

## **Discurso Humorístico e Representações do Feminino**

(Humoristic Discourse and Female Representation)

**Sírio POSSENTI\***

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE CAMPINAS (UNICAMP)

CONSELHO NACIONAL DE DESENVOLVIMENTO CIENTÍFICO E TECNOLÓGICO (CNPQ)

### **RESUMO**

Este trabalho retoma questões clássicas da Análise do Discurso, em especial a da relação entre um certo discurso e suas condições históricas de produção. O objetivo é formular questões sobre a relação entre discursos humorísticos que representam à sua maneira aspectos ou cenas da vida feminina e as condições sociais e históricas “reais”. Assim, espera-se, também podem ser explicitadas mais claramente certas características dos discursos humorísticos.

### **PALAVRAS-CHAVE**

Representações do feminino. Humor. Análise do discurso.

---

\* Sobre o autor, ver página 94.

**ABSTRACT**

*This work revisits some traditional concernings of Discourse Analysis with special emphasis on the relationship between a discourse and its historical production conditions. The goal of this paper is to raise some questions about the relationships between humor discourses that approach in their particular ways aspects or scenes of woman's life in relation to "actual" social and historical conditions. In this way, one can say that the ultimate goal of this work is to shed a light on some features of humoristic discourse.*

**KEYWORDS**

*Female representations. Humor. Discourse analysis.*

**1 Introdução**

Este trabalho tem o objetivo de ser uma primeira introdução ao estudo de um tema através de uma obra. O tema é a representação da mulher no discurso humorístico, e a obra é **Mulheres Alteradas**, de Maitena, conhecida humorista argentina.

Maitena publica seus trabalhos em jornais e revistas em vários países, inclusive no Brasil. No jornal **Folha de S. Paulo**, tem publicado a cada domingo um trabalho (um desenho e uma legenda) de uma série chamada **Superadas**. Como costuma ocorrer com obras similares, periodicamente os trabalhos são reunidos em livros. **Mulheres Alteradas**, por exemplo, já tem cinco volumes publicados no Brasil.

Alguém poderia perguntar por que estudar uma obra estrangeira, especialmente tratando-se de humor. Duas respostas poderiam ser: a) que não há nenhum similar nacional (cujo tema seja sempre uma questão "feminina" e cuja autora seja mulher); b) que, se é traduzida e publicada no Brasil (e em vários outros países), a obra deve ser relevante, ou, pelo menos, deve funcionar, produzir eco na sociedade brasileira, ou, pelo menos, em segmentos dela. Em suma, que se trate de obra estrangeira talvez seja uma questão irrelevante. Além disso, não creio que o humor dependa tanto de peculiaridades culturais.

Nos livros em questão, os trabalhos de Maitena obedecem sempre à mesma estrutura: cada página trata de um "tema", sendo composta de seis (poucas vezes de oito) desenhos acompanhados de legendas e/ou falas. Todos os temas são facilmente relacionáveis a situações típicas, até mesmo estereotipadas, do cotidiano das mulheres.

Em termos muito gerais, as situações quotidianas apresentadas por Maitena dizem respeito a dois grandes temas. O primeiro é a manutenção de tarefas consideradas típicas “de mulher” ou a permanência de situações em relação às quais o comportamento da mulher (e do homem) seria o mesmo de antes da mudança havida nas últimas décadas. Pode-se dizer que os trabalhos revelam a contradição que há entre as possibilidades de vida diferente para as mulheres decorrentes da “revolução”, e certas exigências que a sociedade (os homens) continua a fazer-lhes, como se nada houvesse mudado. É um tema (ou um conjunto de temas) mais relacionado à esfera pública. O segundo grande tema é a questão da beleza, que, como demonstrou Fonseca Silva (2003), não pode, atualmente, ser separado das questões da saúde e da sexualidade. Ou seja, é um tema de certa forma privado, embora claramente relacionado a casamento, a divórcio, a filhos etc., que não deixam de ser questões com faces públicas.

Pode-se ter uma idéia mínima a respeito da obra com as seguintes informações: o primeiro volume (os outros têm características semelhantes) divide-se em quatro grandes temas: a) alterações próprias de seu sexo; b) alterações físicas e outros derivados da moda; c) um costume inalterável, o casamento; d) um motivo para se alterar sempre, a família. A última seção, intitulada “e alguns outros motivos para ficar meio alterada”, inclui um conjunto variado de situações bem quotidianas, banais, como “um mosquito no quarto”, “festa de aniversário”, “coisas da casa que quebram ao mesmo tempo” etc.

Os diversos desenhos expõem diferentes facetas de cada tema. Em geral, o último desenho, bem como sua legenda, é um pouco surpreendente, sendo, assim, o responsável mais claro pelo efeito de humor – o que as teorias mais comuns e correntes explicam: é que o humor derivaria, em boa medida, da surpresa, que em geral caracteriza o desfecho de uma “narrativa” (ver SKINNER 2002, entre outros).

Por exemplo, em “Da vida e uma de suas injustiças mais freqüentes” (*Mulheres alteradas 1*, p. 29), página apresentada na figura 1 abaixo:



Figura 1 (Mulheres alteradas 1, p. 29)

as legendas e os desenhos são, respectivamente: a) “sou uma boa esposa...” (a mulher afaga o marido, que lê o jornal); b) “Uma mãe perfeita...” (a mulher penteia sua filha pequena e tem um bebê no colo); c) “uma dona de casa inata...” (a mulher passa o aspirador na sala - a empregada apenas segura o fio do aspirador); d) “uma profissional respeitada e bem paga...” (a mulher está de pé em um ônibus, apertada entre os muitos passageiros – indo ao trabalho, provavelmente); e) “... sou dona da minha vida...” (a mulher está diante do espelho do banheiro, em roupas íntimas, antes de dormir ou ao levantar); f) “... por que tenho de ter celulite?” (a mulher aperta seu rosto, em gesto de desespero).

Retomando e resumindo, pode-se dizer que a página divide-se claramente em duas partes: na primeira, cinco desenhos e legendas apresentam cinco situações do cotidiano de uma mulher “moderna” (o que é indicado principalmente pelo fato de que trabalha fora de casa e é

bem paga), que nem por isso deixa de ser mãe e de fazer trabalhos domésticos; na segunda, brevíssima, desenho e legenda apresentam uma questão “privada” (ter celulite) e uma reação bastante desesperada, como se se tratasse de um problema muito grave.

Provavelmente, uma leitura mais adequada desta página seguiria outra “ordem” (consideraria outra cenografia, nos termos de Maingueneau 1998): nos últimos dois quadros, a mulher está no banheiro, vestida com roupas íntimas. A situação é uma daquelas em que alguém se defronta com sua verdade, ou com uma de suas verdades, no caso, defeitos de seu corpo. Então, recorda suas virtudes, apresentadas ao leitor em *flash back* nos quadros anteriores, que fazem dela uma mulher cujo desempenho é positivo em diversos domínios, sejam públicos, sejam privados. Ao final, diante de uma característica física negativa (basta uma...), a queixa, o desespero. Uma hipótese de leitura: talvez a mulher trocasse todas as virtudes, todos os predicados de mulher moderna e produtiva, por um corpo jovem, ou, pelo menos, sem celulite, “defeito” imperdoável, que as revistas femininas destacam, mesmo em modelos jovens e em outras personalidades do mundo do *glamour*.

