org/Media/stats/2008-US-cosmetic-reconstructive-plastic-surgery-minimally-invasive-statistics.pdf>. Acesso em: 28 set. 2009.

Aristóteles, era concebido como *a imagem de si que o orador constrói, em seu discurso, com o objetivo de conquistar a adesão do auditório.*

No quadro da análise do discurso, é Maingueneau (1984:2005a; 1998:2008; 1999:2005b; 2006a; 2006b) quem propõe uma reformulação da noção de ethos. Na perspectiva do autor, tal noção vai além da persuasão pelos argumentos, uma vez que permite refletir sobre *o processo mais geral da adesão dos sujeitos a um certo posicionamento.* Entretanto, o autor aceita alguns pressupostos da *Retórica* de Aristóteles a respeito da noção de ethos, a saber:

- i) Trata-se de uma noção *discursiva*, ou seja, constitui-se *por meio do discurso*;
- ii) Está intrinsecamente ligada a um *processo interativo de influência sobre o outro*;
- iii) É uma noção *sociodiscursiva*, já que um comportamento socialmente avaliado *não pode ser apreendido fora de uma situação de comunicação precisa*, que, por sua vez, também *está integrada a uma dada conjuntura sócio-histórica.*

Uma das principais diferenças entre a proposta de Aristóteles e a de D. Maingueneau é que, para este autor, além de um *ethos discursivo* haveria também um *ethos pré-discursivo*. Por *ethos pré-discursivo* (ou *ethos prévio*) Maingueneau designa *as representações do ethos do enunciatador que o público constrói antes mesmo de o enunciatador começar a falar.* Nesse sentido, o autor faz uma interessante observação: o fato de um texto estar relacionado *a um dado gênero discursivo* ou *a um determinado posicionamento ideológico* induz expectativas no que diz respeito ao ethos.

A reformulação proposta por Maingueneau, entretanto, vai além da distinção entre *ethos pré-discursivo* e *ethos discursivo*. Para ele, o ethos de um discurso

resulta de uma interação de diversos fatores: o ethos pré-discursivo, o ethos discursivo (*ethos mostrado*), mas também os fragmentos do texto em que o enunciatador evoca sua própria enunciação (*ethos dito*), diretamente (“é um amigo que vos fala”) ou indiretamente, por exemplo, por meio de metáforas ou alusões de outras cenas de fala. A distinção entre *ethos dito* e *ethos mostrado* se inscreve nas extremidades de uma linha contínua, pois é impossível definir uma fronteira nítida entre o “dito” sugerido e o “mostrado”. O *ethos efetivo*, aquele que é

construído por um dado destinatário, resulta da interação dessas diversas instâncias, cujo peso respectivo varia de acordo com os gêneros do discurso (MAINGUENEAU, 2006b, p. 270).

Se o ethos retórico estava intrinsecamente associado à *oralidade*, o mesmo não acontece com a concepção de ethos no quadro da AD. Conforme enfatiza Maingueneau (ibid., p. 271), tal noção permite *articular corpo e discurso*: “todo texto escrito, ainda que a negue, possui uma *vocalidade* específica que permite remetê-lo a uma caracterização do corpo do enunciador (e não, está claro, do corpo do locutor extradiscursivo), a um *fiador* que, por meio de seu *tom*, atesta o que é dito”. Além da dimensão verbal, portanto, o ethos abrange também a *corporalidade e o caráter atribuídos ao fiador pelas representações coletivas*. Detenhamos-nos em cada uma dessas noções.

Por *fiador*, Maingueneau entende “uma imagem construída pelo co-enunciador com base em indícios textuais de diversas ordens” (2006a, p. 62). Em outras palavras, o fiador não é necessariamente o enunciador efetivo, mas aquele que se revela no discurso. A ele são atribuídos um caráter e uma corporalidade. *Caráter* refere-se ao conjunto de traços psicológicos e *corporalidade* a uma compleição física e a uma maneira de se vestir e de se movimentar no espaço social. Finalmente, por *tom* Maingueneau entende aquilo que Bakhtin (1929) designava por *voz*:

Bakhtin havia já insistido sobre o “papel excepcional do tom..., o aspecto menos estudado da vida verbal”, ligado à “relação do locutor com a pessoa de seu parceiro”. Hoje, é uma dimensão que suscita muito interesse, através da reflexão sobre “voz”, a “oralidade”, o “ritmo”, e, para além disso, sobre o próprio corpo. (...) através de seus enunciados, o discurso produz um espaço onde se desdobra uma “voz” que lhe é própria. Não se trata de fazer falar um texto mudo, mas de identificar particularidades da voz que sua semântica impõe (MAINGUENEAU, 1984:2005a, p. 95).

Temos agora subsídios para compreender melhor a noção discursiva de ethos. Com base nela é possível explicar a adesão do leitor/ouvinte por meio de uma *maneira de dizer* (ou seja, que está relacionada ao *tom*) que também é uma *maneira de ser* (isto é, que está relacionada ao *caráter* e a *corporalidade*). Assim, por meio de indícios textuais, apreende-se o *tom* que, por sua vez, supõe um *caráter* e um *corpo*: um texto que tenha, por

exemplo, um *tom* “comemorativo” supõe um *caráter* “otimista” e um *corpo* “alegre”, “animado”.

A essa maneira pela qual o leitor/ouvinte apropria-se de um determinado ethos, Maingueneau designou *incorporação*. Ela vai além de uma simples identificação com um *fiador*, conforme observa o autor, que explica que a incorporação *implica um mundo ético do qual o fiador participa e dá acesso*: “Esse ‘mundo ético’ ativado através da leitura subsume certo número de situações estereotípicas associadas a comportamentos: a publicidade contemporânea se baseia amplamente nesses estereótipos” (2006b, p. 272), esclarece. E cita como exemplos o mundo ético do funcionário dinâmico, dos vaidosos e dos astros de cinema. Desta forma, conclui, busca-se “atestar o que é dito convocando o co-enunciador a se identificar com uma dada determinação de um corpo em movimento, corpo esse apreendido em seu ambiente social” (ibid., p. 273-274).

Por meio do ethos, defende Maingueneau, o leitor/ouvinte “*está convocado a um lugar, inscrito na cena de enunciação que o texto implica*” (2006a, p. 67, grifos nossos). Um estudo sobre a relação existente entre o ethos e as cenas de enunciação será apresentado na sessão subsequente. Por ora, nosso objetivo é compreender por que o autor opta pela noção de *cenas de enunciação* e o que ela designa.

Por *cena de enunciação* ou, mais especificamente, por *cenografia*, o autor entende *um quadro e um processo*: “-grafia é um processo de inscrição legitimante que traça um círculo: o discurso implica um enunciador e um co-enunciador, um lugar e um momento da enunciação que valida a própria instância que permite sua existência” (ibid., p. 47). Desse modo, para o autor, *a situação de enunciação não é um simples quadro empírico*: ela se constrói *como cenografia* por meio da enunciação. A *cenografia* juntamente com a *cena englobante* e com a *cena genérica* compõe o que o autor chama de *cenas de enunciação*. Vejamos cada uma delas.

A *cena englobante* corresponde ao *tipo de discurso*, que pode ser religioso, publicitário, filosófico, pedagógico, político, entre outros. É preciso situar um texto em uma cena englobante para poder interpretá-lo, pois ela define *a situação dos parceiros e um certo quadro espaço-temporal*. Maingueneau (1998:2008, p. 86) cita um bom exemplo nesse sentido, ao observar que, antigamente, não existia cena englobante especificamente

política em muitas sociedades. Assim sendo, enfatiza que não se pode falar de cena administrativa, religiosa, literária, publicitária, etc..., para qualquer sociedade e em qualquer época.

No que diz respeito à *cena genérica*, ela corresponde ao *gênero de discurso*. Sua importância está principalmente na *definição de papéis*. Assim, por exemplo, para o gênero *aula*, os papéis envolvidos são o de professor e o de aluno; para o gênero *consulta médica*, o de paciente e o de médico, e assim por diante... A cena genérica e a cena englobante definem o que Maingueneau (ibid., p. 87) chama de *quadro cênico* do texto. Tal quadro, composto, portanto, pelo *tipo de discurso* e pelo *gênero discursivo*, *define o espaço estável no interior do qual o enunciado adquire sentido*. Entretanto, conforme destaca o autor, não é com o quadro cênico que o leitor/ouvinte se confronta, mas com a *cenografia*.

A *cenografia* é *construída* pelo próprio texto, ou seja, ela *não é imposta pelo gênero*. Nos termos de Maingueneau (2006a, p. 67, grifos nossos), a cenografia “é a cena de fala que o discurso *pressupõe para poder ser enunciado* e que, por sua vez, *deve validar através de sua própria enunciação*”. Com efeito, a exploração de uma cenografia por um discurso tem como propósito convencer o leitor/ouvinte: ela *legitima um enunciado* que, por sua vez, *também deve legitimá-la*.

Maingueneau (1998:2008) apresenta um exemplo bastante ilustrativo. Trata-se de um anúncio publicitário (cena englobante), mais precisamente, do anúncio de um produto para emagrecimento em uma revista feminina (cena genérica). Tal anúncio consiste na conversa telefônica de uma mulher de terninho, que liga do escritório para a amiga (cenografia). Conforme discute o autor, a exploração precisamente dessa cenografia é bastante adequada para convencer o leitor da revista a comprar o referido produto, que seria destinado a mulheres dinâmicas, que trabalham fora, e que se preocupariam com a boa forma.

No caso dos *corpora* de nossa pesquisa, a cena englobante é o *humor* e o gênero é a *piada*. Na sessão subsequente, estudaremos a relação entre o ethos e a cenografia materializada nesses textos. Relembramos que nosso objetivo, com isso, é analisar a imagem da loira que é veiculada socialmente por meio das piadas.

2.5.3 A loira em cena

Um texto não é um conjunto de signos inertes, mas o rastro deixado por um discurso em que a fala é encenada.
(Dominique Maingueneau, “Análise de textos de comunicação”).

(...) Da boazinha do lar à boazuda da rua, são sempre variações em torno de uma figura de mulher inteiramente dependente do homem: ser desejada por ele é a fonte não só de todo seu valor, mas de sua própria sensação de existir.
(Suely Rolnik, “Machos & Fêmeas”).

Nenhuma das piadas de loira citadas ao longo deste trabalho se apresenta como tal, como piada. De um modo geral, elas se apresentam como *diálogo* ou como *adivinha*.³⁰ O quadro abaixo permite visualizar como estão classificadas de acordo com a cenografia explorada:

PIADAS	CENOGRAFIAS
<i>Barbeiro ou engenheiro?</i> <i>Loiras na escola</i> <i>Passando no vestibular</i> <i>Sumiço do cachorro</i> <i>Loira endivida</i> <i>Loira no zoológico</i> <i>Tomando pilula</i> <i>Que reflexo!</i> <i>Enviando uma circular</i> <i>Fatura e duplicata</i> <i>Passeio rotineiro</i>	DIÁLOGO
<i>Por que a loira só transa com anões?</i> <i>Wie nennt man eine Blondine an der Uni?</i> <i>Por que os caixões das loiras têm forma de “y”?</i>	

³⁰ Conforme observa Maingueneau, a função da cenografia é fazer passar as cenas englobante e genérica para o segundo plano. Com relação às piadas de loira que exploram a cenografia da adivinha, uma prova de que essa cenografia acaba realmente ficando em primeiro plano é o título da obra *Duas mil adivinhas do Brasil* (São Paulo: Editora Nova Alexandria, 2000), que, na verdade, é uma coletânea de vários tipos de *piadas* (das quais algumas delas são sobre loiras).

<p><i>Por que as loiras compram capacete?</i> <i>Por que Deus criou as loiras?</i> <i>Por que Deus criou as loiras? (outra versão)</i> <i>Como você sabe que uma loira trabalha em um escritório?</i> <i>Por que as loiras têm orgasmos?</i> <i>Qual é a diferença entre uma loira e um mosquito?</i> <i>Como você sabe que uma loira mexeu na sua geladeira?</i> <i>Qual é a diferença entre uma loira e um rapaz?</i></p>	<p>ADIVINHA</p>
--	-----------------

Sabendo-se que a cenografia visa legitimar um enunciado – que também deve legitimá-la –, é bastante relevante o fato de as piadas de loira valerem-se principalmente das duas cenografias em questão. Antes de passarmos às suas análises, façamos inicialmente algumas considerações a respeito do gênero *adivinha*.

A adivinha, como se sabe, é uma pergunta que propõe uma espécie de “enigma” a ser desvendado. A resposta, de uma certa forma, está contida na pergunta, mas sempre de modo velado. Além disso, é comum, embora não constitua uma regra, que o texto de uma adivinha comece com “O que é? O que é?”. Um exemplo certamente muito conhecido é esse:

O que é? O que é? O que cai em pé e corre deitado?

Resposta: a chuva.

Para solucionar uma adivinha, o leitor/ouvinte precisa tentar estabelecer relações linguísticas e/ou pragmáticas com base na pergunta que propõe o enigma. Assim, para resolver uma adivinha como *Qual é o bicho que anda com as patas?*, é preciso perceber que “patas” tem outro sentido nessa pergunta, ou seja, que não se está referindo aos membros de um animal – até porque ficaria impossível solucionar o enigma, já que há diversos bichos que utilizam as “mãos” e/ou os “pés” para andar. Realmente, o leitor/ouvinte só consegue adivinhar a resposta se ele for capaz de inferir que “patas” refere-se às aves aquáticas: assim, o bicho que “anda” com essas aves, que anda com as patas, é o pato! Além disso, é preciso que perceba que “anda” também pode ter outros

sentidos. Com efeito, não se está referindo ao ato de caminhar e, sim, ao fato de ser acompanhado por alguém (como em “Detesto sair sozinho e, por isso, ando sempre com meus amigos”).

Isso posto, analisemos a adivinha enquanto cenografia explorada pelas piadas de loira. Para isso, consideremos o seguinte exemplo:

Qual é a diferença entre a loira e a pizza?

A pizza só dá, no máximo, para oito pessoas.

A pergunta leva o leitor/ouvinte a tentar estabelecer algum tipo de comparação entre a loira e a pizza para encontrar a resposta. A solução, porém, baseia-se no estereótipo segundo o qual a loira seria extremamente promíscua (daí que ela “*daria*” para mais de oito pessoas). Essa inferência a um estereótipo – bem como o exagero ao inferir que a loira teria relações com mais de oito pessoas – são evidências de que o gênero em questão não é a adivinha e, sim, a piada (para uma melhor caracterização deste gênero, ver capítulo 1). É, portanto, com base na exploração de um *ethos pré-discursivo da loira* que essa piada funciona.

É interessante notar que, ao apresentar a piada de loira como uma adivinha, é como se o estereótipo deixasse de ser tratado como tal. Ou seja, é como se, realmente, uma característica da loira fosse ser sexualmente disponível, assim como uma característica do pato é estar na companhia das patas, ou da chuva é cair em pé e correr deitado... Em outras palavras, na piada em questão, a cenografia de adivinha faz emergir o *ethos pré-discursivo de mulher “fácil”*, para confirmá-lo. Como afirma Maingueneau:

(...) a cenografia não é simplesmente um quadro, um cenário, como se o discurso aparecesse inesperadamente no interior de um espaço já construído e independente dele: é a enunciação que, ao se desenvolver, esforça-se para construir progressivamente o seu próprio dispositivo de fala. (MAINGUENEAU, 1998:2008, p. 87)

Com efeito, as cenografias das quais as piadas de loira se valem legitimam o enunciado dessas piadas, que, por sua vez, também legitimam essas cenografias.³¹ Assim, no que diz respeito às cenografias de adivinha e de diálogo, a burrice e a disponibilidade sexual da loira são apresentadas, respectivamente, como características que se *adivinham* na loira e como características que se *mostram* nessa mulher, *por meio de sua fala*.

Vejamos agora um exemplo de piada que explora a cenografia de diálogo:

Abrindo a garrafa

A loira estava tentando abrir a tampa da Coca-Cola e não conseguia. “Que inferno!”. O dono do bar, vendo a dificuldade da loira, resolveu ajudar: “Você tem que torcer”.

E a loira, batendo palmas: “Tam-pi-nha! Tam-pi-nha!”.

A confusão que a loira faz decorre de uma questão sintática e lexical. Na fala do dono do bar, o complemento de “torcer”, mesmo apagado, é “a tampinha” (“tem que torcer a tampinha”). A loira, porém, entende que o complemento é “pela tampinha” (ou “para a tampinha”). Em outras palavras, ela não interpreta “torcer” como “desenroscar” e, sim, como “incentivar”. A fala da loira, portanto, mostra como ela é burra. Afinal, ela realmente acredita que tem que torcer para a tampinha, que tem que torcer pelo seu sucesso. De fato, o tom de sua fala é o de uma torcedora, ou seja, é um tom *animado*: ela evoca repetidamente a tampinha, num ritmo pausado, típico de torcida, para incentivá-la: “Tam-pi-nha! Tam-pi-nha!”. Além disso, bate palmas. Assim, com base nessa corporalidade e nesse tom, depreende-se um ethos *empenhado, comprometido*. Ora, a loira apresenta-se como alguém empenhada, comprometida em torcer para uma tampa, acreditando que, com isso, vai conseguir abrir a garrafa de refrigerante! Daí que o fiador desse discurso mostra – com base em um único turno de fala da loira – como ela é burra.

³¹ Ressaltamos que tal afirmação vale para qualquer que seja a cenografia explorada pela piada de loira, não apenas para as de diálogo e de adivinha.

Ainda com relação às piadas que exploram a cenografia de diálogo, é interessante observar que frequentemente é apresentada uma descrição da loira:

Loira doadora

Em um prédio do centro da cidade, o sujeito entra no elevador e se depara com uma loira deliciosa, de minissaia e seios enormes pulando pra fora do decote. Muito solícita, ela se antecipa e puxa assunto:

- Eu estou indo para o quarto andar.

- É mesmo?

- Eu vou fazer uma doação de sangue. Todo mês eu faço e ganho 20 reais por doação.

- Pois eu estou indo para o quinto andar fazer uma doação de esperma. Faço toda semana e ganho 100 reais por doação.

A loira fica admirada e o elevador chega ao quarto andar.

- Bom, então vou ter que ir. Até qualquer dia!

O sujeito, inspirado para fazer a doação de esperma, segue o seu caminho.

Depois de uma semana, os dois se encontram no elevador novamente. E ele:

- Quarto andar, como sempre, não é?

A moça, de boca cheia, abana a cabeça em sinal de negativa e sinaliza o número 5 com a mão.

O leitor/ouvinte, ao acompanhar os “diálogos” entre a loira e o desconhecido, constrói uma imagem a respeito dela. Por meio de sua *corporalidade*, de seu *caráter* e de seu *tom*, emerge o ethos (mostrado) de *mulher “fácil”*: ela se veste sensualmente, toma a iniciativa de puxar papo com o homem – o que faz num tom *muito solícito* – e, para conseguir o que quer (mais dinheiro), pratica sexo oral como forma de obter o esperma que irá vender – além de escolher um “método” absurdo para colher e transportar o material até o local a ser doado, o que a caracteriza como estúpida... Além do ethos mostrado, o que

interessa aqui é ressaltar a forma como a loira é descrita: “uma loira deliciosa, de minissaia e seios enormes pulando pra fora do decote”. Descrições como essa podem ser consideradas uma regularidade nas piadas de loira. Eis outro exemplo:

O espelho mágico

Existia um espelho mágico que não suportava mentira. Ele fazia com que uma pessoa desaparecesse se falasse alguma mentira na sua frente. Certa vez, uma ruiva linda, maravilhosa, perfeita até demais, foi até ele e disse: “Espelho, eu andei pensando, eu acho que sou a mulher mais linda do mundo...” Puft... Desapareceu. No outro dia, uma morena sarada, com um corpo escultural, perfeita até virando do avesso, foi até o espelho e disse: “Espelho, eu andei pensando, eu acho que sou a mulher mais linda do mundo...” Puft... Desapareceu. Um dia depois, uma loira peituda, bundinha sarada, olhos azuis, perfeita de tudo, um tesão de mulher, chegou para o espelho e disse: “Espelho, eu andei pensando...” Puft... Desapareceu.