## 2 Um pano de fundo

Uma das afirmações menos contestáveis dos “nossos tempos” é certamente que “a mulher mudou” ou que “a vida da mulher mudou”. Todos os dados relativos ao trabalho “fora de casa”, à frequência às escolas e universidades, à ocupação de espaços – profissionais, e também jurídicos, como ser “cabeça do lar” - até há pouco tempo quase privativos dos homens, e também muitos espaços “novos” relativos a aspectos privados ou quase privados (vida sexual mais livre de tabus, casamento tardio, menor número de filhos) o confirmam.

As principais mudanças ocorreram, pois, nos espaços profissionais e no campo da sexualidade (seja pela descoberta dos contraceptivos, seja pela mudança de valores). Assim, supostamente, alguns objetivos, como o casamento, passaram a ser considerados segundo critérios novos: ocorrem mais tarde, os filhos são menos numerosos, multiplicam-se as creches, o sistema de educação infantil recebe crianças cada vez mais jovens, os divórcios

e as separações aumentam – e, em conseqüência, diminuem certos dramas familiares e as avaliações negativas sobre a vida pessoal. Se é assim, textos humorísticos que evocam ou repisam a fixação pelo casamento, só para dar um exemplo, significam o quê? Como se explica que ainda surjam e que seus efeitos de sentido sejam os que são – ou seja, os mesmos de antes?

Resumindo: aparentemente, quase tudo mudou. No entanto, os discursos antigos permanecem. Os “campos” publicitário e humorístico talvez sejam os que mais claramente funcionam fundados na manutenção ou na retomada de posições antigas. O que isso significa? Que a antiga realidade ainda não desapareceu totalmente? Que os discursos – certos discursos – apelam para uma certa memória, embora a realidade social tenha mudado? Que sejam exatamente os discursos humorísticos e publicitário os que mais claramente funcionam fundados em valores “antigos” pode significar que eles têm pouco - ou menos que outros - a ver com a realidade? É uma hipótese aparentemente produtiva, já que a publicidade promete o impossível e o humor se alimenta de estereótipos (é claro que Pilatos perguntaria o que é mesmo a realidade...).

Mas a realidade social das mulheres mudou em que sentido? Blustain (2005) resenha três livros recentemente publicados nos EUA que, em resumo, mostram que a jornada de trabalho das mulheres continua diferente da dos homens, que seus salários continuam mais baixos, que suas carreiras progredem mais lentamente, que certas responsabilidades ainda não foram divididas, nem mesmo no lar, especialmente se as mulheres decidem ter filhos. Todos sabemos que esses dados são ainda mais reais em um país como o Brasil. Provavelmente, não se pode desconhecer essa contradição na análise da obra de Maitena, cujos temas são essencialmente do cotidiano – ou do suposto cotidiano – das mulheres. Não me proponho, no entanto, a fazer sociologia ou história. Proponho-me a analisar textos humorísticos, com o objetivo de formular duas questões, e, com o tempo, tentar responder a elas: a) em que medida os discursos, e, em especial, discursos como o humorístico e, de certa maneira, também o literário, caracterizam-se por sua “referência”, ou seja, por reproduzirem de alguma forma a situação real – no caso, de mulheres; b) em que medida o discurso humorístico é um espaço de expressão de fatos ou, apenas, de exploração de estereótipos que se *rememoram*, talvez exatamente porque a realidade mudou. É que, mesmo

não querendo fazer sociologia ou história, a velha questão das condições de produção, a meu ver, precisa ser retomada mais claramente. Penso que fazer isso analisando textos humorísticos pode ser muito esclarecedor, mais do que analisando textos políticos.

### 3 O problema

Em seus tempos heróicos, a análise do discurso se distinguia da análise lingüística pela consideração das condições de produção (GUESPIN, 1971). Esse postulado significava que os “textos” deveriam ser considerados à luz da história. Além das formulações clássicas de analistas do discurso claramente preocupados com o lingüístico (Pêcheux, 1969, principalmente), pode-se invocar Foucault (1971), que destacava não só a relevância das condições exteriores para explicar o surgimento dos discursos (formas de controle são formas de produção), mas também para seu retorno na forma de comentário.

Com o tempo, a AD deixou em segundo plano a consideração dos fatores históricos, da conjuntura “externa” (apesar de análises como a do “grito” de guerra *On a gagné*, de Pêcheux, 1983) para a explicação do surgimento dos discursos, e também para seu sentido, em favor do interdiscurso, da memória. A mais clara formulação dessa versão, embora não totalmente óbvia, talvez seja a de Maingueneau (1987, p. 120), segundo o qual

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*.

Provavelmente, não se pode tratar de todos os discursos ou de todas as manifestações discursivas da mesma maneira (não se pode agir com os que só tem martelo e, por isso, tratam tudo como prego, segundo se pode ler nas Leis de Murphy...). Diria, preliminarmente, que há certos acontecimentos discursivos em relação aos quais é quase impossível não considerar as condições históricas de produção, embora, evidentemente, elas não possam, em geral, ser reduzidas a um “contexto”. São bons

exemplos, para ficar nos recentes e universais, tanto a derrubada das torres de Nova York, em 2001, quanto a passagem do *tsunami* pela Indonésia, no ano novo de 2005. As análises, tanto em um como em outro caso, deverão mostrar que, apesar de a memória discursiva ser obviamente acionada pela plethora de discursos que se seguiram a esses acontecimentos, não se pode deixar de considerar que esses *próprios fatos* exerceram papel discursivo fundamental. Ou seja, em certos casos, a relação entre o discursivo e o factual é tão direta que não há como apelar apenas para o interdiscurso ou para a memória. Mas é claro que os discursos não nascem *diretamente* das coisas.

Mas, em outros casos, a relação entre discurso e história (fatos) fica menos nítida. Provavelmente, esse é o caso de muitos textos que pertencem ao discurso humorístico (ocorreria o mesmo com a literatura), por oposição ao jornalístico, pelo menos em muitas de suas manifestações características – o noticiário quente e os comentários sobre ele. No entanto, considerando simultaneamente o jornalismo noticioso e o humor (no caso, o humor publicado nos jornais), o analista terá muita dificuldade em explicar certos textos humorísticos sem considerar um fundo histórico – o que é bem nítido nas charges e piadas ligadas ao noticiário quotidiano.

Mas nem sempre é fácil determinar qual é o fundo histórico de certos textos – como, por exemplo, os de Maitena, dos quais esboçamos aqui uma primeira análise. Será fato que o quotidiano das mulheres continua o mesmo de há algumas décadas, como as páginas humorísticas parecem indicar, se lidas como factuais? Ou será que certos textos humorísticos que tocam nesse terreno só são possíveis exatamente porque as coisas mudaram, e eles rememoram uma história já passada? Os desenhos e textos de Maitena que nos fazem rir representam fatos que apenas fazem parte da memória? Ou seriam caricaturas, formas de dizer que ainda resta alguma coisa das formas antigas de vida, embora não integralmente? Ou são formas de nos dizer que pensamos que as coisas mudaram mais do que de fato mudaram? Ou se trata de todas essas possibilidades ao mesmo tempo, desigualmente distribuídas na sociedade, seja segundo as classes sociais, seja segundo os diversos espaços? Por exemplo, talvez haja mais liberdade sexual e profissional

para as mulheres, um pouco menos de machismo, mas elas continuam (têm que continuar) com as mesmas preocupações em relação à beleza e à velhice?

A amostra sugere pelo menos os seguintes pontos de trabalho: a) verificar em que medida “textos” publicados na mídia precisam manter uma relação mais estreita com os fatos em destaque (muitos dos trabalhos de Maitena sugerem que não; que sua atualidade, se houver, é de outra ordem; no entanto, as charges sugerem que sim); b) verificar em que medida o campo, ou o tipo de discurso, é um fator relevante para a caracterização dos “textos” – por exemplo, até que ponto o discurso humorístico pode seguir regras próprias, sem necessidade de manter relações estreitas com os acontecimentos?; c) verificar em que medida a diversidade de relações com a realidade é uma forma de dar conta dos diversos tipos de acontecimentos (ver FOUCAULT, 1972), fazendo funcionar, portanto, diversos tipos de memória – o que permitiria caracterizar o discurso humorístico, mesmo o que circula na mídia, de forma um pouco mais sofisticada e detalhada; por exemplo, distinguir a charge política dos desenhos de humor que são publicados nos cadernos de cultura; d) finalmente, verificar até que ponto vale a pena reivindicar a categoria “discurso humorístico”, consideradas as diversas formas de relação com a realidade, os diversos espaços de circulação, os diversos suportes de que ele se vale, a diversidade de temas que explora etc.

#### **4 Exemplos de temas e técnicas**

Alguns exemplos podem mostrar um pouco melhor que, pelo menos aparentemente, e segundo o modo de funcionamento do discurso humorístico, a “situação” geral de que os livros de Maitena tratam pode ser assim resumida: ou muitas coisas ainda não mudaram na vida das mulheres ou, no mínimo, persistem muitas contradições.

Considerem-se, como exemplo ilustrativo, as “Seis coisas que fazem uma mulher se sentir mal” (p. 8), figura 2:



Figura 2 (Mulheres alteradas 1, p. 8)

A primeira (primeiro quadro, e assim sucessivamente) é estar gorda; a segunda, estar mal-vestida; a terceira, não ter um centavo; a quarta, estar sem telefone; a quinta, cheirar a água sanitária; a sexta, finalmente, “que o ex se envolva com um mulherão”. Como foi dito, em geral, o último quadro e sua legenda apresentam uma cena ou situação diferenciada, de forma a criar um efeito de surpresa, característico dos textos humorísticos. Cada um dos quadros produz algum efeito de humor porque funciona como retrato de uma situação, representada de forma bastante caricatural. O desenho, obviamente, colabora para este efeito. Por exemplo, no terceiro quadro, cuja legenda é “não ter um centavo”, expõem-se objetos de consumo considerados irresistíveis para as mulheres: roupas, sapatos (a mulher está em uma loja ou *shopping*, o que alude a um chavão corrente: que as mulheres são gastadeiras e consumidoras de supérfluos). Diante de cada mercadoria, a mulher diz, sucessivamente, e para si mesma, “não posso”, “não posso”,

“muito menos”, “nem isso”, sempre com expressão infeliz. Análises similares podem ser feitas de cada quadro. No entanto, interessa principalmente destacar a diferença entre o último e os anteriores. No sexto quadro, cuja legenda, como dito, é “que o ex se envolva com um mulherão”, a mulher está ao telefone, ouvindo uma “fofoca” (do outro lado da linha deve estar uma “amiga solidária”): “seu ex está com outra”, diz sua interlocutora. “...é, já me contaram ... dá para imaginar como estou me lixando, não é?”, ela responde<sup>1</sup>. Sua expressão é de irritação, ela range os dentes, e está com uma corda no pescoço, como quem vai enforcar-se por desespero ou raiva. Obviamente, dadas essas informações sobre a cena, sua fala aparentemente tranqüila deve ser lida como irônica ou, melhor, como significando que a mulher não dá o braço a torcer diante da fofoca maldosa.

Essa página, apresentada na figura 2, é um bom exemplo da alternativa brevemente exposta acima: se muitas coisas mudaram na vida das mulheres, então por que elas continuam preocupadas com roupa, com compras, com beleza? Por que continuam fazendo sozinhas o serviço da casa (no quinto quadro, a mulher cheira a água sanitária e por isso afasta o marido, gritando “não chegue perto de mim!”)? E, principalmente, por que uma mulher se desesperaria (só) porque seu **ex-marido** está com outra?

Veja-se agora “As seis dores que costumam afligir a mulher” (p. 14), na figura 3:

---

<sup>1</sup> Uma observação curiosa: no dia 24/07/2005, Maitena publicou na **Folha de S. Paulo** um trabalho quase idêntico ao quadro final que acaba de ser comentado, em sua série “Superadas”. O desenho é exatamente o mesmo, mas a fala é “Lógico que estou sabendo que você está saindo com outra... Mas faz vários meses que nós terminamos... Você pode imaginar que não estou dando a mínima!”. Quem lhe telefona aqui é seu “ex”, evidentemente. Quanto ao mais, valem as mesmas afirmações, exceto sobre o telefonema ser uma fofoca amiga...



Figura 3 (Mulheres alteradas 1, p. 14)