Nessa piada, embora a beleza física das moças esteja posta em relevo, apenas com relação à loira há uma descrição detalhada do corpo: “peituda, bundinha sarada, olhos azuis, perfeita de tudo, um tesão de mulher”. Piadas como *O espelho mágico* e *Loira doadora* exploram descrições exageradas do corpo da loira, sempre relacionadas a sexo. Realmente, são muito comuns piadas que veiculam descrições cuja ênfase esteja em um corpo sexualmente atraente (mostramos, na sessão 2.3, que a loira é frequentemente descrita como “gostosa”). É por meio de descrições como essa que *o fiador constrói o ethos da loira*. Esse *ethos dito de loira “gostosa”* parece constituir-se como mais um indício de que o enunciador, ou melhor, de que *o fiador dessas piadas é machista*.

Com efeito, esse fiador procura garantir que a loira (que é o ideal de beleza feminina em muitos países) é uma mulher extremamente preocupada com a aparência

(coloca silicone³², veste-se com roupas sensuais, está sempre em forma, etc...) e que essa preocupação teria *como finalidade (única) atrair o sexo oposto*. Em outras palavras, *a preocupação com a beleza* é traduzida pelo discurso machista, sempre sob a forma de um simulacro (MAINGUENEAU, 1984:2005a), como *um investimento para conquistar o homem*. Daí que o corpo da loira seja frequentemente descrito segundo características sexualmente atrativas. Nesse sentido, Nolasco (1995, p. 131) observa que: “Para a grande maioria dos homens, a mulher ainda se apresenta como aquela que deve ser desejada porque em algum nível, no plano da cultura do Ocidente, atende aos apelos de beleza”. A piada abaixo parece explicitar tal conclusão:

Estranha fantasia

A loiraça linda e maravilhosa tinha uma fantasia bem extravagante: era doidinha pra trepar com o Papai Noel. Na noite de Natal, vestiu a sua camisola mais sexy, encheu-se de perfume e sentou-se ao lado da lareira para esperar o bom velhinho. Por volta das duas da madrugada, lá vem o bom velhinho descendo pela chaminé. Assim que ele põe os pés no chão, ela corre para abraçá-lo e sussurra em seu ouvido:

- Papai Noel, passa a noite comigo?

- Ho... ho... ho... - fez ele. Infelizmente não posso! Tenho um monte de presentes para entregar.

Então, ela tira a camisola e fica só de calcinha.

- Ah! Passa vai...

- Infelizmente, não vai dar! - responde o Papai Noel, suspirando.

Aí ela tira a calcinha...

- Ah! Passa vai...

³² Além de “peituda”, a loira é frequentemente descrita, nas piadas, como “siliconada”. É o caso, por exemplo, da piada *Fatura e duplicata*, citada na sessão 2.3: *O chefe do escritório de contabilidade vai falar com a nova contratada, que tinha sido indicada por um alto diretor da empresa como sendo muito “prendada”. Ao encontrar a moça, ele até fica assustado. É uma loira estonteante, siliconada, corpo escultural, olhos verdes, bronzeada... ou seja, toda prendada! Refeito do susto e começando a dar as instruções, ele fala: “Suponho que a senhorita saiba o que é fatura e o que é duplicata. Estou certo?”. E ela responde: “Mas é claro que sei. Fatura é o que acontece quando a gente quebra a perna e duplicata é quando quebra as duas!”.*

O Papai Noel coça a cabeça, pensa um pouquinho e responde:

- Passar a noite não vai dar... mas pelo menos me faz um boquete porque senão eu não consigo passar pela chaminé...

Em *Estranha fantasia*, o fiador apresenta a loira como uma mulher *sensual, decidida e liberada*. Afinal, para realizar uma fantasia, ela investe na sensualidade e faz de tudo (implora, faz *strip-tease*) para seduzir o objeto de seu desejo. De fato, a piada em questão constrói uma corporalidade que gira em torno da fantasia sexual que a loira tem com o Papai Noel: ela veste a sua camisola mais *sexy*, perfuma-se e, assim que ele chega, abraça-o e sussurra o convite em seu ouvido, num tom *provocador*. Como ele se recusa a passar a noite com ela, começa a tirar a lingerie e fica nua na frente dele. À medida que esse pedido vai sendo repetido, “Ah! Passa, vai...”, – e que a loira vai tirando a lingerie numa tentativa de convencê-lo a aceitar seu convite – sua fala adquire um tom que se pode classificar como *suplicante*. O que a análise dessa piada evidencia, portanto, é um corpo (discursivo) que se *apresenta*, que se *expõe*, que se *dispõe* sexualmente para o homem. Em outras palavras, é a mulher preocupada em ser bela e *sexy* para atrair o sexo oposto.

Ainda no que se refere à imagem da loira que circula por meio das piadas, a noção de ethos oferece subsídios para uma compreensão acerca do fato de as piadas de loira, de um modo geral, costumarem causar uma certa repulsa em determinados leitores/ouvintes. A título de exemplo, pode-se citar as dezenas de comunidades existentes na rede social virtual *Orkut*, que têm como objetivo “protestar” contra essas piadas. Os nomes das comunidades já sugerem a aversão que esse material causa: *Piadas de loiras, fala sério!*; *Piadas de loira ninguém merece*; *Fora piada de loira*; *Sou contra as piadas de loira*; *Eu odeio piadas de loira*, e por aí vai...

O principal argumento apontado por quem critica tais piadas – as *loiras* são a maioria – é que essas piadas fazem circular uma imagem que associa esse tipo de mulher à falta de inteligência. A descrição da comunidade *Odeio piadas de loira* é bastante ilustrativa nesse sentido:

*Essa comunidade é para você que também é loira, e acha totalmente sem graça as piadinhas velhas e repetitivas de loira, pois não podemos julgar ninguém pela cor do cabelo, não é verdade? Então venha participar dessa comunidade e mostrar o quanto somos inteligentes!!!*³³

Entretanto, mostraremos que o motivo para não gostar dessas piadas vai além da imagem de “loira burra”. E que, na verdade, qualquer tipo de mulher – não somente a loira – pode não se simpatizar muito com as piadas de loira. Para isso, partiremos da noção de ethos, tal como proposta por Maingueneau, para quem o ethos discursivo permite uma compreensão sobre *o processo mais geral da adesão dos sujeitos a um certo posicionamento*. Mais precisamente, é com base na noção de *incorporação* que se pode entender *como e por que* as piadas de loira desagradam a determinados co-enunciadores.

Conforme explicamos na sessão anterior, *incorporação* é a maneira como o co-enunciador, na posição de leitor ou ouvinte, apropria-se de um ethos. Para isso, é preciso que ele *se identifique com uma dada determinação de um corpo em movimento*, como bem observa Maingueneau, que ressalta ainda que, para que possa exercer o poder de persuasão, *o ethos deve estar afinado com a conjuntura ideológica*. Assim, para o exemplo que analisa (sobre a propaganda de um produto para emagrecimento em uma revista feminina, cf. a sessão 2.5.3 deste trabalho), Maingueneau conclui que “é preciso que as mulheres dinâmicas sejam um estereótipo ‘estimulante’ para que o processo de ‘incorporação’ permita uma identificação das leitoras com esse tipo de fiador” (1998:2008, p. 100). Deste modo, parafraseando essa conclusão, com relação às piadas de loira, é preciso que *a mulher muito promíscua e “gostosa”* seja um estereótipo “estimulante” para que o processo de incorporação permita uma identificação daquela que ouve/lê essas piadas com o fiador machista. Entretanto, como pertencem a posicionamentos que estão numa relação de oposição entre si (posicionamento feminino/feminista *versus* posicionamento machista),³⁴ tal incorporação evidentemente não ocorre. Como envolve o posicionamento feminista, a

³³ Disponível em: <http://www.orkut.com.br/Main#Community?cmm=3542070>. Acesso: out. 2009. Os destaques em negrito são nossos.

³⁴ Um estudo sobre o posicionamento feminista será apresentado no capítulo 3.

não-identificação com as piadas de loira, na realidade, pode dar-se com *qualquer mulher*, seja ela loira ou não.

Com efeito, ao contrário do que acontece com o discurso publicitário (é a respeito dessa cena englobante que se dá a análise do autor que citamos acima), em textos humorísticos os estereótipos nunca são “estimulantes” – além disso, também não há nenhuma preocupação em convencer ninguém. Desse modo, mesmo que a leitora/ouvinte das piadas de loira nem desconfie que o discurso pertença a um posicionamento machista, seja baseado em simulacros etc., ela pode não gostar das piadas porque percebe que os estereótipos veiculados são negativos. “Loira burra” é, na verdade, apenas um dos estereótipos. Algumas piadas podem não agradar porque veiculam a imagem da mulher “fácil”, por exemplo.

Além de explicar porque as piadas de loira desagradam a alguns co-enunciadores, as análises com base na noção discursiva de ethos foram de fundamental importância no que diz respeito à compreensão de *como* o fiador constrói a imagem da loira que circula socialmente por meio das piadas. De fato, a análise dos *ethe* e das cenografias materializados nesses textos apontaram para *um modo de enunciação característico do discurso machista*.

A imagem da loira principalmente como uma mulher “fácil” e “gostosa” explicou também porque esse tipo de mulher foi escolhido como o “alvo” das piadas. Como vimos na sessão 2.5.1, a loira é considerada socialmente como um símbolo de beleza e de sensualidade. Na sessão 2.5.3, com base nas análises do ethos pré-discursivo, do ethos mostrado e, principalmente, do ethos dito, foi possível depreender que a caracterização da loira nas piadas evidenciava o ethos da *loira “gostosa”*. Tal ethos, por sua vez, foi interpretado como um indício de que *o fiador dessas piadas é machista*. Finalmente, pode-se especular que a preocupação com beleza e com a sensualidade – materializadas na figura da loira – é interpretada pelo posicionamento machista *como uma preocupação em conquistar o sexo oposto*, conforme mostramos.

Como já foram estudadas as *condições históricas de produção do discurso* das piadas de loira, analisadas a *memória discursiva* à que as piadas de loira remetem, investigados os *ethe* da loira que esses textos exploram, bem como os *detalhes cenográficos*

explorados, temos subsídios suficientes para descobrir de quais *estereótipos básicos* os estereótipos de *loira burra* e de *loira “fácil”* são um simulacro. É sobre isso que trataremos na sessão subsequente.

2.6 Tradução de discursos: os estereótipos básicos e os estereótipos opostos

(...) para constituir e preservar sua identidade no espaço discursivo, o discurso não pode haver-se com o Outro como tal, mas somente com o simulacro que constrói dele.
(Dominique Maingueneau, “Gênese dos discursos”).

Defendemos, ao longo deste trabalho, que o enunciador das piadas sobre loiras é machista e que, portanto, ele traduz os enunciados da mulher nas categorias do registro negativo de seu próprio sistema, daí que ela esteja estereotipada nesse material como burra e “fácil”. Nosso objetivo, agora, é compreender melhor como se dá essa tradução. Para isso, recorreremos novamente à teoria proposta por Possenti (2002) para explicar o funcionamento dos estereótipos nas piadas, apresentada na sessão 2.2.2 deste trabalho. Com base nela, pretendemos inicialmente investigar quais são os *estereótipos básicos* dos quais *loira burra* e *loira “fácil”* são um simulacro.

Dessa forma, na sessão subsequente, remeteremos aos pontos da teoria de Possenti que são relevantes à nossa pesquisa. Em seguida, buscaremos identificar quais são os *estereótipos básicos* das piadas de loira, ou seja, quais são os traços identitários que essas piadas põem em questão. Por fim, teremos subsídios suficientes para, na sessão 2.6.2, explicar de forma bem fundamentada como funciona a estereotipia nas piadas de loira.

2.6.1 Os estereótipos básicos

Ainda mais relevante do que explorar a associação entre humor e identidade é, a meu ver, a hipótese de que tal identidade esteja sempre representada nas piadas através de estereótipos.
(Sírio Possenti, “Estereótipos e identidade: o caso nas piadas”).

Conforme propõe Possenti (2002), as piadas funcionam da seguinte forma, no que diz respeito à estereotipia: baseiam-se em um traço que é assumido por uma pessoa ou grupo – o *estereótipo básico* – para veicularem o seu oposto *mais rebaixado possível* – o *estereótipo oposto* ou *simulacro*. O autor mostra como essa estereotipia funciona apresentando como exemplo as piadas de gaúcho. Para isso, inicialmente, identifica qual é o estereótipo do gaúcho que serve de base às piadas.

Para encontrar qual é o estereótipo básico, Possenti *verifica o que é posto em questão pelas piadas de gaúcho* e descobre que é justamente a *gauchice*³⁵. O passo seguinte, então, é *descobrir quais são os traços que constituem o imaginário do gaúcho*. É com base nisso que será possível identificar qual desses traços serve de base às piadas. Para isso, o analista recorre à literatura bem como à imagem do gaúcho que é cultivada nos Centros de Tradições Gaúchas. Deste modo, cita como lugares comuns: que o gaúcho é hospitaleiro, livre, despachado, valente, pouco refinado, come churrasco, toma chimarrão e, sobretudo, é macho e faz alarde de sua macheza. Pois bem. É justamente esse traço, a macheza, que é o estereótipo básico que interessa às piadas. É com base nele – ou melhor, no seu oposto mais rebaixado possível – que as piadas representam o gaúcho “da forma inversa mais direta e picante: ele não será franzino ou medroso, outras tantas formas opostas à macheza, mas homossexual passivo”, como bem observa o analista (2002, p. 161). Portanto, com relação às piadas de gaúcho, o estereótipo básico envolvido é o do *gaúcho macho* e, o estereótipo oposto, do *gaúcho homossexual passivo*. Eis um dos exemplos apresentados pelo autor:

³⁵ O autor observa que há piadas de gaúcho que funcionam de modo diferente, ou seja, que não colocam a *gauchice* em questão. Nelas, o gaúcho é ridicularizado porque é enganado ou porque é grosso ou ignorante, entre outras possibilidades (trata-se, portanto, de piadas que funcionariam com qualquer outro personagem). Entretanto, não são essas piadas que interessam para o analista no artigo em questão.

Um deputado gaúcho teria dito, há algumas décadas, numa sessão da Câmara:

- No Rio Grande do Sul só tem macho!

Ao que um deputado mineiro teria respondido:

- Pois em Minas, metade é homem, metade é mulher, e a gente tem se dado muito bem.

Na piada em questão, o estereótipo básico é posto em funcionamento pelo próprio gaúcho: “No Rio Grande do Sul *só tem macho!*”. A macheza, portanto, é apresentada como sendo um traço de identidade do povo gaúcho. O estereótipo oposto, por sua vez, é colocado em cena pelo Outro, no caso, pelo mineiro, que faz isso por meio de uma representação positiva a respeito de seu povo: o mineiro, ao contrário do gaúcho, gosta de mulher, não de macho!³⁶

Seguindo a proposta de Possenti (2002), passemos agora para o caso das piadas de loira. Relembremos que as análises devem seguir dois passos básicos: i) *verificar o que é posto em questão pelas piadas*; ii) e *descobrir quais são os traços que constituem o seu imaginário, ou seja, quais são os lugares comuns com relação àquilo que está posto em questão*. Contudo, antes disso, vejamos o que se entende por *lugar comum*.

A noção de *lugar comum*³⁷ remete à dialética e à retórica aristotélicas. Conduzindo-nos por uma viagem no tempo a fim de conhecer alguns sentidos que tal expressão teve ao longo dos séculos, Amossy & Pierrot (2001) lembram que, para Aristóteles, “lugar comum” era entendido como “categorias formales de argumentos que tienen un alcance general, como lo posible y lo imposible, lo más y lo menos, los contrarios (...), lo universal y lo particular” (p. 19). Durante a Idade Média, o termo foi concebido como *reservorio de tipos*; no Renascimento, podia ter pelo menos três sentidos diferentes:

³⁶ O estereótipo oposto de *gaúcho homossexual passivo* está mais explícito nesse outro exemplo também citado por Possenti (2002): *Vinham dois gaúchos montados em um cavalo. De repente, o cavalo para bruscamente e o gaúcho da frente cai em posição meio duvidosa. O gaúcho que fica em cima do cavalo pergunta: “E aí, tchê, te doeu?”. E o outro: “Não, tchê, te dou eu, que já tô de quatro”*.

³⁷ “Lugar comum” também é chamado de “tópos” (plural, “topoi”), palavra emprestada do grego e que corresponde ao latim “locus communis”.

um que equivalia “lugar comum” às máximas, outro que se referia aos títulos dos capítulos ou mesmo às compilações e um terceiro, que o concebia como o lugar da argumentação.

Provavelmente, foi a partir do século XVII que a noção adquiriu o sentido de “expressão banal”, “trivial”, que tem até os dias de hoje. As autoras observam que tal sentido pode ser encontrado em *O Misanthropo*, de Molière (1666) e citam o seguinte trecho da cena IV do segundo ato:

*Para atacar su silencio absurdo y obcecado,
A todos los lugares comunes recurre en vano;
Hablar del tiempo, de la lluvia, del calor o el frío,
Recursos que con ella se extinguen en un suspiro.*

Entretanto, Amossy & Pierrot ressaltam que “el valor peyorativo de los lugares comunes se vuelve predominante em el siglo XVIII” (op. cit., p. 22). No século XIX, os lugares comuns estão relacionados principalmente à conversação, “que se transforma en el campo de ejercicio, por excelencia, de lo opinable” (idem, ibidem). Como exemplo, citam as novelas de Stendhal, Balzac e Flaubert. Nessa época, conforme as autoras explicam com base em uma citação de Gourmont (1900), o lugar comum era descrito como uma banalidade, mas “tan universalmente aceptada que toma el nombre de verdad” (ibid., p. 24). Por fim, Amossy & Pierrot observam que, no século XX, os lugares comuns voltam a adquirir valor para os sociólogos e para os linguistas: para os primeiros, por causa do interesse no que diz respeito à opinião das maiorias e, para os segundos, pelo interesse na formas de argumentação.

O *Diccionario de Análise do Discurso* define *lugar comum* como uma das formas adotadas pela doxa – assim como os estereótipos e os clichês.³⁸ Por *doxa*, entende-se

38 Por essa razão, clichê e lugar comum são considerados por muitos autores como sinônimos. Neste trabalho procuramos diferenciar essas noções, reservando ao clichê uma preocupação maior com a forma, como é possível depreender da citação de Riffaterre, para quem o clichê é “uma figura de estilo ‘lexicalmente plena’, em que qualquer substituição e adição de termos, qualquer mudança na ordem das palavras, destrói o clichê como tal” (apud CHARAUDEAU & MAINGUENEAU, 2004:2006, p. 214), cf. a sessão 2.3 deste trabalho.

a opinião, a reputação, o que dizemos das coisas ou das pessoas. A doxa corresponde ao **sentido comum**, isto é, a um conjunto de representações socialmente predominantes, cuja verdade é incerta, tomadas, mais frequentemente, na sua formulação linguística corrente (CHARAUDEAU & MAINGUENEAU, 2004:2006, p. 216, destaques dos autores).