Apresentar mais detalhadamente as cenas desta página é mais relevante do que no exemplo acima, porque elas caracterizam mais claramente questões femininas: a primeira, nos ovários; a segunda, nas costas; a terceira, nos pés; a quarta, de garganta; a quinta, de amor-próprio; a sexta, de cabeça. Na cena cuja legenda é “nos ovários”, estão frente a frente um rapaz e uma moça. Ela está dobrada de dor, apertando a barriga com ambas as mãos. O rapaz pergunta se está tudo bem (!), e a moça responde “N-não é nada! Por...”. A grafia “N-não” expressa sofrimento, e a fala suspensa indica impaciência diante da pergunta idiota do rapaz. No segundo quadro, a mulher aproveita a presença do marido para pedir que lhe faça uma massagem (ao fundo, está um berço, a cabeça do neném - causa provável das dores nas costas - aparecendo; o homem, obviamente, não ajudou em nada...). No terceiro quadro (dor nos pés), a mulher está deitada em uma banheira, falando ao telefone com uma amiga (pode-se apostar) e se lamenta: “É, acabei

encontrando um vestido lindo e barato, mas... não sei se vou poder ir”. Provavelmente, explora-se aqui o fato de que a mulher lamenta estar com dores nos pés não tanto pela dor, mas porque assim perderá uma dessas oportunidades de compra que estigmatizam as mulheres como consumidoras de produtos supérfluos. No quarto (dor de garganta), a mulher está em uma consulta médica, acompanhada dos três filhos (um pré-adolescente, uma menina de uns sete anos e um bebê de colo), e ouve do médico a seguinte recomendação: “...para começar, senhora, tem de passar a falar pouco, e, principalmente ... não levantar a voz...”. Ao fundo, o filho pré-adolescente ri, feliz (ou abobalhado); a seu lado, a irmã põe a língua para fora, e, no colo, o bebê chora desesperadamente. A expressão da mulher é a de quem não está entendendo nada, ou não está acreditando no que ouve, ou, alternativamente, é de desespero ou espanto, como quem pensa “e o que vou fazer com esses três?”. No quinto quadro, a mulher pergunta ao namorado ou marido se ela não é nada. Várias situações podem ser a “causa” da pergunta: ou o homem lhe comunica que fará um programa só com amigos, ou que decidiu aceitar um emprego novo sem consultá-la, ou que está gostando de outra mulher etc. O que importa é que ela se sente desprestigiada, não valorizada – uma situação ainda bastante comum? Mas é o sexto quadro que caracteriza mais claramente um estereótipo: o casal está na cama, o marido está fumando, a mulher aperta a cabeça e se queixa de dor de cabeça (sua expressão equivale a “Meu Deus, que dor de cabeça horrível!”). O homem é absolutamente insensível, está de braços cruzados e fumando, provavelmente chateado porque não vai fazer sexo (os homens só pensariam nisso). Quanto à mulher, ou está com muita dor de cabeça (o que *seria* uma característica feminina) ou está inventando uma desculpa – a mais clássica de todas – para não fazer sexo.

A página, apresentada na figura 3, é o retrato de um dia provável da vida de uma mulher, ou, se se preferir outra interpretação, cada uma das cenas pode representar caracteristicamente um dia de mulheres diferentes. Pouco importa a leitura escolhida, porque não se trata de notícias. De qualquer forma, as perguntas básicas permanecem: por que tudo continua aparentemente igual na vida das mulheres? Ou, alternativamente, por que esses fatos “antigos” continuam ocorrendo na vida de mulheres modernas?

## 5 Os estereótipos

O objetivo desta parte do trabalho é mapear um conjunto de estereótipos do feminino explorados por Maitena em seus “textos” humorísticos. Avançar nesse rumo implicaria pelo menos uma discussão da especificidade da relação dos textos de humor com a “realidade”, ou seja, com suas condições de produção. O que, no caso, exige que seja considerada a questão dos estereótipos, já que eles têm um papel fundamental nos textos deste tipo, especialmente nos breves, como piadas, charges e caricaturas. Serão objeto de análise alguns enunciados de Maitena publicados no livro *Superadas*.

Em princípio, pode-se partir de qualquer *corpus* para encarar uma questão como a aqui proposta, porque, a rigor, em qualquer campo ou mídiu em que a mulher seja o tema, a repetição dos mesmos enunciados é facilmente constatável (como bem disse Foucault, *o enunciado é raro*).

Um bom conjunto de piadas sobre a mulher (ou sobre namoro/casamento), por exemplo, pode fornecer indícios de quais são os aspectos relacionados à mulher que, numa certa sociedade, merecem um certo olhar. No caso dos textos humorísticos, esses aspectos serão objeto de um tratamento textual específico, para produzir um certo tipo de efeito. No universo da publicidade, os aspectos visados poderão ser até os mesmos, mas serão tomados de outra perspectiva e com objetivos diferentes. Por exemplo, problemas físicos (idade, silhueta etc.) serão apresentados de forma derrisória em piadas, enquanto que na publicidade funcionarão como argumentos para a proposição do consumo de certos produtos ou para a adoção de certas práticas que, imaginariamente, conferirão ou restaurarão características desejáveis.

Eventualmente, pode acontecer de o *corpus* “procurar” o analista. Foi, em certo sentido, o que me ocorreu num certo final de semana (28/05/2006), quando a revista *Vêja*, além dos volumes habituais, fez circular sua edição especial n.º. 65, a que chamou **MULHER**. Neste volume, podem ser encontrados muitos dos estereótipos associados ao feminino. Evidentemente, houve “escolhas”. A imagem principal da capa (ver figura 4, a seguir), por exemplo, apresenta uma mulher jovem, vestindo um *tailleur*, sentada em uma cadeira giratória, ao lado da qual está uma pasta “executiva”,

e amamentando um bebê, enquanto que em numerosas revistas que podem ser encontradas nas bancas as capas mostram mulheres sensuais e/ou malhando.



Figura 4 (Veja MULHER, edição especial no. 65, junho de 2006)

A imagem da capa pode ser interpretada como apresentando o principal “drama” das mulheres modernas, que é o de fazer conviver seu papel de mãe e de profissional. O papel de mãe está representado em uma das funções mais características, até porque é praticamente intransferível – a amamentação. A cadeira giratória e o *tailleur* remetem a um certo tipo de trabalho, que não é o da operária da fábrica ou da doméstica, nem mesmo o da professora, refletindo uma das conquistas modernas das mulheres, a ocupação de espaços tipicamente masculinos, já que a cadeira e a roupa são usualmente associadas a funções executivas ou de chefia. Nos termos de Maingueneau, pode-se dizer que a imagem funde duas representações, ou, por outra, exhibe a contradição entre duas cenas validadas: a mulher mãe e a mulher independente/profissional bem sucedida.

A principal chamada de capa é O QUE SOBROU DO FEMINISMO. Uma segunda refere-se a dificuldades de compreensão entre homens e

mulheres. Não poderia faltar uma terceira sobre métodos para perder peso, já que este tema, ao lado do da idade – este um tema mais antigo -, talvez seja o principal pesadelo imposto à mulher atualmente (apesar de algumas organizações de “gordinhas”, sendo uma delas, aliás, objeto de matéria do volume “principal” de *Vêja* da mesma data).

As matérias principais giram em torno de temas que podem ser considerados típicos (ou estereotípicos): crise do feminismo, manutenção da forma física (especialmente depois dos 50 anos, apresentando dados e fotos de mulheres que “se cuidam”), conteúdo da bolsa de mulheres famosas, o dilema trabalho X casamento-maternidade, como ser elegante mesmo sem ter o corpo magro quase imposto pela moda, dicas de saúde, sugestão de roupas adequadas a diversas idades (com depoimentos de diferentes mulheres), como tornar a casa (e a vida) mais simples e organizadas, como são as mulheres políticas (consideradas “idênticas” aos homens - “o poder é masculino”). Como se pode ver, trata-se de um mosaico relativamente variado, mas do qual, definitivamente, não se pode dizer que contenha algo de novo.

As propagandas, por sua vez, concentram-se em produtos de beleza, nos que proporcionam saúde ou comodidade ou que são índices de liberdade / igualdade / conquistas sociais. A única propaganda de carro que a revista veicula é bem típica: o texto diz, em tom de triunfo: “Trocar o lado direito pelo esquerdo: uma das maiores conquistas da mulher”. Dirigir seu próprio carro é mais uma conquista feminina!

Essa rápida passada de páginas produz no leitor a sensação de que está “em casa”: nenhuma das propagandas, nenhuma das matérias, nenhuma das fotos e, praticamente, nenhum dos depoimentos causa qualquer estranheza. Todos os enunciados são familiares. O que não significa que sejam sem contradições. Antes pelo contrário, considerando-se que, sobre o “tema”, tem havido e continua havendo diversos posicionamentos e que o volume das controvérsias, num certo sentido, vem aumentando. Ou seja, trata-se de uma boa fonte de todos os estereótipos.

## 6 Sobre estereótipo

Em seu sentido mais corrente, estereótipo tem conotações negativas. Uma definição de dicionário mostra isso: “idéia ou convicção classificatória

preconcebida sobre alguém ou algo, resultante de expectativa, hábitos de julgamento ou falsas generalizações”, segundo o Dicionário Houaiss. Em Amossy e Pierrot (2001),<sup>2</sup> uma excelente resenha do tópico, ficam claras as relações entre clichês, lugares comuns, idéias correntes e estereótipos: todos esses conceitos conotam negativamente, a bem da verdade, considerado um pano de fundo que privilegiaria a originalidade, por um lado, e um conhecimento “objetivo”, por outro.

As autoras analisam o funcionamento do conceito em ciências sociais, em literatura e em retórica e em análise do discurso. As ciências sociais distinguem estereótipo de preconceito, mas também assinalam sua freqüente assimilação mútua ou proximidade. Em ambos os casos, pode-se dizer com bastante certeza, que se trata de saberes fortemente marcados por ideologias, no sentido mais comum de falsa representação. Ou seja, um estereótipo (e ainda mais um preconceito) é sempre parte de discursos que não recebem suportes das ciências sociais, ou dos saberes (para usar a terminologia de Foucault). No texto que estamos considerando, inclusive, a figura da “mulher” é um exemplo de como imagens estereotipadas não correspondem à “realidade”, segundo as autoras. Certos estudos da imagem da mulher são um exemplo. As imagens tradicionais de mulher que as crianças incorporam podem ter uma relação com o tempo que passam diante da TV, espaço em que circulam imagens tradicionais da mulher como mãe, dona de casa ou objeto estético que as propagandas da TV divulgam (AMOSSY; PIERROT, 2001, p. 41). Se estendermos os resultados da imagem de mulher da TV à mídia em geral, especialmente às revistas, creio que não estaríamos longe de descobrir onde nascem ou se mantêm os traços (estereotípicos) que circulam. Alguns, certamente, se devem a uma longa história, mas outros são relativamente novos, ou, pelo menos, é nova a fixação ou a divulgação de certas imagens de mulher. Por exemplo, a questão da beleza é associada ao feminino provavelmente desde as primeiras narrativas relevantes para nossa cultura (lembramos Helena e Dalila, entre tantas heroínas “míticas”), mas certamente nunca mereceu tamanho investimento. Basta ver a quantidade e variedade de produtos e de práticas que supostamente podem incrementá-la.

---

<sup>2</sup> Como meu objeto não é a questão do estereótipo, tomarei por base sobre a questão apenas o livro de Amossy e Pierrot (2001).

Em suma, dizem as autoras, os estereótipos são formas de conhecimento, especialmente de objetos ou “seres” tomados coletivamente. De fato, não há estereótipo de indivíduos, mas somente de grupos. Dizer que Pedro é burro, ou preguiçoso ou que só pensa em dinheiro não é a mesma coisa que dizer isso de portugueses, de baianos (ou de gregos) e de judeus ou árabes. Ou, para dar outro exemplo, não faz sentido (pelo menos, não se trata do mesmo sentido) dizer que Maria é burra, apesar dos numerosos textos sobre a burrice das loiras.

Diferentemente do que ocorre com outros grupos, sejam étnicos ou geográficos (negros, portugueses), a respeito de mulheres os estereótipos são muitos. Vale dizer que, se quiséssemos discutir identidade feminina, pelo menos como ela se manifesta pelo viés do estereótipo, seríamos obrigados a falar necessariamente de identidades, no plural, ou de múltiplas formas de representação, de subjetividade ou de subjetivação.

Deve-se a Putnam uma abordagem específica do estereótipo, quando tratou da significação de nomes de espécies naturais. Segundo ele, trata-se de “uma idéia convencional, associada a uma palavra em uma certa cultura” (apud AMOSSY; PIERROT, 2001, p. 95). Um tigre, por exemplo, é rajado, um limão é ácido e tem casca grossa e amarela. Esta abordagem se distancia da de uma semântica componencial, que se pretende mais objetiva, considerando os traços “objetivos” dos objetos. A semântica do estereótipo propõe uma relação direta entre a palavra e o referente, caracterizando o elemento tomado como o mais normal da espécie (ou seja, implicando que um membro da espécie não deixa de pertencer a ela se lhe falta o traço estereotípico, mas que não será sua representação mais corrente; por exemplo, um limão não deixa de ser limão se não tiver casca amarela e um tigre albino é assim mesmo um tigre - mas não serão considerados típicos). Pode-se perceber que uma semântica do estereótipo se aproxima bastante da dos protótipos, na medida em que ambas privilegiam um certo tipo de conhecimento dos falantes, embora as duas teorias não digam, evidentemente, a mesma coisa.

Creio que não é difícil imaginar o quanto os estereótipos são relevantes para os discursos humorísticos, especialmente se o tema são grupos; claro, grupos humanos. Grupos étnicos têm sido estereotipados em todos os discursos que não sejam de saber, e o são ainda mais nos discursos

humorísticos, que se caracterizam, em geral, pela hiperbolização dos tipos, vale dizer, dos estereótipos. Basta lembrar das piadas de português, de baiano, de negro, de loira, de judeu, de japonês – que todos conhecemos.

## 7 Estereótipos em Maitena

A primeira acepção de mulher fornecida pelo dicionário Houaiss é “indivíduo do sexo feminino, considerado do ponto de vista das características biológicas, do aspecto ou forma corporal, como tipo representativo de determinada região geográfica, época etc.”. Outras acepções levam em conta questões como idade (por oposição a menina), vida sexual (por oposição a virgem) etc.

Se tentássemos uma definição de mulher a partir da publicação de *Veja* mencionada, talvez chegássemos a uma formulação próxima de “indivíduo do sexo feminino dividido entre trabalhar e criar filhos, que quer ser bonito e magro, estar bem vestido e que carrega objetos mais ou menos estranhos em sua bolsa”.