Com base nessa definição de *lugar comum*, iniciemos, pois, nossas análises. A pergunta inicial que fazemos, portanto, é: *o que as piadas de loira põem em questão?* Vimos, no exemplo analisado por Possenti (2002), que as piadas sobre gaúchos colocam a gauchice em questão. Analogamente, as piadas de loira colocariam a *loirice* em questão? Para responder a essa pergunta é necessário recorrer ao segundo passo proposto por Possenti: *descobrir quais são os lugares comuns*, no caso, sobre a loira. Nesse sentido, as considerações esboçadas a respeito da imagem da loira que circula socialmente (sessão 2.5.1) podem oferecer boas pistas. De fato, os lugares comuns considerados na referida sessão foram que a loira é uma mulher bonita e sensual. Verifiquemos, pois, se as piadas os colocam em questão:

i) A loira é uma mulher bonita

Loira bronzeada

Uma loira maravilhosa está deitada na praia, com um bronzeado espetacular, que chama a atenção de todo mundo que passa. Uma mulher, invejando o bronzeado da loira, resolve abordá-la: “Por favor, qual o seu protetor?”. E a loira: “São Judas Tadeu”.

A beleza da loira não é posta em questão pela piada. Pelo contrário. Ela é reafirmada: a loira é uma mulher qualificada como “maravilhosa” e dona de um bronzeado invejável. O que é posto em questão, contudo, é sua inteligência: como ocorre na grande

De fato, Gourmont (apud Amossy & Pierrot, 2001, p. 16) assim distingue o clichê do lugar comum: o primeiro “representa la materialidad de la frase” e, o segundo, “la trivialidad de la ideia”.

maioria das piadas em que é estereotipada como burra (cf. sessão 1.2), a loira ignora a situação de enunciação: no caso dessa piada, apesar de estar em uma praia tomando sol, ela interpreta “protetor”, na fala da mulher, como “protetor espiritual” e não como “protetor solar”, que seria o esperado...

ii) *A loira é uma mulher sensual:*

Casando com a loira

O sujeito era apaixonado por uma loira muito gostosa e bonita. A moça era boa mesmo. Tão boa que já havia feito fotos para as revistas Playboy e Sexy. O cara já havia pedido sua mão em casamento várias vezes, mas ela não queria. Sempre dizia a ele que só iria se casar com um príncipe que fosse milionário e que a levasse para morar em Paris. O cara era duro, não tinha carro nem grana, mas tinha fixação na loira. Um dia ele teve uma ideia e, com uma única frase, convenceu a loira a se casar com ele:

- Você está grávida! – disse o apaixonado. A loira, desolada, ainda tentou evitar o casamento:

- Você tem certeza que o filho é meu?

Embora a característica que por ora nos interessa seja a sensualidade, destaque-se que também nessa piada a loira é descrita como “bonita”. Bonita e sexualmente atraente: é “muito gostosa” e fez fotos para a *Playboy* e a *Sexy* (revistas masculinas). Está também qualificada como “boa” (o sentido de “boa”, aqui, evidentemente não tem a ver com bondade, mas com atração sexual, ou seja, equivale a “gostosa”). Como em *Loira bronzeada*, o que é posto em questão em *Casando com a loira* também é a inteligência dessa mulher, como se pode depreender com base no gatilho “Você tem certeza que o filho é meu?”, que não requer maiores explicações.

Dando continuidade à nossa investigação, recorreremos novamente ao cinema hollywoodiano, mais especificamente, a uma das produções cinematográficas mais

representativas que se tem atualmente sobre as loiras, buscando, com isso, identificar outros lugares comuns sobre essas mulheres.

O filme *Legalmente loira*³⁹ (*Legally blonde*, 2001), protagonizado por Reese Witherspoon, narra a história de Elle Woods, uma loira jovem, bonita e muito rica, que é presidente de uma espécie de irmandade de patricinhas (garotas que usam roupas da moda, preferencialmente de grifes, esforçam-se para manter o corpo sempre em forma, andam geralmente em grupos, etc...). Formada em Moda, Elle decide cursar Direito em Harvard, não porque tenha algum interesse pela área, mas para tentar reconquistar o ex-namorado que vai estudar na referida instituição. Com base nesse filme, vejamos, então, quais são outros lugares comuns sobre a loira, lembrando que nosso objetivo é verificar se as piadas de loira os põem em questão ou os reafirmam:

iii) A loira é uma mulher vaidosa

Como dissemos, Elle lidera uma irmandade de patricinhas, cuja preocupação única e exclusiva das garotas-membro é com a aparência: elas vivem impecavelmente vestidas, retocando constantemente a maquiagem e fazendo as unhas e os cabelos com uma frequência absurda. Evidentemente, também Elle é apresentada como uma contumaz frequentadora de salões de beleza. Tanto é que, quando começa a se preparar para os exames de admissão de Harvard, leva livros para ler enquanto está arrumando os cabelos. Nesse período, também não descuida da boa forma: estuda ao mesmo tempo em que faz seus exercícios aeróbicos.

Já na universidade, os vestidos predominantemente cor-de-rosa de Elle destoam das vestes sóbrias dos futuros advogados. Os cabelos sempre impecáveis, as unhas bem feitas, as roupas sempre combinando com os muito acessórios (óculos de sol, brincos, anéis, bolsas, sapatos, etc...) – além do fato de quase sempre andar com o cachorrinho de estimação a tiracolo –, fazem a imagem da loira confundir-se com a de uma boneca (qualquer semelhança com a Barbie não é mera coincidência...).

³⁹ Tal produção fez tanto sucesso que já foram propostas duas continuações: *Legalmente loira 2* (*Legally blonde 2: red, white & blonde*, 2003) e *Legalmente loira 3* (*Legally blondes*, 2009).

Com relação às piadas, elas assim exploram esse lugar comum:

Loira no avião

No avião, a loira reclama à aeromoça:

- Eu não posso sentar naquele lugar de jeito nenhum! Quero trocar!

- Mas senhorita, o lugar me parece muito bom! - interrompe a aeromoça.

- Você não entende! Não posso sentar na janela!

- A senhorita tem algum motivo especial? Náuseas? Medo de altura?

- Tenho um problema muito mais grave: eu acabei de voltar do cabeleireiro e se eu sentar na janela vou desmanchar todo o meu penteado!

Na piada, a vaidade da loira fica evidente: ela acabou de sair do salão de beleza e, além disso, recusa-se a sentar na poltrona que lhe foi destinada simplesmente porque não quer desmanchar seu penteado, o que considera um “problema muito mais grave” do que sentir náuseas ou ter medo de altura. Novamente, o que é posto em questão é a inteligência da moça, que não sabe que, em aviões, as janelas são hermeticamente fechadas por conta da pressurização...

iv) A loira é uma mulher fútil

Em *Legalmente loira*, a preocupação excessiva das personagens com a aparência muitas vezes é traduzida como *futilidade*. De fato, foi por considerar Elle fútil que, tão logo seu namorado decidiu estudar em Harvard, optou por terminar o romance com a loira. Além disso, quase todas as demonstrações a respeito dos conhecimentos de Elle estão relacionadas ao que ela sabe sobre beleza e moda – o que, na nossa sociedade, muitas vezes também é traduzido como *futilidade*. Com efeito, apesar de trabalhar como estagiária de Direito, a loira consegue ganhar uma causa nos tribunais não porque sabe interpretar

muito bem as leis a favor de sua cliente, mas porque se vale de alguns de seus conhecimentos sobre moda/beleza que a ajudam a desvendar o crime.⁴⁰

Por meio de um *processo de interincompreensão*⁴¹ (MAINGUENEAU, 1984:2005a) associado ao *exagero*, a preocupação com a vaidade é traduzida muitas vezes como futilidade. Trata-se, portanto, de um *simulacro*⁴², nos termos de Maingueneau (idem). Desse modo, consideraremos apenas a vaidade – e não a futilidade – como um lugar comum. Com efeito, no que diz respeito às piadas de loira, tal tradução também ocorre em algumas piadas, como é o caso de *Loira no avião* (apresentada acima): a preocupação da loira com o penteado é tanta que ela se recusa a sentar na poltrona que lhe foi reservada. Além disso, como dissemos, considera que desmanchar o penteado é um problema muito mais sério do que sentir náuseas ou ter medo de altura.

Mostramos, portanto, que as piadas reafirmam os lugares comuns sobre a loira. Tal constatação reforça as conclusões que fizemos até aqui. De fato, os lugares comuns de que a loira é bonita, sensual e vaidosa são reafirmados pelas piadas que se valem deles para *justificar o comportamento feminino atual*. Afinal, como concluímos, de acordo com o discurso veiculado pelo posicionamento machista, *as mulheres utilizariam a arma da sedução* (daí as piadas reafirmarem que *a loira é bonita, vaidosa e sensual* – e, inclusive, explorarem o ethos de *mulher “gostosa”*, conforme mostramos na sessão 2.5.3) *para conquistar aquilo que os homens conseguiram graças à competência deles*.

Isso posto, perguntamos com Possenti (2002): *o que as piadas de loira põem em questão?* Com base nas análises efetuadas até o momento, acreditamos que *essas piadas põem em questão o comportamento feminino atual*. Mas *em quê consiste esse comportamento?* Para responder a essa pergunta, é preciso *descobrir quais são os lugares*

⁴⁰ Primeiro, Ele descobre que uma das testemunhas mente quando afirma que tem um caso extraconjugal com a acusada: tal testemunha faz uma observação a respeito da marca dos sapatos que Ele está usando e a moça interpreta isso como um indício de que o homem, na verdade, é homossexual, porque só os gays conheceriam bem designers de calçados... Depois, a loira percebe que uma outra testemunha também não está falando a verdade. A testemunha em questão acusava a cliente de Elle pelo crime e defendia que não ouvira os tiros que mataram seu pai porque estava tomando banho e tinha lavado os cabelos no momento do assassinato. A loira, contudo, percebe que a moça fez uma permanente (procedimento químico para encrespar os cabelos) e, como sabe que esse procedimento impede que se lavem os cabelos durante vinte e quatro horas, deduz que a moça está mentindo... A futura advogada então tenta colocar a jovem contra a parede, que facilmente acaba confessando que matou o próprio pai...

⁴¹ Sobre o processo de interincompreensão, ver a sessão 2.2.2 deste trabalho.

⁴² Sobre essa noção ver a sessão 2.2.2 neste trabalho.

comuns, agora, *sobre a mulher atual*. Com base nessa investigação, finalmente, poderemos descobrir quais são os estereótipos básicos envolvidos nas piadas de loira.

Remeteremos ao artigo de Vieira (2005)⁴³ a respeito das mudanças na constituição da identidade feminina para identificar os lugares comuns sobre a mulher contemporânea, que sejam relevantes à nossa análise. Desta forma, como a estereotipia veiculada nas/pelas piadas de loira aponta principalmente para questões relativas ao campo profissional e ao campo sexual (o que o confirmam as condições de produção desses discursos), nos centraremos nessas duas áreas. Ressaltamos que outras questões igualmente importantes, mas não relevantes para os propósitos deste trabalho, são também abordadas no artigo em pauta, como, por exemplo: o papel da tecnologia e da mídia como agentes fragmentadores da identidade da mulher; o discurso do corpo na auto-realização identitária; a construção da identidade feminina na família e também no ensino, entre outros temas.

No que diz respeito à inserção das mulheres no mercado de trabalho, Vieira ressalta a constituição de uma identidade profissional feminina, cuja palavra de ordem deve ser *êxito*:

(...) A mulher contemporânea tem de ser bem-sucedida nas suas atividades profissionais, considerando que tudo na disputa do mercado de trabalho é mais difícil para a mulher do que para o homem, desde a obtenção de emprego até galgar posições hierárquicas superiores que dão destaque profissional.

Desse modo, *ser bem-sucedida* é umas das características identitárias da mulher atual que conseguiu o seu lugar no mercado de trabalho.⁴⁴ Identificado esse traço a respeito

⁴³ Todas as citações de Vieira (2005) a que nos referimos nesta sessão remetem à seguinte referência bibliográfica:

VIEIRA, J. A. 2005. *A identidade da mulher na modernidade*. DELTA, vol.21, São Paulo. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0102-44502005000300012&script=sci_arttext&tlng=en. Acesso: jul. 2008.

⁴⁴ Evidentemente, quando se refere ao sucesso profissional, bem como à independência da mulher contemporânea, a autora não considera que tais conquistas se deram plenamente: “a igualdade salarial tem se mostrado um sonho difícil de ser alcançado”, observa. Além disso, não deixa de considerar os reflexos de uma sociedade que ainda é baseada em valores machistas, como se pode observar, por exemplo, nesse trecho: “Mesmo considerando o sexo feminino menos capaz, para algumas atividades profissionais, existem determinados homens que exploram as esposas ou companheiras em certos trabalhos, pois, ao estabelecerem parcerias de trabalho com a mulher, agem como senhores feudais, apropriando-se de todo o rendimento produzido por ela (...)”.

da mulher contemporânea, chequemos se ele é realmente posto em questão pelas piadas de loira:

Vendendo seguro

O gerente da corretora dá a maior bronca na vendedora, que é loira:

- Você ficou doida?! Onde já se viu fazer seguro de vida de um homem com 98 anos de idade?

E a loira, se justificando:

- É que outro dia li no jornal que, segundo as estatísticas, morre pouquíssima gente com essa idade...

Loira policial

Uma loira estava dirigindo acima do limite quando foi parada por uma policial também loira. Disse a loira policial:

- Por favor, me mostre sua carteira de motorista.

- Carteira de motorista, o que é isso? – perguntou a loira motorista.

- Como você é burra! É um documento que tem a sua foto.

A motorista pega, então, a sua bolsa e começa a procurar o documento com foto. Acha um estojinho de maquiagem com espelho, abre e vê seu próprio rosto.

- Haha, achei!

- Deixe-me ver, disse a policial.

A motorista lhe entrega o estojinho. A policial abre, olha atentamente e diz:

- Por que não me disse antes que você também era policial?

Em *Vendendo seguro*, a competência da loira é, de fato, colocada em questão. Como vendedora de seguro de vida, ela comete um erro crasso: vende uma apólice para um senhor que, pela idade, presume-se que já está com o pé na cova, o que significa que, além

de não dar lucro à empresa (terá pouco tempo de vida e, conseqüentemente, pagará poucas parcelas do seguro), dará prejuízo, já que, com sua morte – o que muito provavelmente não tardará a acontecer... – algum parente dele deverá ser restituído pela seguradora. Também em *Loira policial* a personagem dá mostras de sua incompetência profissional: além de não conseguir sequer diferenciar uma carteira de identidade de um estojinho de maquiagem, é incapaz de reconhecer a própria imagem no espelho. Dessa forma, pensa que a motorista infratora é, na verdade, uma policial em serviço. Com base nisso, pode-se deduzir que a loira deixará a infratora impune... Portanto, a competência da mulher atual é realmente um traço posto em questão pelas piadas de loira.⁴⁵

Além de ser bem-sucedida, outro traço da mulher contemporânea apontado por Vieira é a *independência*. Tal traço, como ela bem observa, não se restringe ao campo financeiro: “a mulher contemporânea, com base em novas redes de poder, impõe-se na sociedade em diferentes áreas, inclusive na sexual, tendo espaço para preferências e vontades em assuntos que antes não podiam sequer ser mencionados”, observa a autora, que acrescenta ainda que: “A mulher atual define sexo, em sua identidade, como algo que deve ser prazeroso”. Nesse sentido, vejamos então se tal traço é posto em questão pelas piadas sobre loiras:

Como você sabe que a loira atingiu o orgasmo?

Quando ela grita: “O próximo!”.

Qual a diferença entre uma prostituta, uma ninfomaniaca e uma loira?

A prostituta diz: “Você ainda não acabou?” A ninfomaniaca diz: “Você já acabou?” E a loira: “Azul... eu acho que vou pintar o quarto de azul”.

⁴⁵ Com efeito, na sessão 2.3 deste trabalho, a propósito da investigação das condições de produção dos discursos veiculados por esse material, concluímos, com base na análise de piadas como *Enviando uma circular* e *Fatura e duplicata*, que a loira está representada como uma mulher incompetente profissionalmente.

Na primeira piada, a loira é representada como uma mulher que transa apenas por compulsão⁴⁶. Não é possível sequer perceber que ela sentiu prazer: tão logo atinge o orgasmo, ela chama o próximo parceiro. Na outra piada, a loira simplesmente não sente prazer algum: enquanto faz sexo, repara nas paredes do quarto e faz comentários a respeito disso... Dessa forma, se considerarmos a independência no sentido a que Vieira se refere a propósito do campo sexual, as piadas de loira colocam tal independência em questão, uma vez que, embora seja estereotipada como uma mulher extremamente promíscua, não a caracterizam como uma mulher que está em busca de prazer. Pelo contrário, em muitas piadas, a loira é tão somente “usada” pelos homens para que estes, sim, possam sentir prazer⁴⁷.

“Frente às questões sexuais do passado, a repressão e a anulação da mulher foram substituídas pela *liberação* e pela *independência* dos dias atuais” (grifos nossos), ressalta Vieira. Entretanto, como podemos concluir com base na amostra analisada, nas piadas, por meio de um *processo de interincompreensão* associado ao *exagero*, *liberação é traduzida como promiscuidade*. E a questão da independência, como vimos, é posta em questão, uma vez que a mulher continua anulada com relação às suas preferências e vontades no âmbito sexual.⁴⁸

Conforme mostramos, portanto, as piadas de loira põem em questão os lugares comuns sobre a mulher atual, com relação aos campos profissional e sexual. *Mulher bem-sucedida* e *mulher independente*, portanto, são os *estereótipos básicos* com os quais as

⁴⁶ Na sessão 2.4.1 mostramos que, em várias piadas, as loiras são caracterizadas segundo uma representação exagerada do distúrbio sexual conhecido como ninfomania.

⁴⁷ Nesse sentido, não são poucas as piadas em que a loira, por algum motivo, é induzida a praticar sexo oral. Eis dois exemplos: “*Por que as loiras não falam durante o sexo? Porque elas não falam de boca cheia*”. “*Numa blitz, o guarda para uma loira deliciosa e pede os documentos: ‘Que documentos?’*, pergunta ela, com ar inocente. ‘*A sua carteira de habilitação!*’ ‘*O que é isso?*’ O guarda começa a ficar impaciente: ‘*Pode me dar a sua identidade?*’ ‘*Identidade? Eu também não sei o que é...*’ Inconformado com a burrice da garota e exaltado com suas curvas abundantes, o guarda tira o pau pra fora e pergunta: ‘*E isto aqui, você sabe o que é?*’ ‘*Ah, não! O bafômetro de novo...*’”.

⁴⁸ Com relação a isso, um exemplo bastante significativo é a piada *Estranha fantasia*, citada na sessão 2.5.3. Embora a loira tenha uma fantasia (transar com o Papai Noel), no fim das contas, é a vontade sexual do homem que é satisfeita: a piada termina com o Papai Noel recusando terminantemente o convite da loira para passar a noite com ela e pedindo que ela lhe faça sexo oral, caso contrário ele não conseguirá passar pela chaminé...

piadas de loira funcionam. Vejamos agora como se dá esse funcionamento, ou seja, como tais estereótipos servem de base aos estereótipos opostos que essas piadas veiculam.

2.6.2 A tradução

A polêmica aparece exatamente como uma espécie de homeopatia perversa: ela introduz o Outro em seu recinto para melhor conjurar sua ameaça, mas esse Outro só entra anulado enquanto tal, simulacro.
(Dominique Maingueneau, “Gênese dos discursos”).

De acordo com a hipótese segundo a qual o enunciador das piadas de loira é machista, o discurso dessas piadas não pode haver-se com a mulher, mas apenas com o simulacro que constrói dela. Sendo assim, uma vez que a mulher atual identifique-se como *bem-sucedida profissionalmente e independente profissional e sexualmente*, defenderemos que o discurso machista – que não quer que a mulher seja nada disso – afirmará que ela é *muito burra e extremamente promíscua*. Trata-se, portanto, de simulacros, ou seja, do *oposto mais rebaixado possível*, para remetermos de novo às palavras de Possenti (2002).