Se considerássemos os trabalhos de Maitena, não estaríamos muito longe de *Veja*, mas teríamos que acrescentar “gastadeira e que sofre muito por ter celulite”. Parece claro que não se pode dizer que, por exemplo, ter celulite faz parte do estereótipo de mulher, se a palavra for definida pelos critérios de Putnam. Então, o que significam características como esta?

Poderíamos – valeria a pena – fazer testes à moda dos de Ducrot, para tentarmos esclarecer em que medida esses traços são considerados constitutivos de mulher. Comparemos *É baiano, mas é preguiçoso* com *É mulher, mas tem celulite*. Se dissermos isso em um bar, entre amigos, provavelmente seremos considerados pessoas que não entendem nada de baiano nem de mulher. Isso porque ser preguiçoso é considerado – segundo os estereótipos – normal para um baiano e ter celulite, normal para uma mulher (diferentemente de *É mulher, mas tem bigode*, formulação absolutamente normal).

(Interrompi a redação deste texto para assistir ao programa humorístico *Casseta e Planeta*. Em um dos quadros, dois personagens “entrevistavam” populares sobre como se comportariam durante a Copa do Mundo (aproveitando para emitir uma série de enunciados de duplo sentido, em sua maior parte alusões sexuais). Entre os entrevistados estavam

duas mulheres, às quais foi dirigida a seguinte pergunta: “Se você ficar sabendo de uma liquidação bem na hora do jogo do Brasil, o que é que você vai fazer: vai ver o jogo ou vai ver a liquidação?”. Veremos, abaixo, que um dos traços estereotípicos de mulher é que ela “adora” fazer compras. O estereótipo, portanto, não é retomado apenas por Maitena, e, certamente, ocorre em outros discursos além do humorístico).

O que se disse acima sobre os estereótipos serem construções sociais simplificadoras explica bem porque eles são retomados: os discursos não nascem diretamente do mundo, nem dos sujeitos. Mesmo quando refletem traços do mundo e “representações” (portanto, individuais) dos sujeitos, eles o fazem apelando a uma memória. Em muitos casos (por exemplo, considerados certos grupos de mulheres), é possível que os estereótipos sejam apenas efeito de memória, isto é, que a relação com o mundo tenha desaparecido.

## 8 Técnicas de humor em Maitena

Deveria parecer mais ou menos óbvio que um trabalho em Análise do Discurso dedicado aos desenhos de Maitena se ocupasse preferencialmente dos “conteúdos”, de seus discursos, ou seja, dos pontos de vista (memória, interdiscurso etc.) a partir dos quais são tratados certos temas – por exemplo, quais discursos sobre a mulher são postos em circulação, quais são eventualmente postos em confronto etc. O fato de que se trata de textos humorísticos não só não é impedimento para esse olhar aparentemente preferencial, mas poderia até mesmo ser um estimulante, dado que o humor, entre outras coisas, exagerando um conjunto de características, tem o condão de tornar mais visíveis os traços de um discurso, facilitando, de certa forma, o trabalho do analista. Tanto é assim que, acima, há tentativas desse tipo, isto é, de organizar aspectos da visão do feminino com base em trabalhos de Maitena.

Nesta terceira parte do trabalho, no entanto, vou me dedicar basicamente a tentar esclarecer o que torna os desenhos de Maitena humorísticos. Ou seja, dedico-me agora a *explicar* por que se trata de humor (embora isso não esteja de fato em questão), isto é, a explicitar os modos de construção dos enunciados. Indo um pouco além, tento explicitar as razões

pelas quais se produz um efeito típico do humor, o prazer, e sua mais clara manifestação ou prova, o riso. Para isso, vou basear-me fundamentalmente no breve e excelente texto de Skinner (2002).

Skinner faz um excelente resumo das teorias do riso desde Aristóteles até Hobbes (poupando, assim, aos iniciantes, e mesmo a estudiosos mais experimentados, um enorme volume de trabalho...). Sem preocupação de ser exato no que se refere às atribuições individuais, as diversas teorias podem ser resumidas como se segue. Para Aristóteles, o prazer deriva da degradação, seja de ações, seja de pessoas ou de ditos. Por isso, a comédia trata do vergonhoso, do feio e do baixo, do moralmente inferior. Já em Platão, aliás, o humor era associado à reprovação do vício.

Para os retóricos latinos, o riso é associado aos indignos ou aos deformados. Segundo Quintiliano, a alegria não está longe da derrisão, sendo que, quando rimos, estamos nos gabando diante de outra pessoa, que achamos inferior ou desprezível (tese que poderia ser lida hoje, pela via freudiana, em termos de narcisismo).

Na Renascença, ainda sobrevive a idéia de que o riso é freqüentemente ligado a sentimentos como o sarcasmo e o desprezo. Castiglion, por exemplo, afirma que, quando rimos, estamos debochando e escarnecendo de vícios. O desprezo pode decorrer do fato de que percebemos afetação, baixeza, deformidade ou ridículo no comportamento de alguém. Como efeito, somos levados a rir e a escarnecer. Como se vê, o feio, o deformado, o indecente, o desonesto, o malicioso e o pouco conveniente continuam sendo explicações para o riso. Além disso, insiste-se em uma distinção aristotélica: o riso é provocado pelo aspecto desagradável, desde que não seja lastimável.

No entanto, na mesma época, começa a ganhar força um novo tópico: o de que o riso nasce da felicidade e do prazer: os homens riem sempre que algo de agradável lhes acontece. Especificando essa tese, as análises chamam a atenção para dois acréscimos importantes em relação à doutrina aristotélica: uma ênfase no papel do imprevisto, e, logo, no da surpresa. Uma forma de imprevisto é o acontecimento inusitado; outra, consiste em ouvir o contrário do que se espera. Ambas são fonte de riso. A alegria surge de uma sensação nova de prazer, pois as coisas inesperadas têm esse efeito sobre nós, e, assim, levam ao riso. O conceito de *admiratio* torna-se muito importante: o que nos faz rir deve conter alguma novidade e aparecer diante de nós de

forma repentina e inesperada. O percurso psicológico pode ser assim resumido: “o imprevisto e o inesperado dão origem à *admiratio*, que, por sua vez, produz a *delectatio*” (apud SKINNER, 2002, p. 33).

Também em relação aos vícios como fonte do riso surgem novas especificações. Os vícios que produzem riso são os que vão “um pouco além”, levando a um comportamento extravagante (de certa forma, está aqui a raiz da consideração dos estereótipos hiperbolizados). Os *exageros* da vaidade, da sovinice ou da avareza também são vistos como formas de acontecimentos surpreendentes.