Objetivando uma melhor visualização, representaremos a estereotipia envolvida nas piadas de loira de acordo com o quadro abaixo, que explicaremos em seguida:

Estereótipo básico	Característica oposta	Oposto mais rebaixado possível (estereótipo oposto ou simulacro)
Mulher bem sucedida	Mulher fracassada	Mulher burra
Mulher independente	Mulher dependente	Mulher “fácil”

Comecemos pela estereotipia de *mulher burra*. “O discurso do gênero masculino tem sido pródigo em negatar a auto-estima da mulher no que concerne a sua competência”, ressalta Vieira (2005). As piadas de loira são um exemplo extremo disso. Com efeito, o simulacro de *ser bem sucedida* não é *ser fracassada*: é *ser burra*. É assim que o enunciador machista desenha a mulher atual. As piadas abaixo são bastante exemplares nesse sentido:

Advogada loira

Após muitos anos no curso de Direito, a loira abre seu escritório e, no primeiro dia de serviço, alguém bate na porta. Para impressionar, pega o telefone e pede para a pessoa entrar e esperar. Passa uns 30 minutos fingindo uma conversa:

- Sim, claro! Eu não perco uma causa! Essa é muito simples, com certeza o juiz nos dará sentença favorável e venceremos...

Por fim, desliga o telefone e, educada, dirige-se à pessoa que, bastante impaciente, ainda esperava:

- Pois, não, em que posso ajudá-lo?

E o homem, num tom debochado:

- Sou da companhia telefônica. Vim instalar sua linha.

Loira demitida

A loira encontra com uma amiga e começa a chorar:

- Ai, eu fui despedida...

- Puxa, que chato... Onde você estava trabalhando, amiga?

- Num laboratório farmacêutico.

- E por que te mandaram embora?

- Eu não conseguia imprimir os rótulos dos remédios.

- Nossa, mas isso é tão fácil!

- *Fácil? Como assim? Por um acaso você já tentou encaixar o vidro do remédio na impressora?*

Na primeira piada, a loira quer impressionar como uma advogada bem-sucedida, mas nem sequer é capaz de perceber que o homem que recebeu em seu escritório não é cliente: é um funcionário de uma empresa de telefonia! Além da identificação da empresa telefônica (nas roupas, no crachá), a loira ignora também o fato de que seu telefone ainda não está instalado (está sem sinal, portanto...). Em *Loira demitida*, a loira perde o emprego porque não sabe que apenas os rótulos dos frascos de remédio deveriam ser colocados para impressão... O que se pretende mostrar com esses exemplos, portanto, é que não é (apenas) porque é incompetente que a loira não é uma mulher bem-sucedida. Mais do que uma profissional fracassada, ela é extremamente burra. Daí que se dê mal em todos os setores, não apenas no profissional:

Pulando de paraquedas

Uma morena pula de paraquedas, puxa a cordinha e nada acontece. Puxa a corda de emergência e o paraquedas de emergência também falha. A loira pula em seguida e, ao passar pela morena, comenta:

- *Arrá, tá querendo apostar corrida? Vamos nessaaaa...*

Nessa piada, a loira é incapaz de perceber que a morena tem um grave problema com o equipamento e que, por isso, essa última desce tão rapidamente. Pior do que isso: a loira resolve “apostar corrida” com a morena que cai em queda livre. *Pulando de paraquedas* é, portanto, um exemplo extremo de quão mal a loira se dá por causa de sua falta de inteligência.

Passemos, pois, para a estereotipia de *mulher “fácil”*. Como se pode concluir com base no quadro acima, o simulacro de *mulher independente não é mulher dependente*, mas *mulher “fácil”*. Vejamos como isso funciona nas piadas:

Preenchendo ficha

A loira boazuda preenchia ficha numa agência de empregos:

-Idade?

- 22.

- Escolaridade?

- Segundo grau completo.

- Sexo?

- Se o salário for bom...

Loira doadora

Comovida com os apelos das autoridades médicas para doar sangue às vítimas de acidentes, uma loira compareceu a um dos postos de coleta:

- Você já doou sangue alguma vez? - perguntou o médico.

Não, é a primeira vez, doutor.

- Então precisamos calcular o quanto poderá ser retirado. Quanto você costuma perder durante a menstruação?

Ela pensa, faz umas continhas usando os dedos e depois responde, com firmeza:

- Por volta de R\$ 3.000,00!

Em *Preenchendo ficha*, a loira interpreta erroneamente uma das questões da ficha que preenche para tentar uma vaga no mercado de trabalho (não relaciona “sexo” à “gênero”, mas à “relação sexual”). Além da falta de inteligência, a piada põe em relevo o

fato de que a independência financeira da loira pode depender do “teste do sofá”, ou seja, de prestar favores sexuais ao futuro patrão. Na outra piada, *Loira doadora*, o médico pergunta à loira quanto ela costuma perder durante a menstruação. Como estão conversando sobre doação *de sangue*, é fácil inferir que ele está se referindo à perda sanguínea. A loira, porém, entende que o médico quer saber quanto ela deixa de ganhar “profissionalmente” quando está num daqueles dias... O que interessa ressaltar com base nessas piadas é que elas tocam na questão da liberdade sexual feminina e da inserção da mulher no mercado de trabalho com base em um simulacro: traduzem o estereótipo de *mulher liberada* e de *mulher independente* como “puta”.

Com efeito, nas piadas de loira, a independência sexual da mulher não está relacionada a questões como suas preferências e vontades no âmbito sexual, mas à promiscuidade extrema. É nesse sentido que afirmamos que o simulacro de *mulher independente é mulher “fácil”*. Aliás, nesses textos, esse estereótipo básico ultrapassa o campo sexual, ou seja, a mulher independente no âmbito financeiro também seria “puta”. É o que explicitam piadas como as que citamos acima. Nesse sentido, faz-se relevante retomar uma observação de Rago (1997:2007). A autora, a respeito da inserção das mulheres no mercado de trabalho brasileiro (mais precisamente, nas primeiras décadas do século XX, com a Primeira Guerra Mundial), observa que o que mais chama a atenção é:

(...) a associação frequente entre mulher no trabalho e a questão da moralidade social. No discurso de diversos setores sociais, destaca-se a ameaça à honra feminina representada pelo mundo do trabalho. Nas denúncias dos operários militantes, dos médicos higienistas, dos juristas, dos jornalistas, das feministas, a fábrica é descrita como “antro da perdição”, “bordel” ou “lupanar”, enquanto a trabalhadora é vista como uma figura totalmente passiva e indefesa (p. 585).

É a essa memória, portanto, que as piadas de loira remetem. E que está associada, como bem conclui a autora, “direta ou indiretamente, à vontade de direcionar a mulher à esfera da vida privada” (idem, *ibidem*). Com efeito, conforme enfatiza Possenti (2002, p. 158) a respeito dos estereótipos veiculados nas/pelas piadas: eles “são construtos produzidos por aquele(s) que funciona(m) como sendo o(s) Outro(s) para algum grupo”. As análises efetuadas nessa sessão confirmam, portanto, a tese de que o Outro das piadas de

loira é realmente o enunciador machista. E reforçam o que temos defendido no percurso que traçamos até aqui.

Realmente, as conclusões estabelecidas nessa sessão vão na mesma direção daquelas que chegamos a longo de todo esse capítulo. Assim, na sessão 2.3, a investigação das condições históricas de produção dos discursos apontou para o motivo pelo qual a mulher está representada nesse material da forma negativa que está. Como vimos, as atuais conquistas sociais e profissionais que ela vem obtendo principalmente nas últimas décadas estariam deixando o homem preocupado: estão perdendo o controle que detinham sobre a mulher e, principalmente, estão tendo de dividir o espaço (inclusive profissional) que antes ocupavam de forma praticamente hegemônica. Nas palavras de Vieira (2005):

(...) no que toca ao trabalho, uma nova visão discursiva instala-se. As mudanças profissionais reivindicadas pelas mulheres no novo mercado emergem com valores modificados, centrados em promissoras propostas que podem desestabilizar a hegemonia masculina no mundo profissional. A intervenção feminina nesses mercados levanta problemas para a liderança masculina, principalmente, nas economias capitalistas.

Com base na análise da memória discursiva que essas piadas retomam, mostramos, na sessão 2.4.1, que os estereótipos veiculados por esse material são *retomados de um discurso que circulava principalmente em uma época em que a sociedade era fundamentalmente machista*. Ainda com relação a esses estereótipos, concluímos, consideradas as condições de produção das piadas de loira, que eles se complementam: *as mulheres (representadas, nas piadas, pelas loiras) seriam muito burras para conquistar o espaço social e profissional que os homens conquistaram e só estariam conseguindo isso porque apelam para o sexo*. Ou seja, elas utilizariam a *arma da sedução* para conquistar aquilo que os homens conseguiram *graças à sua competência*. Trata-se, portanto, de uma variante do famigerado *teste do sofá* (em que a mulher, para conseguir uma promoção no emprego, submete-se a prestar favores sexuais para o chefe).

Nesse sentido, a análise dos ethe que são explorados nessas piadas (sessão 2.5.3), principalmente do *ethos de mulher gostosa*, permitiu explicar porque esses textos valem-se da loira como “bode espiatório”: como é considerada um símbolo sexual, a imagem da loira materializa, pois, a preocupação feminina com a beleza e com a

sensualidade, o que o posicionamento machista interpreta *como uma preocupação em conquistar os homens*. Tal preocupação, por sua vez, teria como propósito, ainda segundo esse posicionamento, *a conquista do espaço social e profissional que o homem ocupou de forma quase hegemônica graças à sua competência*. Em outras palavras, *as mulheres investiriam em beleza e em sensualidade para serem “aprovadas” no teste do sofá*.

Finalmente, a compreensão do funcionamento da estereotipia, com base na teoria proposta por Possenti (2002), confirmou que o posicionamento machista põe em questão o *comportamento feminino atual*. Tal posicionamento, portanto, traduz os enunciados da mulher segundo um simulacro que ele constrói. Dentro de seu fechamento semântico, é inconcebível que a mulher atual seja concebida como *bem-sucedida e independente*. Mesmo que a conjuntura não seja mais a mesma, há de se explicar as mudanças com base no sistema de restrições machista. *É burra e é fácil* é, portanto, o que *pode ser dito* segundo esse posicionamento. É assim que tal posicionamento polemiza com seu Outro. E se constitui.

CAPÍTULO 3

AS PIADAS FEMINISTAS: Agora é que são elas

*No princípio eu era Eva
Criada para a felicidade de Adão
Mais tarde fui Maria
Dando a luz àquele
Que traria a salvação
Mas isso não bastaria
Para eu encontrar perdão.
Passei a ser Amélia
A mulher de verdade
Para a sociedade
Não tinha a menor vaidade
Mas sonhava com a igualdade.
Muito tempo depois decidi:
Não dá mais!
Quero minha dignidade
Tenho meus ideais!
Hoje não sou só esposa ou filha
Sou pai, mãe, arrimo de família
Sou caminhoneira, taxista,
Piloto de avião, policial feminina,
Operária em construção...
Ao mundo peço licença
Para atuar onde quiser
Meu sobrenome é Competência
E meu nome é Mulher.
(Autor desconhecido).*

*Em nosso quadro, o Mesmo não polemiza a não ser com aquilo que se separou à força para constituir-se, e cuja exclusão reitera, explicitamente ou não, através de cada um de seus enunciados. O Outro representa esse duplo cuja existência afeta radicalmente o narcisismo do discurso, ao mesmo tempo em que lhe permite aceder à existência.
(Dominique Maingueneau, “Gênese dos discursos”).*

No capítulo anterior, mostramos que o enunciador das piadas de loira é machista e que, portanto, ele traduz os enunciados da mulher nas categorias do registro

negativo de seu próprio sistema. Como o foco dessa pesquisa está na análise da representação do feminino no discurso humorístico, além das piadas sobre loiras, é relevante considerar também as piadas ditas *feministas*. O objetivo, com isso, é explicitar as relações entre esses dois posicionamentos (machista *versus* feminista), que se manifestam em uma relação marcadamente polêmica.

Defenderemos, assim, que o posicionamento machista e o posicionamento feminista dividem o mesmo espaço discursivo e que é a partir da interação conflituosa entre esses dois posicionamentos que os estereótipos presentes em ambos os conjuntos de piadas podem ser compreendidos como um processo em que o Outro é traduzido a partir do Mesmo, sob a forma de um *simulacro*.

3.1 Apresentação do *corpus*

O levantamento de centenas de piadas ditas “feministas” foi realizado exclusivamente por meio da internet. Como afirmamos com relação às piadas de loira, no que diz respeito às piadas feministas, também se procurou buscar amostras significativas, ou seja, não foi feito, obviamente, um levantamento de “todas” essas piadas. Dessa maneira, priorizaram-se exemplos que permitissem compreender os traços dominantes da representação da mulher nesse material.

Com base no discurso veiculado por tais piadas, pode-se classificá-las em dois grandes grupos:

<u>GRUPO A</u>	<u>GRUPO B</u>
Piadas que veiculam apenas representações sobre o homem.	Piadas que, além de representações sobre o homem, veiculam também representações sobre a mulher.

Evidentemente, como o foco deste trabalho são as representações do feminino, interessam fundamentalmente as piadas pertencentes ao grupo “B”. Entretanto, partindo do pressuposto de que *nosso riso é sempre o riso de um grupo* (Bergson, 1900:1993), é

relevante considerar também as piadas do grupo “A”, a fim de conhecer exatamente quais são os traços do homem ridicularizados pelo posicionamento feminista. Tal investigação oferecerá subsídios para que, em outro momento dessa pesquisa, possamos compreender porque há piadas feministas – bem como piadas machistas – circulando em nossa sociedade.

Com a finalidade de apresentar os grupos em questão, analisaremos inicialmente algumas piadas pertencentes ao grupo “A”:

Qual é a diferença entre os homens e as frutas?

Um dia, as frutas amadurecem...

Por que os homens têm a consciência limpa?

Porque ela nunca foi usada.

A primeira piada baseia-se em uma comparação entre os homens e as frutas. Seu gatilho (nos termos de Raskin, 1985)⁴⁹ é “amadurecem”, que, no texto em questão, pode significar “que chegam ao ponto de serem colhidas” (evidentemente, com relação às frutas) e “que se tornam experientes” (com relação aos homens). Assim, os homens, ao contrário das frutas, nunca amadureceriam, ou seja, *permaneceriam imaturos, infantis*. A segunda piada consiste em uma brincadeira com a expressão “consciência limpa”, que, como se sabe, refere-se a uma característica daquele que é ético, que tem uma boa conduta na sociedade. Pois bem. Na piada, o gatilho “usada” desencadeia uma associação inusitada entre um dos termos dessa expressão: se a consciência está *limpa* é porque não foi *usada*! Essa lógica (*se está limpo não foi usado*) faz sentido quando nos referimos, por exemplo, a roupas, pratos, copos, talheres, etc..., mas nunca à consciência! Tal associação inusitada

⁴⁹ *Gatilho* é um mecanismo linguístico ou textual que “dispara” a interpretação engraçada de uma piada. Ver a sessão 1.2 para saber como ele funciona e a sessão 1.3 para saber a respeito de uma das mais importantes funções do gatilho: a veiculação de discursos proibidos.

causa surpresa⁵⁰ e, por isso, rimos. Destaque-se, assim, que a piada em pauta veicula o discurso segundo o qual *os homens não teriam uma boa conduta*, daí que jamais tivessem usado a consciência...

Ainda a propósito das técnicas, verificou-se que poucas piadas feministas exploram jogos de linguagem (como é o caso das duas piadas que analisamos acima). Ao contrário das piadas de loira, em que não há uma regularidade em relação à exploração de uma determinada técnica, as piadas feministas baseiam-se principalmente em *deslocamentos*⁵¹. Nesse sentido, um recurso muito explorado são os *implícitos*. Mostremos tal recurso e, simultaneamente, apresentemos exemplos de piadas pertencentes ao grupo “B”, isto é, que além de representações sobre o homem, veiculem também representações sobre a mulher:

Quando uma mulher para de se masturbar?

Depois do divórcio.

Conversa entre tio e sobrinho:

- *Tio, é verdade que você é solteiro?*
- *É. Eu não tenho mulher.*
- *Então, quem é que manda em você?*

Antes de passarmos às análises desses dois exemplos, recorramos ao *Dicionário de análise do discurso* para apreendermos o conceito de *implícito*:

Pode ocorrer que o enunciado “Faz calor” signifique simplesmente que faz calor. Mas, em contexto comunicativo, é frequente que a verdadeira significação de um

⁵⁰ Sobre a importância da surpresa nas piadas, ver a sessão 1.1.

⁵¹ Segundo Freud (1905:1996), as piadas baseiam-se em *verdichtung* (*condensação*) ou em *verschiebung* (*deslocamento*), ou seja, apresentam um duplo sentido (condensação) ou uma mudança de tema (deslocamento). Para saber mais, ver a sessão 1.1.

tal enunciado seja, segundo o caso, e entre outros: “Abra a janela”, “Desligue o aquecedor”, “Posso tirar o casaco?”, “Não tenho nada mais interessante para dizer”... A maior parte dos enunciados tem, assim, além de seu conteúdo explícito, um ou vários conteúdos **implícitos**, que vem se enxertar no precedente, e podem mesmo substituí-lo em seu favor, em caso de “tropo implicativo”, isto é, quando, no contexto, o conteúdo implícito sobrepuja o explícito. (CHARAUDEAU & MAINGUENEAU, 2004:2006, p. 270)

Logo após essa definição – que os autores citam de Kerbrat-Orecchioni (1986) – faz-se uma distinção entre dois tipos de implícito, a saber, o *pressuposto* e o *subentendido*:

A literatura semântica e pragmática menciona numerosas variedades de conteúdos implícitos (inferências, implicações e implicaturas, alusões e insinuações etc.). Entre as distinções mais importantes, deve-se mencionar a que foi estabelecida por Ducrot (1972:173ss.), entre **pressuposto** e **subentendido**, dois tipos de conteúdos implícitos que se opõem ao conteúdo explícito, ou **posto**; por exemplo, um enunciado como “Pedro parou de fumar” veicula as informações seguintes: (1) “Pedro, atualmente, não fuma”: é o *posto*, que corresponde a “aquilo que é objeto confesso da enunciação dessa declaração”; (2) “Pedro, antigamente, fumava”: é o *pressuposto*, que, embora, como o posto, esteja de fato inscrito no enunciado (já que repousa sobre o marcador “cessar de”), não constitui, contudo, o verdadeiro objeto do dizer; e, eventualmente, também, (3) “Você faria bem em fazer a mesma coisa”: conteúdo *subentendido* que só se atualizará em circunstâncias enunciativas particulares.” (CHARAUDEAU & MAINGUENEAU, 2004:2006, p. 270-271)

Como já temos subsídios para analisar o conteúdo implícito veiculado nas piadas acima, passemos às análises. No primeiro exemplo, afirma-se que a mulher para de masturbar depois do divórcio. Se ela para *depois* que se divorcia, está pressuposto que *antes ela se masturbava*, ou seja, que ela fazia isso *enquanto estava casada*. Dessa forma, subentende-se que *seu marido não a satisfazia sexualmente*. Assim, no que diz respeito a representações, a mulher casada está representada como *sexualmente insatisfeita* e, o marido, como alguém que é *incompetente no campo sexual*. Com relação à outra piada, na pergunta do sobrinho “Então, quem é que manda em você?” está pressuposto que *há alguém que manda* no tio. Subentende-se, assim, que esse alguém deve ser uma mulher, ou seja, que *a mulher manda no homem* e, conseqüentemente, que *ele é dominado por ela*.

Além do pressuposto e do subentendido, as *inferências*, as *implicações* e *implicaturas*, as *alusões* e *insinuações*, entre outros, são também tipos de implícitos. É

muito comum que as piadas – *todas*, não apenas as que são objeto desse estudo – os explorem. E há uma explicação para isso. Como afirmamos com base em Freud (1905:1996) no capítulo em que explicamos o funcionamento das piadas (cf. sessão 1.3), o discurso hostil ou libidinoso que as piadas veiculam aparece *por detrás de uma fachada*, ou seja, *não aparece de forma explícita* nesses textos. É graças a isso, à *exploração de implícitos* – e também de *jogos linguísticos ou textuais* –, que as piadas conseguem circular pela sociedade praticamente sem grandes problemas.

Outro recurso que chamou a atenção nas piadas feministas foi a exploração de *lugares comuns*⁵² *sobre os homens*, que aparecem explicitados em alguns textos:

Por que são necessários milhões de espermatozoides para fertilizar um único óvulo?

Porque os espermatozoides são masculinos e se negam a perguntar o caminho.

Qual é a diferença entre um homem e o E.T.?

O E.T. telefona pra casa.

A primeira piada baseia-se no lugar comum de que o homem *recusa-se a pedir informações no trânsito*; a segunda, no de que ele *não telefona pra casa*. É interessante observar que tais lugares comuns são citados com o propósito de rebaixar os homens (com efeito, uma das características das piadas é o *rebaixamento* de pessoas ou grupos, cf. a sessão 1.3). Assim, uma questão fisiológica como a quantidade de espermatozoides envolvida em uma fecundação é tratada como se fosse um problema. Mais do que isso: é tratada como se fosse um problema cuja culpa caberia à estupidez masculina, no caso, dos espermatozoides, por recusarem-se a pedir informações (como se o motivo de os espermatozoides não conseguirem fecundar o óvulo fosse o desconhecimento do

⁵² Sobre a noção de *lugar comum*, ver a sessão 2.6.1 deste trabalho.

caminho que os levariam até ele...). Analogamente, o lugar comum de que os homens não costumam telefonar para casa é explorado pela piada, que os opõe ao E.T, personagem do filme *E.T. – O Extraterrestre* (*E.T. – The Extra-Terrestrial*, 1982). O E.T. é um alienígena perdido na Terra que quer voltar para o seu planeta e pede insistentemente para telefonar para sua casa...

Os lugares comuns, portanto, chamam a atenção não apenas pela quantidade de piadas feministas que neles se baseiam. Com efeito, eles são explorados por esses materiais na veiculação de representações – negativas, evidentemente – sobre o homem. Nesse sentido, vale a pena discutir ainda a piada abaixo:

Por que Deus criou o homem?

Porque os vibradores não substituem lâmpadas.

Nessa piada, é explorado o lugar comum de que *há tarefas exclusivamente masculinas*, como trocar lâmpada, abrir potes, cortar a grama, trocar pneu, etc...⁵³. Como é possível inferir, fazer sexo com a mulher também seria uma dessas “tarefas” do homem, mas ele não estaria dando conta. Tanto é que ele poderia muito bem ser substituído por um vibrador, caso esse último fosse capaz de trocar lâmpadas... Dessa forma, é veiculado (implicitamente) o discurso segundo o qual *os homens são incompetentes no que se refere ao campo sexual*.⁵⁴

Dando continuidade às análises, o objetivo da próxima sessão é o de investigar quais são os principais discursos veiculados nas/pelas piadas feministas. Tal passo é fundamental, já que subsidiará as demais análises: a investigação das condições de produção desses discursos (sessão 3.3), dos simulacros envolvidos (sessão 3.6), dos ethe

⁵³ Inclusive, circulam as seguintes versões dessa piada: *Por que Deus inventou o homem? Porque vibrador não corta a grama/ não abre o pote de azeitonas/ não troca pneu.*

⁵⁴ Tal discurso é muito recorrente nas piadas feministas. Com efeito, a piada *Quando uma mulher para de se masturbar?*, citada nessa mesma sessão, também veicula o discurso em pauta.

explorados (sessão 3.7), enfim, servirá de base para que se possam compreender as relações entre os posicionamentos estudados neste trabalho.

3.2 Disputando espaço: os discursos das piadas feministas

Em defesa da tese segundo a qual o posicionamento machista e o posicionamento feminista dividem o mesmo espaço, vale a pena retomar aqui o duplo estatuto que Maingueneau (1984:2005) atribui ao espaço discursivo⁵⁵:

(...) podemos apreendê-lo como um modelo dissimétrico que permite descrever a constituição de um discurso, mas também como *um modelo simétrico de interação conflituosa entre dois discursos para os quais o outro representa totalmente ou em parte o seu Outro*. (p. 43, grifos nossos)

É a partir desse modelo de interação conflituosa entre dois posicionamentos que será possível compreender os discursos veiculados nas/pelas piadas feministas. Assim, além de defendermos que o posicionamento machista e o posicionamento feminista partilham do mesmo espaço discursivo, defenderemos também que tais posicionamentos relacionam-se a partir de uma interação polêmica que os determina e, ao mesmo tempo, os constitui. Dessa forma, é nosso objetivo, nesse terceiro capítulo, obter subsídios para que se possa compreender a relação interdiscursiva que atravessa e constitui os dois posicionamentos em questão. Para isso, é necessário, inicialmente, conhecer quais são os principais discursos veiculados nas/pelas piadas feministas. O propósito desta sessão é justamente apresentar e discutir tais discursos.

Com base na análise das centenas de piadas feministas coletadas, verificou-se que os textos em questão veiculam principalmente os seguintes discursos:

- ***Homens são (muito) menos competentes profissionalmente que as mulheres***

⁵⁵ A noção de *espaço discursivo* foi apresentada na sessão 2.2.1 deste trabalho.

Por que as mulheres trabalham menos que os homens?

Porque elas acertam na primeira vez.

O estereótipo de *homem profissionalmente incompetente* é veiculado na piada em questão por meio de um implícito: se elas *trabalham menos* que eles porque *acertam na primeira vez*, infere-se, portanto, que *eles não acertam na primeira vez* e, por isso, *trabalham mais*. Desse modo, depreende-se que as mulheres são bem mais competentes profissionalmente que os homens.

A propósito desse formato de “adivinha”, façamos um parêntese: assim como observamos com relação às piadas de loira, constatou-se que as piadas feministas também exploram frequentemente a *cenografia de adivinha* bem como a *de diálogo*. Relembremos que a cenografia é “a cena de fala que o discurso *pressupõe para poder ser enunciado* e que, por sua vez, *deve validar através de sua própria enunciação*” (MAINGUENEAU, 2006a, p. 67, destaques nossos). Dessa forma, valem as considerações que fizemos para as piadas sobre loiras: ao apresentar a piada feminista como uma adivinha ou como um diálogo, é como se o estereótipo deixasse de ser tratado como tal. Ou seja, é como se, no que diz respeito ao exemplo em questão, uma característica do homem realmente fosse ser (bem) menos competente que a mulher no âmbito profissional – o que implica que é característico da mulher ser profissionalmente mais competente que ele.

Fechado o parêntese, prossigamos na apresentação dos discursos mais frequentemente veiculados pelas piadas feministas:

- ***Homens são (muito) feios e insensíveis***

O que faz os homens parecerem tão bonitos?

A escuridão.

Como se chama um homem inteligente, sensível e bonito?

Boato.

Por meio de implícitos, a primeira piada veicula o estereótipo de que os homens são *feios* e, a segunda, de que eles são *burros, feios e insensíveis*. Na sessão anterior, apresentamos um exemplo de piada que veicula o estereótipo de *homem burro*. Agora, gostaríamos de chamar a atenção para o discurso segundo o qual os homens seriam *feios e insensíveis*.

No que se refere à beleza, como se sabe, trata-se de uma característica muito mais relacionada às mulheres do que aos homens. Mesmo que, atualmente, muitos homens sejam considerados bonitos, vaidosos, etc., a preocupação com a beleza é mais frequente entre o sexo feminino. Com efeito, como bem observa Vieira (2005), em nossa sociedade, os rituais de beleza são trabalhados com as meninas desde cedo, pelos próprios pais:

(...) é comum na pedagogia familiar do Ocidente que as meninas, ainda no berçário, ganhem brinquinhos e vestes cor-de-rosa e que recebam um pequeno laço de fita nos cabelos logo após o primeiro banho. Assim, daquele momento em diante, instala-se na vida daquela pequena mulher o início do aprendizado dos rituais de beleza que deverá fazer parte de sua identidade feminina durante toda a sua vida.⁵⁶

Além da beleza, outra característica mais comumente relacionada à mulher do que ao homem é a sensibilidade. Tanto é que uma das muitas formas de referir-se aos homossexuais é por meio da expressão “homem sensível”. Trata-se, evidentemente, de um simulacro⁵⁷: segundo o posicionamento machista, a sensibilidade, enquanto característica relacionada ao homem, é traduzida como “falta de macheza”, como “bichice”. Com efeito,

⁵⁶ VIEIRA, J. A. 2005. *A identidade da mulher na modernidade*. DELTA, vol.21, São Paulo. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0102-44502005000300012&script=sci_arttext&tlng=en. Acesso: jul. 2008.

⁵⁷ A noção de *simulacro* foi formulada por Maingueneau (1984:2005a) e pode ser apreendida na sessão 2.2.2 deste trabalho.

a respeito da questão da sensibilidade no que se refere à socialização dos meninos, Nolasco (1995) enfatiza que, de um modo geral:

Os meninos aprenderão desde cedo a desvalorizar aquilo que sentem e que não está diretamente referido a seu pênis. Como também compreenderão a sensibilidade feminina como algo caótico, difuso e instável, que portanto não merece crédito.

Durante a socialização, os meninos são afetivamente “lobotomizados”. As conexões que ligam o mundo aos corações masculinos serão inicialmente rompidas pela família e posteriormente pela escola. De tal modo que, na idade adulta, os homens estejam conectados com o mundo por meio de seus genitais e de uma lógica ilusória e pragmática. (NOLASCO, 1995, p. 42)

Entretanto, no que diz respeito ao posicionamento feminista, a sensibilidade seria vista como uma característica positiva da mulher, assim como a inteligência e a beleza. Tais características, segundo as piadas feministas, não fariam parte do conjunto de traços masculinos. Realmente, é uma regularidade desse material representar o homem negativamente (afinal, o rebaixamento é característico desse gênero). Inclusive, é muito comum que tais piadas veiculem os seguintes estereótipos:

- *Homens são bobos/ (bem) menos espertos que as mulheres*

Por que coração de mulher é igual a um circo?

Porque sempre tem lugar para mais um palhaço.

A revanche

Um homem sempre humilhava sua mulher, que era loira. Como ela iria viajar, ele convidou os amigos para que fossem levá-la até o aeroporto. Na despedida, não perdeu a oportunidade de humilhá-la e disse bem alto, na frente de todo mundo:

- Amor, traz uma francesinha de Paris pra mim?

Ela abaixou a cabeça, não disse uma palavra e embarcou muito chateada. Quinze dias depois, o marido pediu que os amigos o acompanhassem novamente ao

aeroporto. Iria esperar sua mulher e não queria perder a oportunidade de zoar com ela na frente dos amigos. Tão logo ela desceu do avião, perguntou bem alto para a mulher:

- Amor, você trouxe minha francesinha?

Ela disse:

- Eu fiz o possível. Agora é só rezar para nascer menina!

Na primeira piada, o gatilho é “palhaço” e, dentre os sentidos possíveis (“artista de circo” e “bobo”), evidentemente, é como *bobo* que os homens são estereotipados. Em *A revanche*, retoma-se o discurso da humilhação que as loiras sofrem porque supostamente seriam pouco espertas/inteligentes. Entretanto, longe de reafirmar tal estereótipo, a loira mostra-se uma mulher muito esperta e, inclusive, faz seu marido de bobo!

Outro discurso muito frequente nas piadas feministas é o seguinte:

- ***Os homens não mandam nas mulheres***

Mudança de hábito

O marido decide mudar de atitude. Chega em casa todo machão e ordena: “Eu quero que você prepare uma refeição dos deuses para o jantar e quando eu terminar espero uma sobremesa divina. Depois do jantar, você vai me trazer um whisky e preparar um banho porque eu preciso relaxar. E tem mais: quando eu terminar o banho, adivinha quem vai me vestir e me pentear?”. Ao que a esposa responde: “O agente funerário”.

Nessa piada, o discurso segundo o qual *os homens mandariam nas mulheres* é colocado em cena para, depois, ser rejeitado. Inicialmente, o homem passa a querer mandar na mulher e ordena-lhe que faça uma série de coisas para ele, entre elas, vesti-lo e penteá-lo. Nesse momento, a mulher, longe de mostrar submissão ao marido, dá a entender, por meio de um implícito, que se ele prosseguir na sua (mal-sucedida) tentativa de mandar nela

será um homem morto (daí que será vestido e penteado pelo agente funerário!). A fala da esposa, portanto, vai contra o discurso machista do marido já que, implicitamente, ela se baseia no argumento segundo o qual *as mulheres seriam donas de si*.

Vejamos, ainda, outra representação típica:

- ***Os homens são dominados pelas mulheres***

Formando fila

Tumulto na porta do céu. De repente, São Pedro grita:

- Bem, pessoal, vamos organizar essa bagunça! Quero que vocês formem duas filas: os homens que sempre foram dominados por suas mulheres aqui e aqueles que nunca foram dominados por suas mulheres fiquem ali.

Alguns minutos depois, existia uma fila enorme no local dos dominados e somente um sujeito mirradinho no lado dos que nunca foram dominados.

- Muito bem! - continuou São Pedro, enérgico. - Vocês deveriam ter vergonha! Deus criou vocês à sua imagem e semelhança e vocês se deixaram dominar, ora! Mas, felizmente, nem tudo está perdido! Temos pelo menos um aqui que honrou os desígnios do Senhor. - e virando-se para o sujeito. - Meu amigo, diga para os outros, o que você fez para merecer este lugar?

- Eu não sei, foi a minha mulher que me mandou ficar aqui!

Inicialmente, a piada retoma, por meio das falas de São Pedro, o discurso de que *os homens devem dominar as mulheres* e mostra a decepção do santo ao ver que a maioria dos maridos não faz isso. Tal decepção, contudo, é amenizada pelo fato de existir ao menos um homem compondo a fila dos não-dominados. Dessa forma, por meio da figura do *sujeito mirradinho* – único componente da fila dos não-dominados pelas mulheres –, o discurso machista é novamente colocado em cena. Entretanto, o homem confessa que só está na fila dos não-dominados, ironicamente, porque foi sua esposa quem mandou!

Curiosamente, o argumento feminista (implícito) que torna o discurso machista indefensável (*são as mulheres que mandam nos homens*) aparece, nessa piada, na fala de um homem! Tal estratégia funciona como uma espécie de “confissão” por parte do homem, fortalecendo, assim, a desqualificação do discurso machista.

Com base nos exemplos analisados, apresentamos, no quadro abaixo, as representações veiculadas pelas piadas feministas, discutidas até este ponto do presente trabalho. O objetivo, com isso, é possibilitar uma melhor visualização acerca de como o posicionamento feminista concebe o seu Outro e também como ele vê a mulher:

Como o posicionamento feminista vê o seu Outro	Como o posicionamento feminista vê a mulher
Intelectualmente inferior	Inteligente
Incompetente (principalmente no campo sexual)	Competente (em todas as áreas)
Insensível	Sensível
Feio	Bonita
Mau caráter	Bom caráter
Imaturo/infantil	Madura
Bobo/ (bem) menos esperto que a mulher	Esperta/sempe se dá bem
Não manda na mulher	Dona de si
Dominado	Dominadora

Tal quadro será importante para as análises que serão efetuadas nas próximas sessões. Inclusive, com base nele, é possível observar que a amostra analisada sustenta a hipótese de que *as condições de produção das piadas feministas estão relacionadas à “revolução” feminista*. Com efeito, além de veicular representações positivas sobre a mulher, tais piadas veiculam estereótipos negativos sobre o homem e colocam em questão os discursos machistas, conforme mostramos.

É sobre isso, sobre as condições de produção desses discursos, que tratará a próxima sessão. Para tanto, nos basearemos principalmente na afirmação de Maingueneau (1984:2005a) segundo a qual *a polêmica é constitutiva*. Discutiremos a noção de polêmica (sessão 3.4), tal como proposta por este autor, já que ela é fundamental não apenas para uma melhor compreensão das condições de produção dos discursos em questão, como principalmente para entender o modo como os posicionamentos analisados neste trabalho (machista *versus* feminista) partilham do mesmo espaço discursivo.

3.3 As condições de produção dos discursos das piadas feministas

(...) os movimentos feministas aceitaram o desafio. Somos sexo por natureza? Muito bem, sejamos sexo mas em sua singularidade e especificidade irreduzíveis. Tiremos disto as consequências e reinventemos nosso próprio tipo de existência, política, econômica, cultural... Sempre o mesmo movimento: a partir desta sexualidade na qual se procura colonizá-las e atravessá-las para ir em direção a outras afirmações.
(Michael Foucault, “Não ao sexo rei”).

No tópico anterior, mostramos que as piadas feministas veiculam representações positivas sobre a mulher, como *inteligente, competente, dona de si, dominadora*, entre outros exemplos (cf. o quadro apresentado na sessão 3.2). Com base nisso e principalmente no fato de esses textos, conforme mostramos, representarem o homem negativamente, bem como de colocarem em questão os discursos machistas, especulamos que *suas condições de produção estão relacionadas à “revolução” feminista* – daí que tais piadas sejam conhecidas como *feministas*. Realmente, o material em questão explora representações da mulher que passaram a circular principalmente após a chamada Revolução Feminista, ocorrida na década de 1960. Para compreender melhor tais representações, faz-se necessário conhecer o contexto histórico e social dos movimentos feministas.

Rago (2003)⁵⁸, em um artigo em que analisa a participação das mulheres em todos os setores da sociedade brasileira, no contexto da ditadura até os dias de hoje, defende a importância dos movimentos feministas na promoção das mudanças que ocorreram nas relações feminino/masculino, bem como na expressão da sexualidade. Tais movimentos tiveram, assim, “um forte impacto sobre as estruturas socioeconômicas, sobre as instituições políticas e principalmente sobre o modo de pensar, no país”, enfatiza.

Apesar de a mulher ter conquistado o direito ao voto em 1932, a autora observa que tal conquista não mudou muito as relações entre os gêneros, principalmente no que concerne aos “padrões normativos da ideologia da domesticidade”. É somente com o processo de modernização promovido pela ditadura militar – o chamado *milagre econômico* – que “se desestabilizam os vínculos tradicionais estabelecidos entre indivíduos e grupos e a estrutura familiar nuclear”, observa a autora, que ressalta que foi nesse contexto que se deu a entrada efetiva das mulheres no mercado de trabalho, bem como a luta feminina pelos direitos à cidadania.

Começaram, assim, as manifestações em movimentos políticos, com o intuito de questionar os padrões dominantes da masculinidade e da feminilidade: “Mais do que nunca, as feministas colocaram em questão o conceito de mulher que a afirmava enquanto sombra do homem e que lhe dava o direito à existência apenas como auxiliar do crescimento masculino, no público ou no privado”, comemora a autora. Ainda no que diz respeito às conquistas feministas, Rago faz uma interessante observação acerca da contribuição da mídia no que se refere à sexualidade da mulher:

Fora do feminismo, mas também influenciadas por ele, surgiam outras revistas destinadas ao público feminino mais amplo, como as revistas NOVA e MAIS, da Editora Abril Cultural, inspiradas nos padrões jornalísticos norte-americanos, que propunham novas linguagens em relação ao corpo e à sexualidade das mulheres e uma reflexão que, embora construída nos marcos de um pensamento contestador, avançaram a discussão de assuntos considerados tabus, como o sexo e o orgasmo da mulher.

⁵⁸ Todas as citações de Rago (2003) a que nos referimos neste tópico remetem à seguinte referência bibliográfica: RAGO, M. Os feminismos no Brasil: dos “anos de chumbo” à era global. Labrys, **Estudos feministas**, número 3, janeiro/ julho 2003. Disponível em: < <http://www.unb.br/ih/his/gefem/labrys3/web/bras/marga1.htm> > Acesso: mar. 2009.