Outro tópico novo deriva do fato de que se passa a questionar mais claramente se o riso é sempre fruto do escarnecimento. O que dizer, então, do riso das crianças? De novo, observações mais acuradas mostram que os homens riem de coisas agradáveis e novas, de alegria e admiração combinadas (e não apenas do que é baixo ou rebaixado, ou exagerado). Uma das causas do riso é experimentar mudanças repentinas de expectativas, por exemplo, por justaposições surpreendentes ou por alguma incongruência. Por exemplo, se uma mulher se veste de homem ou se um soldado cheio de glórias se senta na rua com as crianças, rimos mais por causa da perplexidade que esses comportamentos causam, pela novidade surpreendente que eles são, do que por desprezarmos tal mulher ou tal soldado (que estariam se rebaixando ou se tornando ridículos). Descartes destacou a novidade e o imprevisto como origem do riso: “O sangue vindo do baço deve ser impelido até o coração por alguma emoção mais branda que o ódio, ajudada pela surpresa da *admiratio*” (apud SKINNER 2002, p. 51). Um dos bons argumentos nessa mesma direção deriva da observação de que uma coisa deixa de ser ridícula quando se torna corriqueira, sem novidade. Ou seja, se deixamos de rir do ridículo quando ele se torna corriqueiro, então não é do ridículo que rimos, mas da novidade.

Hobbes acrescenta que as pessoas riem quando fazem a descoberta agradável de que são ainda melhores do que pensavam (o que explica que riam até mesmo de suas piadas). A “percepção” súbita das próprias habilidades é uma das paixões que nos levam ao riso. Também esta tese, segundo a qual rimos em razão de nossa superioridade em relação às fraquezas alheias, ou de que a alegria está na comparação de si mesmo com os outros, poderia ser formulada em termos de narcisismo.

Em resumo, poder-se-ia dizer que são dois os fatores básicos que provocam o riso, segundo os clássicos: (a) os defeitos dos outros, o ridículo, o exagero etc., o que teria que ver de certa forma com o “conteúdo” do texto humorístico; (b) a surpresa ou novidade, ou o desvio do esperado, o que teria basicamente que ver com a técnica do texto humorístico.

## 9 Exemplos

Gostaria de testar essas hipóteses em dois exemplos, aliás, diferentes, até mesmo de esferas diferentes: uma piada e uma peça publicitária. A piada é certamente a preferida de Raskin, já que ele lhe dedica páginas e páginas, como que para testar suas definições.

(1) Um homem resfriado vai à casa do médico em busca de alívio. É recebido pela jovem e bela esposa, a quem pergunta, com sua voz rouca: - O doutor está? E ele lhe responde: - Não, entre depressa.

Brevemente: pode-se dizer que o marido / médico é ridicularizado, rebaixado (é “corno”); e é bastante claro que a resposta da jovem esposa é surpreendente e, num certo sentido, incongruente. Se também ela é rebaixada, isso depende muito de valores culturais (uma esposa que trai um marido se rebaixa?). Arriscaria a dizer que este fator não é causa de riso; talvez nem mesmo o rebaixamento do marido / médico. Dos fatores que os clássicos assinalaram, provavelmente só um é causa de riso nesta piada: a surpresa (Freud explicaria melhor: por um lado, driblam-se os controles sobre a sexualidade – do ponto de vista do “conteúdo”, é um chiste sexista; por outro, o enunciador se liberta dos rigores da lógica, na medida em que o final do texto viola as regras segundo as quais se constrói um texto coerente - do ponto de vista da técnica, é um caso de deslocamento). Vejamos o outro caso:

As TVs estão exibindo um comercial (de um carro) que pode ser assim resumido: no interior de um carro, está um casal jovem numa cena que, popularmente, seria chamada de “amasso”; às tantas, o homem começa a abrir o vestido da mulher (um grande zíper na frente). – Sem proteção, eu não quero! ela diz. O homem rapidamente se volta para trás, remexe sob os bancos, e retira uma cobertura plástica com a qual reveste o banco do carro que ele ocupa. A moça fica um pouco surpresa e sorri, feliz. Fim da cena.

Como texto publicitário, a “mensagem” é valorizar (proteger) o carro, uma forma de sugerir que carros são extremamente importantes, especialmente para os homens (outros comerciais dizem isso de formas variadas, na mesma época, alguns destacando que essa é uma característica marcante dos brasileiros). Mas o texto é também humorístico (esta é, diz-se, uma das características da publicidade brasileira). Ora, o humor é provocado exatamente pelo inesperado, pela surpresa: obviamente, dada a situação, é à proteção dos parceiros sexuais que a moça se refere quando diz “sem proteção, eu não quero”. Os gestos do homem que se segue dão a entender (coerentemente...) que está procurando uma camisinha. Até este momento, a cena é “normal” (como decorrência de uma memória, de um saber). A surpresa deriva do fato de que o rapaz se preocupa em proteger o carro, e que revista o banco com uma cobertura plástica, uma espécie de camisinha de banco... O telespectador, certamente, sorri, se é que não gargalha. Nesta cena, como se vê, não há nada de degradante (seria certamente um exagero dizer que essa propaganda rebaixa moralmente a mulher ou o homem, ou que os ridiculariza).

## 10 Páginas de Maitena

Consideremos, agora, à moda de exercício, a capa de **Superadas 1**, obra recente de Maitena (Rio de Janeiro, Rocco), apresentada na figura 5:

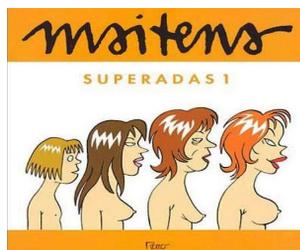


Figura 5 (Capa de Superadas 1)

Analisando, na figura 5, a seqüência de imagens de mulheres da esquerda para a direita, creio que se pode dizer que, indo da primeira para a terceira figuras, identificamos o progressivo amadurecimento de uma pessoa

(além de a estampa remeter à clássica figura que representa a evolução, que vai de um quadrúpede ao *homo erectus*). As imagens que vemos na figura são bastante “normais”: a primeira, uma pré-adolescente (a falta de seios desenvolvidos é o principal signo que permite identificar sua idade); a segunda, uma mulher jovem, cuja idade pode variar entre 18 e 30 anos (os cabelos, o penteado, um rosto um pouco maquiado e os seios firmes são os principais signos que permitem esta leitura); a terceira representa uma mulher madura, de 45 - 55 anos, digamos (cabelos pintados e mais curtos, algumas rugas no rosto, uma pequena papada, e, principalmente, os seios caídos o indicam). Finalmente, a quarta mostra uma mulher de aparência mais jovem que a anterior, talvez, mais jovem mesmo que a jovem mulher da segunda imagem. Se lermos este desenho à luz da clássica figura que representa a evolução, teremos que concluir (esperar?) que a última imagem representa uma mulher mais velha que a terceira – e os traços de seu corpo deveriam comprovar essa expectativa. Mas, se considerarmos o desenho de Maitena à luz dos “tratamentos” a que uma mulher pode se submeter atualmente para parecer mais jovem – no caso, uma cirurgia plástica – então estamos diante de uma senhora bem mais idosa que se tornou um tanto ridícula. Há um óbvio exagero no novo rosto (muito esticado, a ponto de a boca estar bem mais aberta que nas figuras anteriores, supostamente sempre da mesma mulher) e nos novos seios (não só firmes, mas também maiores, fruto evidente de implante).