Com relação às primeiras feministas brasileiras, a autora observa que muitas delas tinham como referência ideológica o marxismo e que era a partir dela que concebiam as relações entre os sexos. Assim, o objetivo dos seus jornais era conscientizar as trabalhadoras pobres, auxiliando-as a pensar a luta entre as classes sociais. Entre *as classes*. Estrategicamente, o conceito de *classe* era priorizado em relação ao de *sexo*, o que “era fundamental para se conseguir a aceitação na esfera pública masculina, que progressivamente se reconstituía”, revela a autora.

Ainda no que concerne aos primeiros grupos feministas, Rago enfatiza o fato de que tinham relação com os grupos políticos de esquerda e observa que, com o passar do tempo, os grupos que foram surgindo assumiram tendências políticas diferenciadas e, com isso, buscaram autonomia com relação aos partidos esquerdistas (como o PT, Partido dos Trabalhadores, fundado nessa época). O feminismo, ressalta a autora, era um movimento *social e político*, que além de lutar pelos *direitos das mulheres*, lutava também pela *redemocratização do país*. Na verdade, as questões mais relacionadas ao campo das enunciações feministas na esfera pública passaram a ganhar realmente espaço somente após a afirmação do feminismo enquanto movimento social e político, por volta dos anos 80. Entre essas questões, a autora destaca as relativas ao *corpo*, ao *desejo*, à *sexualidade*, aos *cuidados de si*, à *saúde* e à *beleza* e observa que:

O distanciamento do discurso marxista-masculino, por sua vez, facilitou a incorporação de temas tabus como os referentes às emoções, ou à moda e, por conseguinte, a procura de novos conceitos capazes de enunciá-los e interpretá-los. Estes foram buscados, sobretudo, no campo conceitual que vinha sendo proposto pelas correntes do pensamento pós-moderno, a exemplo do conceito de “desconstrução” de Derrida, ou das noções de “poder disciplinar” e de “subjetivação”, trabalhadas por Foucault.

Por fim, Rago enfatiza a importância dos movimentos feministas, principalmente no que diz respeito à *inserção das mulheres no mercado de trabalho*, ao seu *reconhecimento profissional* e à *reivindicação pelos seus direitos de cidadania*. Entretanto, constata que ainda há muitos problemas a enfrentar, como a *dupla jornada do trabalho* e o *acirramento da competição no mundo masculino*: “Na verdade, a liberação feminina

acarretou um aumento muito grande do trabalho feminino, especialmente para as casadas ou com filhos”, pondera. E sentencia: “A guerra entre os sexos não terminou e, aliás, se acentua nos novos fronts: o profissional e o afetivo”.

É no contexto dessa “guerra” que situamos as piadas feministas ao defendermos que suas condições de produção estão relacionadas à “revolução” feminista. Entretanto, não se pode ignorar o fato de que há algumas piadas ditas “feministas” que, à primeira vista, parecem reafirmar discursos machistas. Discutamos alguns desses casos. Para isso, consideremos inicialmente a seguinte piada:

Quais são os quatro animais de que uma mulher precisa?

Um jaguar na garagem, um vison no pescoço, um tigre na cama e um burro para pagar as contas.

A questão da busca do prazer sexual feminino, representada por meio da figura do “tigre” (homem que tem um bom desempenho sexual), de certa forma, encaixa-se no discurso das feministas que, como vimos, defendiam que temas como a sexualidade feminina e seus corolários deixassem de ser considerados tabus. Entretanto, a representação da mulher como financeiramente dependente do marido vai contra os princípios feministas, já que uma das principais lutas desses movimentos foi pela inserção da mulher no mercado de trabalho (afinal, a independência financeira é uma condição para que a mulher possa conquistar sua independência nas demais áreas). Realmente, o discurso segundo o qual *a mulher deve ser sustentada pelo homem* é, como sabemos, tipicamente machista. Inclusive, Rago (1997, p.592) observa que o positivismo pregava que as mulheres não deveriam possuir dinheiro, “um objeto sujo, degradante e essencialmente masculino, portanto, contrário a sua natureza”. Ora, como explicar, então, que a piada em questão possa ser considerada *feminista* (inclusive, está assim classificada em vários *sites* de humor na internet)?

Na verdade, essa contradição é só aparente. O que esse texto faz é colocar em cena o discurso machista segundo o qual *a mulher deve ser sustentada pelo homem* para ridicularizá-lo. Faz troça de tal discurso, já que propõe que *a mulher deve ser sustentada pelo homem, se, e somente se, ele for (muito) rico*: o marido deve ser capaz de comprar para a esposa um carro de luxo (o jaguar), um caríssimo casaco de pele (o vison), enfim, a piada em pauta representa explicitamente o marido como “o burro que paga as contas”!⁵⁹

Analogamente, o discurso machista segundo o qual *lugar de mulher não é trabalhando fora* é “complementado” pelas piadas da seguinte forma: *lugar de mulher não é trabalhando fora, desde que ela consiga dar o golpe do baú*. Vejamos:

Quais são as medidas ideais de um homem?

Oitenta, três, oitenta: oitenta anos, três infartos e oitenta milhões no Banco.

A piada acima define (implicitamente) qual é o homem ideal para aplicar o golpe do baú: o milionário que está com o pé na cova. Esse exemplo corrobora a afirmação que fizemos segundo a qual a mulher só é representada nas piadas feministas como financeiramente dependente do marido se ele for extremamente rico. É com base nessa característica que tais piadas ridicularizam os homens (os rebaixam como o “burro provedor”) e representam positivamente a mulher como alguém que (sempre) se dá bem, com o perdão do trocadilho, à custa do homem.

Ainda com relação à piada sobre “os quatro animais de que uma mulher precisa”, é relevante observar que a questão da satisfação sexual feminina não está relacionada ao marido (este é tão somente “o burro que paga as contas”), mas ao amante. Tal discurso pode ser encontrado em muitas outras piadas feministas. Consideremos as que seguem abaixo:

⁵⁹ Uma observação: a veiculação de tal representação – exagerada, por meio de estereótipos – tem a ver com o fato de que se trata de uma piada, ou seja, contribui para tornar o texto engraçado. Não é um “protesto” contra o discurso machista. Para dizer o óbvio, a finalidade das piadas – sejam elas machistas, feministas, racistas, etc... – é suscitar o riso.

Qual é o nome da doença que paralisa as mulheres da cintura pra baixo?

Casamento.

O que as mulheres mais odeiam ouvir quando estão tendo sexo de boa qualidade?

“Querida, cheguei!”.

Nas piadas feministas, o homem – principalmente o marido – é estereotipado como alguém que apresenta um desempenho sexual (muito) ruim: é o que pode ser subentendido com base na primeira piada, por meio do discurso segundo o qual o casamento paralisaria as mulheres da cintura pra baixo. Por causa disso, em busca de “sexo de boa qualidade”, a mulher trairia o marido (conforme se pode depreender com base na segunda piada). Dessa forma, enquanto nas piadas machistas é veiculado o estereótipo segundo o qual a *mulher é sexualmente disponível* (as piadas de loira são, como mostramos no capítulo anterior, um exemplo contundente), em piadas feministas como as que citamos acima, veicula-se o seguinte discurso: *a mulher tem vários parceiros sexuais*⁶⁰, ***porque é (muito) difícil encontrar um homem bom de cama.*** A título de exemplo, analisemos ainda a seguinte piada:

Saindo com o anestesista

- *Você é médico. Acertei?*

- *Puxa! Como adivinhou?*

- *Intuição feminina. E deve ser anestesista.*

⁶⁰ Assumir o estereótipo de *sexualmente disponível* é algo incompatível ao posicionamento feminista. Deste modo, a paráfrase *a mulher tem vários parceiros sexuais* pareceu-nos mais aceitável.

- *Não é possível. Como descobriu?*
- *Porque não senti absolutamente nada durante a noite toda.*

Nessa piada, um homem e uma mulher que mal se conhecem (ela não sabia, por exemplo, qual era a profissão dele antes de “adivinhá-la”) têm relações sexuais “durante a noite toda”, mas ela não sente prazer algum. Por isso, seu parceiro é comparado, ou melhor, igualado a um anestesista, a um profissional que tem por função causar a diminuição ou a ausência da sensibilidade (no caso da piada, essa insensibilidade se daria no campo sexual). *Saindo com o anestesista*, portanto, é um exemplo de piada que veicula o estereótipo de *homem sexualmente (muito) incompetente*⁶¹. Nesse sentido, é interessante observar que, para o posicionamento feminista, o culpado pelo sexo ruim é sempre o homem. Analogamente, como mostramos no capítulo 2, para o posicionamento machista a culpa é da mulher, que transaria só por compulsão (sobre isso, ver, por exemplo, os comentários na sessão 2.6.1 a respeito da análise das piadas *Como você sabe que a loira atingiu o orgasmo?* e *Qual a diferença entre uma prostituta, uma ninfomaniaca e uma loira?*).

Como mostramos, nas piadas feministas há frequentemente *uma referência àquilo que o homem machista pensa e diz sobre a mulher*, mas para *ridicularizar tal discurso*. Vejamos ainda um outro exemplo:

O que o homem entende por ajudar na limpeza da casa?

Levantar as pernas para o aspirador de pó passar.

⁶¹ Outros exemplos que veiculam esse mesmo estereótipo foram analisados na sessão 3.1: *Quando uma mulher para de se masturbar? Depois do divórcio; Por que Deus criou o homem? Porque os vibradores não substituem lâmpadas.*

Essa piada parece reafirmar o discurso machista segundo o qual *serviços domésticos são de responsabilidade exclusiva da mulher*. Entretanto, considerando o que investigamos acerca das piadas feministas, é possível afirmar que, na realidade, tal discurso é colocado em cena para rebaixar o homem, para estereotipá-lo como folgado, como alguém incapaz de ajudar sua esposa. Também, de certa forma, põe em questão a imagem da mulher como *sexo frágil*: ela limpa a casa toda sozinha enquanto o marido descansa no sofá! Em outras palavras, o discurso veiculado nas piadas feministas assim “complementa” o discurso machista: *serviços domésticos são de responsabilidade exclusiva da mulher, porque o homem é incapaz de ajudá-la*.

As piadas feministas, portanto, longe de reafirmar discursos machistas (como, às vezes, pode parecer à primeira vista), desqualificam tais discursos. Com efeito, como se trata de um discurso polêmico, traduz, como mostramos, os enunciados machistas a partir de sua posição. Afinal, como bem observa Maingueneau (1987:1997, p. 122): “Cada uma das formações discursivas do espaço discursivo só pode traduzir como ‘negativas’, ‘inaceitáveis’, as unidades de sentido construídas por seu Outro, pois é através desta rejeição que cada uma define sua identidade”.

3.4 Homem com H, Mulher com M. A polêmica como interincompreensão

(...) dizer que a interdiscursividade é constitutiva é também dizer que um discurso não nasce, como geralmente é pretendido, de algum retorno às próprias coisas, ao bom senso, etc., mas de um trabalho sobre outros discursos.

(Dominique Maingueneau, “Novas tendências em análise do discurso”).

Considerando que as condições de produção dos discursos veiculados nas/pelas piadas feministas estão relacionadas à “revolução” feminista, a seguinte pergunta poderia ser levantada: tais discursos representariam um ataque ao posicionamento machista ou uma forma de defesa? Entretanto, para Maingueneau (1984:2005a), tal questão não faz sentido

com relação a discursos como os que estão em pauta: a ameaça é recíproca e generalizada. A polêmica é constitutiva.

Por *polêmica*, o autor entende a *interpelação do adversário em uma troca regrada*. Ela é constitutiva porque é a *manifestação de uma incompatibilidade radical* entre dois posicionamentos. Assim, em uma relação polêmica, há uma *interincompreensão*: os semas positivos do discurso do Outro são “traduzidos” como negativos e, os negativos, como positivos⁶². Em sua análise sobre o humanismo devoto e o jansenismo, Maingueneau assim exemplifica tal tradução, considerando o discurso jansenista como o discurso agente:

[o enunciador jansenista deve] mostrar que a função de “harmonização” que se encontra na raiz do sistema de seu Outro associa duas categorias que devem permanecer antonímicas, e não define, pois, categorias positivas. Nessa perspectiva, o sistema humanista devoto aparece como /Mistura/ ímpia de contrários que não confessa como tal: compete então ao enunciador jansenista levar essa /Mistura/ [...] ao registro negativo; a /Moderação/, por exemplo, será analisada como uma /Fraqueza/ mascarada, a /Abundância/, como uma /Pluralidade/ etc... (ibid, p.107-108).

Por *discurso agente*, o autor entende aquele que se encontra na *posição de tradutor* (o discurso jansenista, no caso do exemplo citado acima). Em uma relação polêmica, além do discurso agente, também está envolvido o *discurso paciente*, ou seja, aquele que *é traduzido* (no exemplo em questão, trata-se do discurso humanista).

É em proveito do discurso agente que a atividade de tradução é exercida. Assim, *nas piadas de loira*, o *discurso agente é o machista*, que, como mostramos, traduz em seu favor o discurso feminista/feminino. Por sua vez, *nas piadas feministas*, o *discurso agente é o feminista*, que traduz em proveito próprio o discurso machista. Os papéis de discurso agente/paciente, portanto, não são fixos. De fato, Maingueneau (1987:1997) ressalta que, em uma relação polêmica, tais papéis se alternam constantemente.

No atual contexto de mudanças no comportamento feminino, principalmente no que se referem às conquistas sociais e profissionais, o posicionamento machista *responde àqueles discursos que lhe parece os mais ameaçadores*. Daí que as piadas de loira estereotipam as mulheres como *burra e fácil*. Conforme concluímos a respeito de nossas

⁶² Na sessão 2.2.2, discutimos o processo de interincompreensão, bem como o sentido de “tradução”, na teoria proposta em Maingueneau (1984:2005a).

análises sobre tais piadas (cf. sessão 2.6.2), dentro do fechamento semântico do posicionamento machista, é inconcebível que a mulher atual seja representada como *bem-sucedida* e *independente*. Mesmo que a conjuntura não seja mais a mesma, há de se explicar as mudanças com base no sistema de restrições machista. *É burra e é fácil* é, portanto, o que *pode ser dito* segundo esse posicionamento.

Analogamente, do ponto de vista do posicionamento feminista, há discursos igualmente inaceitáveis com relação ao seu Outro. Dessa forma, a enunciativa das piadas feministas também o interpela segundo uma troca regrada, ou seja, “compreende” os enunciados machistas no interior do fechamento semântico de seu posicionamento. Resultado: constrói simulacros do discurso masculino/machista. Dessa forma, para compreender como se dá essa tradução, é necessário investigar questões relativas ao funcionamento da estereotipia nesses textos.

O objetivo das próximas sessões é justamente identificar os estereótipos veiculados em tais piadas. Para isso, recorreremos mais uma vez à teoria proposta por Possenti (2002), para quem as piadas funcionam com base em um *estereótipo oposto* (um simulacro) e em um *estereótipo básico* (um traço de identidade). Conforme explicamos na sessão 2.6.1, de acordo com o autor, para compreender o funcionamento da estereotipia em piadas é preciso seguir dois passos fundamentais: i) *verificar o que é posto em questão pelas piadas*; ii) e *descobrir quais são os traços que constituem o seu imaginário, ou seja, quais são os lugares comuns com relação àquilo que está posto em questão*. Como as piadas feministas veiculam representações negativas a respeito do homem contemporâneo (cf. o quadro da sessão 3.2), acreditamos que elas *colocam em questão justamente o comportamento masculino atual*.

Assim, com o propósito de descrever tal comportamento, na sessão subsequente iremos investigar, com base em Nolasco (1995), *quais são os lugares comuns sobre o homem atual*. Dessa forma, poderemos então descobrir quais são os estereótipos básicos envolvidos nas piadas feministas e, finalmente, compreender o funcionamento da estereotipia nesses textos (sessão 3.6).

3.5 Porque eu sou é homem. Os lugares comuns sobre o homem atual

(...) *esses enunciados têm um “direito” e um “avesso” indissociáveis: deve-se decifrá-los sobre seu “direito” (relacionando-os a sua própria formação discursiva), mas também sobre seu “avesso”, na medida em que estão voltados para a rejeição do discurso de seu Outro.*
(Dominique Maingueneau, “Gênese dos Discursos”).

Em uma discussão a respeito dos reflexos e dos impactos gerados pelo machismo sobre o homem contemporâneo, Nolasco (1995) chama a atenção para o fato de as principais referências para a construção do modelo de comportamento dos homens ainda serem o *trabalho* e o *desempenho sexual*: “A mesma expectativa de positividade de desempenho pode ser observada nos domínios profissional e sexual”, compara (NOLASCO, 1995, p. 67).

Para os homens, o trabalho teria, nas palavras do autor, uma espécie de “dimensão cartográfica”, já que definiria a linha divisória entre o espaço público e o espaço privado. Além disso, teria também uma dupla função para a vida masculina: seria o eixo por meio do qual se estruturariam seu modo de agir e de pensar e inscreveria sua subjetividade no campo da *disciplina*, do *método* e da *violência*. Nesse sentido, o autor observa que, para reafirmar sua postura soberana, é comum que os homens adotem atitudes agressivas e até mesmo violentas⁶³:

Pela maneira como os homens expressam, no trabalho, os jogos de poder, percebemos que a tensão é gerada tanto pela competitividade quanto pelo desejo de serem reconhecidos como os primeiros. A premissa de que vivem prestes a ser atacados faz com que adotem comportamentos defensivos, deslocando esta ameaça para situações competitivas vividas no trabalho (...) A violência move e

⁶³ Comparando tais atitudes violentas àquelas praticadas em guerras, o autor faz uma interessante observação a respeito dos termos utilizados para referir-se ao ato de trabalhar: “Para os homens, a linguagem do trabalho tem sido a linguagem das guerras e da expressão da soberania, utilizada para minimizar o sentimento de fragilidade e impotência que sentem diante da finitude da vida. ‘Lutar’, ‘vencer’, ‘batalhar’ são termos comumente usados para referirem ao trabalho, contextualizando-os no panorama de pequenas guerras, ações violentas e massificantes” (ibid., p. 63).

sustenta a balança de poder entre os homens, na medida em que funciona como dispositivo para reverter ou manter determinada correlação de forças que lhes é solicitada socialmente. O apelo é para que ocupem posições de prestígio e nelas sejam soberanos. (ibid, p. 60-61)

O trabalho define a primeira *marca de masculinidade*, conforme bem observa Nolasco, que ressalta o *status de independência financeira* que a atividade profissional confere ao homem. Desde pequenos, os garotos crescem assimilando a ideia de que, por meio do trabalho, serão reconhecidos como homens. Inclusive, o fio condutor para o sucesso, conforme assevera o autor, seria a *preparação para o trabalho* e também para a *iniciação sexual*. No que diz respeito a essa última área, é também desde cedo que os meninos convivem com o discurso da incitação sexual: espera-se que *tenham muitas namoradas, iniciem o mais precocemente possível a vida sexual e sejam ótimos amantes*. Por outro lado, com relação às mulheres, as características esperadas são: a *passividade*, a *submissão* e a *quietude*. Tal diferenciação de papéis é realçada o tempo todo, seja pela família, seja pela escola, enfim, por toda a sociedade:

O cotidiano dos meninos está permeado por observações tais como: “isto é brinquedo de menina”, “menino não chora”, “menino não abraça nem beija outro menino, só os maricas”, “você transou com ela? Não? É muito bobo!”, “você é um medroso, parece mulher”. Enfim, uma gama de afirmações (...) fará crer aos meninos que existe um homem viril, corajoso, esperto, conquistador, forte, imune a fragilidades, inseguranças e angústias. (ibid., p. 42)

Mantendo o paralelo entre o trabalho e o campo sexual, Nolasco observa ainda que a *necessidade de dominação*, de *ascendência* e de *controle de um sobre o outro* é um parâmetro em ambas as áreas: “Ativo-passivo, patrão-empregado, homem-mulher são percebidos e apreendidos pelos homens como pares de opostos, muito mais do que expressão de dinâmicas subjetivas e culturais” (ibid., p. 67). Dessa forma, no que diz respeito ao campo sexual, observa que os homens *limitam seu prazer a dominar e a subjugar*, “reproduzindo no âmbito privado o que se passa na esfera pública” (ibid., p. 71).

É lugar comum, portanto, a figura do *homem dominador*, no que se refere aos *campos sexual e profissional*. Como vimos, a ele estão associadas características que sugerem a supremacia masculina nessas duas áreas: “O imaginário masculino está

permeado por marcas de força, poder e dominação”, sintetiza Nolasco (idem, ibidem). Entretanto, o lugar comum em pauta é posto em questão pelas piadas feministas, que representam os homens como incompetentes tanto no campo profissional, quanto principalmente na área sexual. Inicialmente, vejamos um exemplo do primeiro caso:

Descoberta científica

Duas mulheres conversando:

- Os cientistas descobriram algo que consegue fazer o trabalho de cinco homens.

- É mesmo? E o que é?

- Uma mulher.

Em piadas como essa, os homens são representados, conforme já mostramos anteriormente (sessão 3.2), como profissionalmente incompetentes – ou bem menos competentes que a mulher. Não são retratados, portanto, por meio de traços, como os que vimos com base em Nolasco (1995), que indiquem competitividade, prestígio, desejo de serem reconhecidos como os primeiros, etc... Afinal, seriam necessários cinco homens para fazer o trabalho de uma única mulher! Tal estereótipo de incompetente é ainda mais abundantemente encontrado nas piadas feministas com relação à área sexual:

A maioria dos homens é do tipo DVD (Deita, Vira e Dorme). Raro é encontrar homem do tipo VHS (Várias Horas de Sexo).

A brincadeira com as siglas DVD (*Digital Video Disc* ou *Digital Versatile Disc*) e VHS (*Video Home System*) assume conotações sexistas: não estão relacionadas a mídias e, sim, ao desempenho sexual do homem. Longe de serem ótimos amantes, a piada

(que explora a cenografia de “frase célebre”) põe isso em questão e veicula o estereótipo de *homens incompetentes*. Nesse sentido, tudo aquilo que geralmente está relacionado ao bom desempenho sexual também é ridicularizado pelas piadas:

O que os homens têm no meio das pernas?

Um morto e duas testemunhas.

A respeito dos órgãos genitais masculinos, Nolasco (1995, p. 41) observa que é tamanha a importância que os homens dão a eles “que se referem aos mesmos não como parte do corpo, mas como um outro”. Na piada acima, tal representação é exagerada, uma vez que sugere não apenas “um outro” e, sim, “três outros”: um morto e duas testemunhas! Dessa forma, a piada ridiculariza o homem e, longe de elogiar o desempenho masculino, na verdade, ela o coloca em questão.

Antes mesmo da expectativa de positividade de desempenho nos domínios profissional e sexual, Nolasco observa que a visão de mundo que os homens vão construindo inicia-se com a *crença de sua superioridade como gênero*. Nesse sentido, o autor chama a atenção para o fato de que, desde pequenos, os meninos são alimentados por fantasias de *onipotência e senhorilidade*: “Os meninos crescem estimulados a contar vantagens e méritos. O padrão masculino inicia-os em um mundo onde acreditam ser os melhores só por serem homens” (ibid., p. 43). Tal lugar comum, entretanto, é colocado em questão por piadas feministas como a que segue:

Por que os homens são como os animais?

Porque apesar de serem desarrumados, insensíveis e potencialmente violentos dão excelentes animais de estimação!

Esse exemplo explicita que as piadas feministas ridicularizam os homens caracterizando-os não apenas com base em uma inferioridade como gênero: *eles seriam inferiores em todos os sentidos!* Com efeito, na piada acima, além de estereotipados segundo representações comumente atribuídas ao gênero masculino – desarrumados, insensíveis e potencialmente violentos –, os homens são rebaixados a animais. Eis outros exemplos bastante representativos:

Por que até as pilhas são melhores que os homens?

Porque elas têm um lado positivo.

Por que os homens não se deitam na areia da praia?

Porque têm medo de que os gatos os enterrem.

Qual a semelhança entre um homem um espermatozoide?

Ambos têm uma chance em um milhão de se tornarem seres humanos.

Uma das poucas piadas femininas que se baseiam em jogos de palavras, a primeira do conjunto acima explora os sentidos de “lado positivo”: pode referir-se, no contexto em questão, tanto ao cátodo (pólo positivo de uma pilha) quanto a uma forma favorável de ver os homens – que, na verdade, não existiria, já que até as pilhas seriam melhores do que eles... A segunda piada, por meio de uma inferência, compara os homens a excrementos (afinal, é isso o que os gatos costumam enterrar na areia...); na terceira, embora não sejam comparados a animais ou a objetos, eles também não são representados como seres humanos (se o homem tem uma chance – muito rara – de *se tornar* um ser humano, é porque, evidentemente, ele não o é).

Como já identificamos quais são os *estereótipos básicos* envolvidos nas piadas feministas, temos, portanto, subsídios para compreender o funcionamento da estereotipia nesses textos. É este o objetivo do próximo tópico.

3.6 Tradução de discursos. I've got to be a macho man!

*(...) A experiência pessoal nas reuniões entre homens evidencia em primeiro lugar que compartilhamos os mesmos problemas (...): a necessidade de nos mostrarmos sempre fortes e capazes; de limitarmos a expressão de nossos sentimentos; de vivermos quase que exclusivamente em campos competitivos; de funcionarmos como servidores da mulher; de sermos permanentemente provedores; de nos ocuparmos apenas de “coisas sérias”, como trabalho, política etc.; e de perdemos o contato sensível com o que nos rodeia, filhos, amigos, natureza, estando proibidas entre os homens expressões tais como “fracassei”, “não sei”, “me equivoquei”, “não posso”.
(Rodolfo Hamawi, “Que querem os homens?”).*

Como vimos, a identidade do homem contemporâneo ainda se baseia em valores machistas, com destaque para a *expectativa de positividade de desempenho nos domínios profissional e sexual*, bem como na *crença de sua superioridade como gênero*. Tais valores, como mostramos, são postos em questão pelas piadas feministas.

No que diz respeito ao tema da superioridade masculina, mostramos nas sessões 3.1 e 3.2 que as piadas procuram estereotipar os homens segundo uma suposta inferioridade: os representam como *parvos, insensíveis, feios, mau caráter, imaturos, pouco espertos*, etc... Entretanto, como mostramos na sessão anterior, as piadas feministas não ridicularizam os homens caracterizando-os apenas com base em uma inferioridade como gênero. Mais do que isso, veiculam o *oposto mais rebaixado possível* (POSSENTI, 2002), representando-os como *inferiores em todos os sentidos*. Em outras palavras, o posicionamento feminista traduz as imagens de machismo e virilidade – que o posicionamento machista “entende” como atributos que tornam os homens superiores – com base em um simulacro.

Analogamente, no que se refere ao tema da dominação masculina, mostramos nas sessões 3.1 e 3.2 que as piadas procuram representar os homens como dominados. Mas não ficam só nisso. Mais do que ser dominado pela mulher, as piadas caracterizam os homens como *incompetentes* (principalmente no campo sexual). Assim, o discurso machista segundo o qual os homens dominariam os campos profissional e sexual porque mostrariam desempenho sempre (muito) positivo nessas áreas é traduzido da forma mais rebaixada possível: eles não teriam como ocupar tais posições de dominação porque seriam extremamente incompetentes, principalmente no campo sexual.

O quadro abaixo permite uma melhor visualização no que diz respeito à estereotipia envolvida nas piadas feministas:

Estereótipo básico	Característica oposta	Oposto mais rebaixado possível (estereótipo oposto ou simulacro)
Homem dominador	Homem dominado	Homem incompetente (principalmente no campo sexual)
Homem superior como gênero	Homem inferior como gênero	Homem inferior em todos os sentidos

Com efeito, para o posicionamento feminista, não é possível aceitar principalmente os discursos relativos à *dominação machista*, bem como à suposta *superioridade do sexo masculino*. Como é possível depreender com base no quadro apresentado na sessão 3.2, o posicionamento feminista representa o homem segundo características que o rebaixam e que colocam em questão justamente os discursos da dominação e da superioridade masculina: discursos que lhe parecem os mais ameaçadores.

Realmente, como as condições de produção dos discursos das piadas feministas estão relacionadas à “revolução” feminista, tais piadas reagem aos discursos machistas principalmente por meio da veiculação dos estereótipos de *homem incompetente (principalmente no campo sexual)* e de *homem inferior (em todos os sentidos)*, já que esses

estereótipos põem em questão justamente os valores machistas. Afinal, um homem com essas características não teria como corresponder à expectativa de positividade de desempenho nos domínios profissional e sexual, tampouco poderia satisfazer as necessidades machistas de dominação, de ascendência e de controle de um sobre o outro.

Na próxima sessão, a tradução que o posicionamento feminista faz do discurso machista será analisada por meio de uma outra perspectiva: o ethos discursivo. Com base nessa noção, será possível verificar como a fiadora dos discursos veiculados nas/pelas piadas feministas – a enunciadora feminista – atesta o que é dito a respeito do homem machista.

3.7 Os ethe explorados nas piadas feministas: o homem em cena

(...) A perspectiva que defendo ultrapassa em muito o domínio da argumentação. Para além da persuasão por meio de argumentos, essa noção de ethos permite refletir sobre o processo mais geral de adesão dos sujeitos a um certo discurso.

(Dominique Maingueneau, “A propósito do ethos”).

Quando Lady Macbeth pergunta ao marido se ele é um homem, ela confronta o que ele está sendo com o que ele deveria ser, e estabelece com isto o receio de uma desmoralização.

(Sócrates Alvares Nolasco, “O mito da masculinidade”).

Com base no conceito de ethos, tal como desenvolvido por Maingueneau (1984:2005a; 1998:2008; 1999:2005b; 2006a; 2006b)⁶⁴, o objetivo deste tópico é analisar a imagem do homem contemporâneo que é veiculada por meio das piadas feministas, já que tal imagem está diretamente relacionada à legitimação desses discursos. Com isso, será possível verificar como a fiadora dos discursos veiculados nas/pelas piadas feministas – a enunciadora feminista – atesta o que é dito a respeito do homem machista. Ressaltamos que

⁶⁴ Sobre a noção de ethos e também de cenografia, ver a sessão 2.5.2 deste trabalho.

nosso objetivo é compreender aspectos relativos aos processos de tradução de um determinado posicionamento (feminista, no caso).

Para dar início às análises, retomaremos a piada *Formando fila*, discutida na sessão 3.2, a propósito da investigação acerca dos discursos mais frequentemente veiculados nas/pelas piadas feministas:

Formando fila

Tumulto na porta do céu. De repente, São Pedro grita:

- Bem, pessoal, vamos organizar essa bagunça! Quero que vocês formem duas filas: os homens que sempre foram dominados por suas mulheres aqui e aqueles que nunca foram dominados por suas mulheres fiquem ali.

Alguns minutos depois, existia uma fila enorme no local dos dominados e somente um sujeito mirradinho no lado dos que nunca foram dominados.

- Muito bem! - continuou São Pedro, enérgico. - Vocês deveriam ter vergonha! Deus criou vocês à sua imagem e semelhança e vocês se deixaram dominar, ora! Mas, felizmente, nem tudo está perdido! Temos pelo menos um aqui que honrou os desígnios do Senhor. - e virando-se para o sujeito. - Meu amigo, diga para os outros, o que você fez para merecer este lugar?

- Eu não sei, foi a minha mulher que me mandou ficar aqui!

No que diz respeito ao quadro cênico, a piada em pauta explora a cenografia de “diálogo”. O leitor/ouvinte, ao acompanhar o “diálogo” entre São Pedro e o único homem que está na fila dos não-dominados, constrói uma imagem a respeito desse último por meio de seu *tom*, de seu *caráter* e de sua *corporalidade*: o homem explica em *tom resignado* que está na fila porque foi sua mulher quem mandou. Depreende-se, assim, um *caráter obediente, submisso* e um *corpo frágil, fraco* (descrito inclusive como “mirradinho”).

A *maneira de ser* explorada pela piada acima põe em questão o modelo de homem que é valorizado socialmente, a saber, do *homem dominador*. Tal representação,

evidentemente, desmoraliza o homem machista uma vez que coloca em xeque um traço que seria constitutivo de sua identidade⁶⁵. Nesse sentido, não muito diferente é a imagem explorada pela piada abaixo:

O homem dinamite

O cara era fisiculturista, daqueles cheios de músculos, parecido com o Arnold Swarchenegger. Na academia, conheceu uma garota muito feminista. Papo vai papo vem, conseguiu convencer a moça a sair com ele. Depois da noitada, acabaram no motel. Todo exibido, querendo mostrar seus músculos, ele tirou a camisa, flexionou o bíceps e disse:

- Tá vendo isto? É dinamite pura!

A mocinha não gostou, mas não falou nada. Ele, então, mostrou o abdome tipo tanquinho e provocou:

- Aqui, mais dinamite!

A feminista começou a se perguntar por que tinha aceitado sair com aquele mala. Enquanto isso, ele tirou a calça, mostrou os músculos das coxas e disse:

- Olha só: mais dinamite!

Finalmente, tirou a cueca. A feminista, que já estava de saco cheio daquele homem, ficou completamente abismada com o que viu. No mesmo instante, saiu correndo do quarto e começou a gritar pelos corredores:

- Socorro! Esvaziem o motel! Meu apartamento tá cheio de dinamite e o que é pior: o pavio é bem curtinho!

Por meio de descrições como “fisiculturista, daqueles cheios de músculos”, “parecido com o Arnold Swarchenegger” (ator e governador do estado da Califórnia, considerado um dos nomes mais importantes da história do fisiculturismo), a piada explora um ethos (dito) de *homem másculo*, que vai se confirmando à medida que o homem leva a

⁶⁵ Ressaltamos que o propósito das piadas é fazer rir. Conforme afirmamos ao longo deste trabalho, as piadas veiculam representações exageradas, baseadas em estereótipos. É fundamental ter isso em mente quando nos referimos à questão da desmoralização neste tópico.

garota para o motel e começa a exibir o corpo forte e musculoso (que ele teria conseguido com o uso de “dinamite” – uma referência aos anabolizantes, comumente conhecidos como “bombas”). Realmente, a valorização da força física é um dos principais traços da representação masculina, conforme critica Nolasco (1995, p. 38), que aponta também para a questão do tamanho do pênis (ibid., p. 41). Esse último traço, porém, é ridicularizado pela piada, que representa metaforicamente o fisiculturista com um “pavio” muito curto. Dessa forma, seu corpo aparentemente tão másculo revela, assim, uma característica que põe em xeque uma representação típica do caráter viril do homem.

Defendemos com Maingueneau (1984:2005a, p. 63) que a desmoralização do homem machista é uma regra nesses textos: “Longe de crer que as regras ‘variam sem cessar com a própria variação’, preferimos pensar que, para a maior parte dos enunciados de uma formação discursiva, elas não se modificam”. Dessa forma, supondo que houvesse espaço em nosso trabalho para submeter todo o nosso *corpus* a análises como as que fizemos neste tópico, não chegaríamos a outra conclusão se não a que obtivemos por meio das análises de *Formando fila* e *O homem dinamite*. Com o propósito de evidenciar tal afirmação, submetamos mais algumas piadas a esse tipo de análise, o que contribuirá também para mostrar que, segundo o posicionamento feminista, a desmoralização masculina dá-se nos mais diferentes campos:

Confissões da terceira idade

A velhinha pergunta para o marido moribundo:

- *Meu bem, depois de 40 anos de casado, me satisfaça uma curiosidade. Você já me traiu alguma vez?*

- *Sim, querida! Uma única vez! Lembra-se quando eu trabalhava na Nestlé e tinha uma secretária chamada Margarida?*

- *Lembro.*

- *Pois é... Aquele corpo já foi todinho meu!*

Alguns segundos depois, é ele quem pergunta:

- *E você, minha velha, já me traiu alguma vez?*

- Sim, meu bem! Uma única vez! Lembra-se quando a gente morava na Vila Andrade, em frente ao Corpo de Bombeiros?

- Lembro - responde o moribundo.

- Pois é... Aquele corpo já foi todinho meu!

Em *Confissões da terceira idade*, embora ambos sejam velhos, a piada constrói corporalidades diferentes em relação à mulher e ao homem: aquela é descrita apenas como “velhinha” e este como “moribundo”. Tal característica, inicialmente, faz supor apenas que ele esteja bem pior de saúde do que ela. Entretanto, quando se considera a questão da traição, a piada *mostra* o marido como alguém com pouco vigor principalmente no campo sexual: ele teve um único caso extraconjugal, ao passo que a mulher teve vários (saiu com todo o corpo de bombeiros). Contudo, apesar de ter sido traído várias vezes, o tom do marido é de *conformismo* ou mesmo de *indiferença*: a mulher confessa que o traiu e, no mesmo turno de fala, pergunta se ele se lembra do endereço onde moravam; o marido, longe de esboçar qualquer reação de indignação, limita-se a responder que lembra. A velhinha, então, imita a resposta que o marido deu – “Aquele corpo já foi todinho meu!” – mas o faz num tom que se pode caracterizar como *debochado* (afinal, ela não está se referindo ao corpo do único homem com quem traiu o marido e, sim, ao corpo de bombeiros!).

Na piada em pauta, a desmoralização está relacionada, portanto, à traição feminina. Para o posicionamento machista, trata-se possivelmente de uma das piores formas de desmoralização, conforme se pode depreender com base em Nolasco (1995, p. 141, destaque do autor): “(...) A hipótese de ser traído, desmoralizado, deixa os homens extremamente mobilizados e impelidos a reagir. O argumento em defesa da própria *honra* se apresenta como justificativa para isentar o agressor de punição”. Se *ser traído* é algo tão inadmissível do ponto de vista masculino, o mesmo não ocorre com relação a *trair a mulher*:

Os homens crescem sendo incentivados a *enganar* uma mulher, bem como desenvolvem atitudes agressivas de modo a evitar o inverso: ser *enganado* por elas. (...) Se ao traír os homens se sentem engrandecidos, quando traídos sentem-se esvaziados e sem controle (idem, ibidem).

Nesse sentido, cabe ainda uma observação. É interessante o fato de haver um termo pejorativo para fazer referência aos homens que acabam perdoando a traição de suas companheiras: *cornio manso*. Em contrapartida, não há nem um estereótipo semelhante para referir-se às mulheres que façam o mesmo com relação a seus companheiros. Tal fato parece evidenciar o quanto a traição feminina é ainda bem menos aceita socialmente do que a masculina. Feita essa observação, cabe ainda ressaltar que, na piada acima, o tom de fala do marido traído não é casual: “A maneira de dizer, de uma certa forma, é também a mensagem”, defende Maingueneau (2006b, p. 64). Dessa forma, na posição de homem traído, um homem que reage por meio de um tom que demonstre conformismo ou indiferença, falaria como um “cornio manso”. Analogamente, também não é à toa que a mulher, na referida piada, conta sobre a sua traição num tom debochado: isso contribui com a desmoralização do homem empreendida pelo posicionamento feminista. Nas palavras de Maingueneau:

O “modo de enunciação” obedece às mesmas restrições semânticas que regem o próprio conteúdo do discurso. Não somente o modo de enunciação torna-se frequentemente tema do discurso, mas, além disso, esse conteúdo acaba por “tomar corpo” por toda parte, graças ao modo de enunciação: os textos falam de um universo cujas regras são as mesmas que presidem sua enunciação (MAINGUENEAU, 1984:2005a, p. 97).

Nas piadas feministas, é possível depreender a construção de uma imagem distorcida, negativa, com a qual o homem machista jamais se identificaria. Trata-se, portanto, de um *antiethos* (nos termos de MAINGUENEAU, 1999): uma imagem criada pelo discurso adversário com a finalidade de desqualificar o seu oponente. Dessa forma, buscando desqualificar o seu Outro, o posicionamento feminista veicula, então, a imagem do *homem desmoralizado*. Realmente, a respeito da relação entre o homem e o receio da desmoralização, Nolasco (op. cit., p. 129) afirma que essa última é: “um temor com o qual os homens ainda têm dificuldade em lidar”, “um receio peculiar, presente no universo

masculino, que se materializa na relação com as mulheres e contra o qual os homens simulam diferentes formas de defesa” (idem, *ibidem*).

Isso posto, prossigamos nossas análises, considerando agora uma piada cuja cenografia não seja a de “diálogo”. Com isso, objetivamos mostrar que a questão da desmoralização está presente em todas as piadas feministas, independentemente da cenografia que é explorada:

Como uma mulher sabe que um homem está mentindo?

Quando seus lábios estão se mexendo.

Essa piada explora a cenografia de “adivinha”⁶⁶. A pergunta leva o leitor/ouvinte a tentar estabelecer alguma relação entre os conhecimentos da mulher e a capacidade de detectar a mentira no homem. A solução, porém, baseia-se no estereótipo segundo o qual os homens mentiriam muito (daí que basta que falem, que seus lábios se mexam, para que a mulher saiba que estão mentindo). É, portanto, com base na exploração de um *ethos pré-discursivo do homem* que essa piada funciona. Na verdade, ela explora o *ethos do homem machista* não para confirmá-lo e, sim, para desmoralizar o homem. Mostremos.

Nolasco (*ibid.*, p. 94), a respeito da identidade do homem brasileiro, observa que: “A expectativa de que aqui os homens sejam ‘safos’, ‘espertos’, ‘tenham jogo de cintura’ e ‘consigam ser ludibriadores’ nos chega como atributos conferidos a suas identidades”. Entretanto, em piadas como a que está em pauta, tais características – que compõem o *ethos do homem machista* – são traduzidas de modo a desmoralizar o homem. De fato, mostramos ao longo das sessões 3.3 e 3.5 que a enunciadora das piadas feministas traduz os enunciados machistas no interior do fechamento semântico de seu posicionamento. Dessa forma, caracteriza os homens como mentirosos não para endossar

⁶⁶ Fizemos algumas considerações a respeito de tal cenografia a propósito das piadas de loira (ver sessão 2.5.3).

que eles sejam espertos e consigam ser ludibriadores – o que seria incompatível ao posicionamento feminista –, mas para defender que eles não são nem um pouco confiáveis (afinal, todas as mulheres já sabem que eles mentem). Assim, conseqüentemente, os homens não conseguiriam ludibriar ninguém, principalmente as mulheres: estariam completamente desacreditados.

Ainda com relação à piada em pauta, é interessante notar que o termo “homem mentiroso” tem explorações semânticas contraditórias dependendo da posição discursiva a ser considerada: para o posicionamento machista, tal expressão assume um valor positivo, já que é traduzida como “homem esperto”, “que tem jogo de cintura”. Em contrapartida, o posicionamento feminista traduz essa expressão como “não-confiável”, “desacreditado”. A respeito da relação entre o léxico e o posicionamento discursivo, Maingueneau enfatiza que:

Não há muito sentido em falar do vocabulário de tal ou tal discurso, como se um discurso possuísse um léxico que lhe fosse próprio. De fato, **o mais frequente é que haja explorações semânticas contraditórias das mesmas unidades lexicais por diferentes discursos** (MAINGUENEAU, 1984:2005a, p. 83, grifos nossos).

Com base nas análises apresentadas, podemos concluir, portanto, que a semântica que rege os discursos veiculados nas/pelas piadas feministas sobre os homens está relacionada à *desmoralização do homem machista*. “Planos” do discurso como, por exemplo, o *modo de enunciação*, o *quadro cênico* e o *ethos* são regidos por essa mesma semântica, conforme mostramos. Com efeito, por meio das análises empreendidas neste tópico, vimos que as piadas exploram imagens do homem que põem em questão modelos ainda socialmente valorizados, como: i) *dominador*; ii) *extremamente viril*; iii) *que trai a mulher (em todos os sentidos, principalmente no campo sexual)*. Trata-se, pois, de traços com os quais o discurso machista tipicamente caracteriza o homem. Com base neles, o discurso feminista – que partilha do mesmo espaço discursivo do discurso machista – constrói simulacros do discurso de seu adversário, conforme mostramos.

Nas piadas feministas, portanto, não é possível identificar indícios da maneira de dizer do discurso machista. O que encontramos foram simulacros desse discurso. Por

meio de um processo de interincompreensão regrada, o posicionamento feminista traduz os discursos relativos à dominação machista e à suposta superioridade do sexo masculino como *incompetência principalmente no campo sexual e inferioridade em todos os sentidos*, como mostramos na sessão 3.6. Para o posicionamento machista, tais representações constituem provavelmente as piores formas de desmoralização possíveis para um homem. Para o posicionamento feminista, trata-se de uma forma de constituir e preservar sua identidade no espaço discursivo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Não tivemos como objetivo comparar os posicionamentos machista e feminista, mas estudá-los a partir de uma interação fundada sobre um processo de interincompreensão regrada. A principal diferença entre um procedimento e o outro é a consideração de uma teoria que levasse em conta as relações interdiscursivas.

Ao apreender o espaço discursivo como *um modelo simétrico de interação conflituosa entre dois discursos* (MAINGUENEAU, 1984:2005a), os estereótipos presentes nas piadas de loira e nas piadas feministas foram compreendidos como um processo de tradução no que se referem, respectivamente, aos estereótipos com os quais as mulheres e os homens contemporâneos se identificam (os *estereótipos básicos*, nos termos de POSSENTI, 2002). Dessa forma, foi possível concluir que a representação da loira como uma mulher *burra* e *“fácil”* é o simulacro da mulher *bem-sucedida* e *independente* que vem conquistando o seu espaço social. Analogamente, a representação do homem como *incompetente (principalmente no campo sexual)* e *inferior (em todos os sentidos)* é o simulacro do homem *dominador* e *superior como gênero*, que ainda encontra espaço em nossa sociedade.

É importante ressaltar que o estudo do confronto entre dois posicionamentos opostos entre si é bastante peculiar quando os *corpora* considerados são piadas. Diferentemente de uma análise como a empreendida por Maingueneau (1984:2005a), que estudou a relação interdiscursiva entre o humanismo devoto e o jansenismo – discursos religiosos, portanto –, não é possível considerar que quem conta uma piada visa “apanhar publicamente um erro, colocar o adversário em situação de infração...” (ibid., p. 114). Com isso, estamos afirmando que quem conta uma piada de loira não visa necessariamente atacar as mulheres, assim como contar piadas feministas pode não ter como objetivo atacar os homens: as piadas são *non-bona-fide* (ou seja, elas não são “para valer”, como mostramos no capítulo 1). O propósito das piadas é, conforme enfatizamos ao longo deste trabalho, suscitar o riso. A graça está na técnica, não na forma (ou seja, não está nos discursos veiculados), já dizia a tese de Freud (1905:1996), que Raskin (1985) expandiu com base na sua teoria sobre os gatilhos, conforme mostramos.

Entretanto, sendo os posicionamentos historicamente constituídos, como bem mostrou Pêcheux em sua AAD-69, as condições de produção dos discursos – inclusive dos discursos veiculados nas/pelas piadas – não são apenas circunstanciais, mas principalmente históricas. Em outras palavras, há um motivo para a veiculação dos discursos que as piadas fazem circular, como mostramos. De certa forma, Bergson (1900:1993) compartilhava da mesma ideia quando defendeu que *o nosso riso é sempre o riso de um grupo*.

Ao considerarmos o espaço de trocas entre o discurso machista e o discurso feminista nos textos de humor, esperamos ter contribuído de alguma forma com os estudos interdiscursivos. Ao optarmos por empreender tal análise tendo como *corpora* conjuntos de piadas, ao lado de trabalhos como os de Possenti (1998), Perez (2000), Folkis (2004), Conde (2005), entre outros, esperamos ter contribuído para que essas peças textuais possam ser consideradas como o *corpus* discursivamente rico que são (infelizmente, sua relevância é ainda posta em questão por aqueles que não conseguem separar o aspecto lúdico da piada, do discurso “sério” que ela veicula...).

Com efeito, as piadas mobilizam discursos polêmicos, operam com estereótipos (que, por sua vez, estão relacionados a preconceitos), enfim, retomam discursos profundamente arraigados (cf. POSSENTI, 1998). Por veicularem apenas discursos que circulam socialmente, ou seja, que efetivamente existem, que não foram inventados pelas piadas, a análise desse material com base nas teorias do discurso permite compreender melhor aspectos relativos ao funcionamento discursivo bem como da sociedade. Desse modo, nosso trabalho mostrou duas formas antagônicas de representação da mulher.

Representação visando ao rebaixamento: nas piadas de loira, constatou-se a veiculação de um discurso machista, que representa negativamente a mulher. Nas piadas feministas, observou-se *o outro lado*, o ponto de vista das mulheres, uma representação, portanto, positiva. O que evidencia que as conquistas sociais e profissionais que as mulheres vêm obtendo principalmente nas últimas décadas refletem-se também no plano discursivo: não há mais um ponto de vista assimétrico, em que a mulher era representada apenas segundo a tradução feita pelo posicionamento machista. No espaço discursivo, posicionamento machista e posicionamento feminista interagem de maneira conflituosa, recusam-se mutuamente. E se constituem.

A nosso ver, análises que tenham como *corpora* piadas que envolvam posicionamentos que se manifestem em uma relação marcadamente polêmica ajudam a compreender as relações interdiscursivas entre tais posicionamentos, bem como questões relativas aos estereótipos que as piadas veiculam – e mesmo referentes à sociedade. Consequentemente, podem ajudar a mudar a relação preconceituosa que ainda há quanto a considerar as piadas no meio acadêmico.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMEIDA, J. **Achados chistosos da psicanálise na escrita de José Simão**. São Paulo: Educ, 1998.

AMOSSY, R.; PIERROT, A. H. **Estereótipos y clichés**. Buenos Aires: Eudeba, 2001.

ARAÚJO, E. A arte da sedução: sexualidade feminina na colônia. In: PRIORE, M. (org.); BASSANEZI, C. (coord. de textos). **História das mulheres no Brasil**. 9. ed. São Paulo: Contexto, 2007, p. 45-77. Edição original: 1997.

AUSTIN, J. L. **Quando dizer é fazer: palavras e ação**. Trad. de Danilo Marcondes de Souza Filho. Porto Alegre: Artes Médicas, 1990. Edição original: 1962.

BAKHTIN, M. (VOLOCHINOV, V.N.). **Marxismo e filosofia da linguagem**. Nova Edição. Trad. Michel Lahud e Yara F. Vieira. São Paulo, Hucitec/Annablume. 2002. Edição original: 1929.

BERGSON, H. **O riso – ensaio sobre o significado do cômico**. Trad. Guilherme de Castilho. 2ª. ed. Lisboa: Guimarães Editores, 1993. Edição original: 1900.

BRANDÃO, H. H. N. **Introdução à Análise do Discurso**. 8ª. ed. Campinas: Editora da Unicamp, 2002. Edição original: 1991.

CHARAUDEAU, P.; MAINGUENEAU, D. **Dicionário de análise do discurso**. Coordenação da tradução: Fabiana Komesu. 2ª. edição. São Paulo: Contexto, 2006. Edição original: 2004.

CHOMSKY, N. **Aspectos da teoria da sintaxe**. Tradução José António Meireles e Eduardo Paiva Raposo. 2. ed. Coimbra: Arménio Amado, 1978. Edição original: 1965.

CONDE, G. **Piadas regionais: o caso dos gaúchos**. 2005. Dissertação (Mestrado em Linguística) – Instituto de Estudos da Linguagem, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2005.

COURTINE, J-J. **Analyse du discours politique** ; le discours comuniste adressé aux chrétiens. In *Langages*, n.62, Paris, Didier-Larousse, 1981.

DUCROT, O. **O Dizer e o Dito**. São Paulo: Editora Pontes, 1987. Edição original: 1984.

FOLKIS, G. M. B. **Análise do discurso humorístico: as relações marido e mulher nas piadas de casamento**. 2004. Tese (Doutorado em Linguística) – Instituto de Estudos da Linguagem, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2004.

FOUCAULT, M. **Arqueologia do saber**. Trad. L. F. Baeta Neves. Petrópolis (RJ): Editora Vozes, 1971. Edição original: 1969.

_____. Não ao sexo rei. In: **Microfísica do Poder**. Organização, Introdução e Revisão Técnica de Roberto Machado. 12. ed. Rio de Janeiro (RJ): Graal, 1996, p. 229-242. Edição original: 1979c.

_____. Sobre a História da Sexualidade. In: **Microfísica do Poder**. Organização, Introdução e Revisão Técnica de Roberto Machado. 12. ed. Rio de Janeiro (RJ): Graal, 1996, p. 243-276. Edição original: 1979d.

FREUD, S. **Os chistes e sua relação com o inconsciente**. Trad. Jayme Salomão. Edição Standard Brasileira das Obras Psicológicas Completas, vol. VIII. Rio de Janeiro: Imago, 1996. Edição original: 1905.

GADET, F; PÊCHEUX, P. **A língua inatingível**. Trad. Bethania Mariani e Maria E. C. de Mello. Campinas (SP): Pontes, 2004. Edição original: 1981.

GRICE, P. **Logic and conversation**. In: COLES, P. & MORGAN, J.L. (eds.). *Syntax and Semantic III: Speech Acts*. New York: Academic Press, 1975, p. 41-58.

HAMAWI, R. Que querem os homens? In: NOLASCO, S. A. (org.) **A desconstrução do masculino**. Rio de Janeiro (RJ): Rocco, 1995, p. 9-12.

HENRY, P. **A ferramenta perfeita**. Campinas (SP): Editora da Unicamp, 1992. Edição original: 1977.

MAINGUENEAU, D. **Gêneses do discurso**. Tradução de Sírio Possenti. Curitiba (PR): Criar Edições, 2005a. Edição original: Bruxelles: P. Mardaga, 1984.

_____. **Novas tendências em análise do discurso**. Campinas: Pontes, 1997. Edição original: 1987.

_____. **Análise de textos de comunicação**. 5. ed. São Paulo: Cortez, 2008. Edição original: 1998.

_____. Ethos, cenografia e incorporação. In: AMOSSY, R. (org.). **Imagens de si no discurso**. Trad. Dilson F. da Cruz; Fabiana Komesu e Sírio Possenti. São Paulo, Contexto, 2005b. Edição original: 1999.

_____. **Cenas da Enunciação**. Organizado por Sírio Possenti e Maria Cecília Perez de Souza-e-Silva. Curitiba (PR): Criar Edições, 2006.

_____. **Discurso Literário**. Tradução de Adail Sobral. São Paulo: Contexto, 2006b.

_____. A propósito do ethos. In: MOTTA, Ana Raquel; SALGADO, Luciana. **Ethos discursivo**. São Paulo: Contexto, 2008.

MUNIZ, K. da S. **PIADAS: Conceituação, Constituição e Práticas – um estudo de um gênero**. 2004. Dissertação (mestrado em Linguística). Instituto de Estudos da Linguagem, UNICAMP, Campinas, 2004.

NOLASCO, S. A. **O mito da masculinidade**. 2ª. edição. Rio de Janeiro: Rocco, 1995. Edição original: 1993.

ORLANDI, E. P. **Análise de discurso: princípios e procedimentos**. 7. ed. Campinas (SP): Pontes, 2007. Edição original: 1999.

PÊCHEUX, M. Análise automática do discurso (AAD-69). In: GADET, F., HAK, T. (orgs) **Por uma análise automática do discurso: uma introdução à obra de Michel Pêcheux**. 2.ed. Campinas (SP): Editora da UNICAMP, 1993, p. 61-162. Edição original: 1969.

_____. **Semântica e discurso: uma crítica à afirmação do óbvio**. Campinas (SP): Editora da UNICAMP, 1988. Edição original: 1975.

_____. A Análise de Discurso: três épocas. In: GADET, F. & HAK, T. (orgs.). **Por uma análise automática do discurso: uma introdução à obra de Michel Pêcheux**. 2. ed. Campinas (SP): Editora da UNICAMP, 1993, p. 311-318. Edição original: 1983a.

PEREZ, J. C. **Permanência e (re)atualização do discurso racista em provérbios e piadas**. 2000. Dissertação (Mestrado em Linguística) - Instituto de Estudos da Linguagem, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2000.

PERROT, M. **Minha história das mulheres**. Trad. Ângela M. S. Corrêa. São Paulo: Contexto, 2007.

PIRANDELLO, L. **O Humorismo**. São Paulo: Experimento, 1996. Edição original: 1908.

POSSENTI, S. **Os humores da língua: análise linguística de piadas**. Mercado de Letras, SP, 1998.

_____. Estereótipos e identidade: o caso das piadas. In: **Os limites do discurso**. Curitiba (PR): Criar Edições, 2002, p. 155-166.

_____. Teorias do discurso: um caso de múltiplas rupturas. In: MUSSALIN, F. & BENTES, A. C. **Introdução à linguística 3: fundamentos epistemológicos**. São Paulo, Cortez, 2004, p. 353-392.

_____. **Os limites do discurso**. São Paulo: Parábola Editorial, 2009a.

_____. **Questões para analistas do discurso**. São Paulo: Parábola Editorial, 2009b.

PRIORE, M. Magia e medicina na colônia: o corpo feminino. In: PRIORE, M. (org.); BASSANEZI, C. (coord. de textos). **História das mulheres no Brasil**. 9. ed. São Paulo: Contexto, 2007, p. 78-114. Edição original: 1997.

RAGO, M. Trabalho feminino e sexualidade. In: PRIORE, M. (org.); BASSANEZI, C. (coord. de textos). **História das mulheres no Brasil**. 9ª. edição. São Paulo: Contexto, 2007. p. 578-606. Edição original: 1997.

_____. Os feminismos no Brasil: dos “anos de chumbo” à era global. Labrys, **Estudos feministas**, número 3, janeiro/ julho 2003. Disponível em: < <http://www.unb.br/ih/his/gefem/labrys3/web/bras/marga1.htm>> Acesso: mar. 2009.

RASKIN, V. **Semantic mechanisms of humor**. Dordrecht, D. Reidel Publishing Company, 1985.

ROLNIK, S. Machos & Fêmeas. In: **A dominação masculina revisitada**. Org. Daniel Lins. Trad. Roberto Leal Ferreira. Campinas (SP): Papyrus, 1998, p. 69-72.

SKINNER, Q. **Hobbes e a teoria clássica do riso**. São Leopoldo (RS): Unisinos, 2002.

VIEIRA, J. A. *A identidade da mulher na modernidade*. **DELTA**, São Paulo, vol.21, n. spe, 2005. Disponível em:

http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0102-44502005000300012&script=sci_arttext&tlng=en>. Acesso: jul. 2008.

WARNER, M. A Linguagem dos cabelos: pele de asno III. In: **Da fera à loira**: sobre contos de fadas e seus narradores. Trad. Thelma Médici Nóbrega. São Paulo: Cia. das Letras, 1999, p. 391-408.

_____. Da fera à loira: a linguagem dos cabelos II. In: **Da fera à loira**: sobre contos de fadas e seus narradores. Trad. Thelma Médici Nóbrega. São Paulo: Cia. das Letras, 1999, p. 409-426.