O que faz rir neste desenho? A fonte do riso não é certamente nenhuma das três primeiras figuras (talvez um pouco, porque a mulher não está aqui representada exatamente por ícones do feminino, desses que as revistas costumam mostrar, através de fotos, aliás, muito retocadas). O que faz rir são dois fatores simultâneos: primeiro, a surpresa, o inesperado. No lugar de uma avó, como ocorreria se a evolução não tivesse sido interrompida, uma “jovem” – ou melhor, uma velhota retocada a bisturi. O outro fator é um certo ridículo, porque a cirurgia foi obviamente exagerada. Ao invés de eliminar algumas marcas, digamos, as excessivas, preservando de forma adequada a identidade da figura física dessa mulher, a cirurgia a transforma em uma pretensa jovem: nada de rugas (ao contrário), nada de seios caídos. Mas não apenas isso: os seios são bem diferentes dos “naturais” e o rosto está bastante transformado, a ponto de se tornar quase impossível identificar,

através dele, a pessoa conhecida nas figuras anteriores. *Do ponto de vista ideológico – dos pontos de vista materializados nos discursos – esta seqüência encena a atual obsessão pela beleza e pela juventude.*

Com alguma freqüência, as páginas de **Mulheres Alteradas** incluem alguma surpresa, como é mais ou menos previsível, já que se trata de humor. Por exemplo, a página 74 de **Mulheres Alteradas 1**, como pode ser observado na figura 6, apresenta essa característica.



Figura 6 (Mulheres alteradas 1, p. 74)

O tema é “Avaliação familiar do ‘candidato’, década a década”. Em todas as cenas (suficientemente caracterizadas como de época pelos trajes, móveis etc.), o pai faz uma pergunta à filha com a finalidade de descobrir se o namorado é digno dela (ou da família). Na década de 40, o pai pergunta “*Quem é o pai dele?*”; na de 50, “*É decente?*”; na de 60, “*Ele estuda o quê?*”; na de 70, “*Ele trabalha em quê?*”; na de 80, “*Quanto ele ganha?*”. Finalmente, na de 90, pergunta à filha se ele *é solteiro*.”

Lidas hoje por um cidadão mais “liberal”, todas as perguntas parecerão mais ou menos caretas, ou, dito de outra forma, um tanto ridículas. Assim, todas as cenas produzem algum efeito de humor, algum riso, mais facilmente um sorriso. Mas não se pode negar que a pergunta do último quadro é, em relação às outras, um salto surpreendente. Todas as perguntas anteriores, embora disso não haja vestígio textual nos textos, certamente pressupõem que o candidato a namorado / noivo é solteiro. Mas, na última, esse “pré-construído” deixa de ser apenas assumido, ele é objeto de uma pergunta explícita. E neste salto reside a surpresa, a novidade, já que um elemento dado como óbvio (tanto no texto como, de certa forma, na “vida”, isto é, na memória) deixa de sê-lo, e aquilo que era tacitamente assumido torna-se agora objeto de uma interrogação explícita. Podemos ler a página como um retrato das mudanças, como um pequeno manual da história da família durante meio século. Mas, tratando-se de um texto de humor, tenha ele os compromissos que tiver com a “verdade” histórica, o que mais importa é verificar se há um salto entre os primeiros “trechos” do texto e o último e se ele produz uma surpresa. Neste caso, certamente sim. *Do ponto de vista ideológico, esta página, apresentada na figura 6, pode ser resumida assim: nas décadas anteriores, trata-se sempre da moça virgem destinada ao lar; na década de 90, da moça “livre” em busca de prazer / aventura (que o pai pensa que quer casar).*

Mas a surpresa final nem sempre ocorre. Por exemplo, a página 36 de **Mulheres Alteradas 3**, tal como consta na figura 7, contém 6 quadros cuja “quantidade” de graça ou intensidade de humor é mais ou menos equivalente.



Figura 7 (Mulheres alteradas 3, p. 36)

A oposição entre “É perfeito” e “Mas é casado”, do último quadro, não é mais surpreendente (ou, se for, é muito pouco) do que outras oposições, como *É divertido, mas é pobre* ou *É gostosíssimo, mas engorda*. Claro que não é estranho que se defenda que a questão do casamento é a mais crucial para a mulher, e que, portanto, há uma surpresa no último quadro. Se for assim, poder-se-ia dizer que mesmo esta página está de acordo com as regras de um texto humorístico.

Mas creio que seria perfeitamente defensável dizer que maior surpresa ocorreria se o último quadro fosse *É gostosíssimo, mas engorda*, se considerarmos que o principal problema para uma mulher, atualmente, é sua silhueta (ver comentários à página 39 de **Mulheres Alteradas 3**, abaixo). Pode ser que, do ponto de vista da “realidade” social, não seja óbvio que engordar é o mais grave dos problemas femininos. Por isso, seria surpreendente que um

texto que faz um levantamento de dilemas femininos propusesse que comer algo saboroso ou engordar é o maior de todos os dilemas. A surpresa adviria exatamente do fato de que essa conclusão é inesperada. *A questão dominante é a da beleza, enfatizando um verdadeiro “trauma” feminino, só equivalente à impotência para os homens. Aqui não se faz nenhuma menção a terapias, a tratamentos.*

Resta acrescentar que alguns dos quadros têm notoriamente menos poder de produzir efeitos de humor do que esses que mencionei. Por exemplo, a oposição entre um produto ser moderno, mas ser vagabundo é pouco capaz de provocar prazer. Se alguém rir dessa cena será eventualmente por ver o moderno ser depreciado, mas certamente não há nessa oposição nada de surpreendente.

Para concluir, analisarei sumariamente a figura 8, na qual consta a página 39 de **Mulheres Alteradas 3**.



Figura 8 (Mulheres alteradas 3, p. 39)

Trata-se, entre outras coisas, de um “enunciado” que retoma o tópico provavelmente mais repisado pelos trabalhos de Maitena, a cruz da celulite. Em resumo, o discurso que aqui se materializa é “nada é pior que celulite”. Mas, nesse texto, inclusive por ser um texto humorístico, a questão é apresentada de forma muito peculiar. A página contém 9 quadros, 8 dos quais afirmam que ser magra é melhor do que qualquer coisa boa que possa acontecer a uma mulher: melhor do que ser linda, do que ser jovem, do que ser elegante, do que ter sucesso, do que ser famosa, do que ser milionária, do que encontrar o homem da vida, do que ser feliz. Observe-se que estão listados provavelmente os maiores anseios de uma mulher (segundo uma certa memória), em vários domínios – sendo que alguns valem também para os homens, até mesmo sem adaptação. O último quadro, no entanto, e *surpreendentemente*, diz que, mais importante do que ser magra é não ter celulite. As cenas no interior das quais se fazem as oito primeiras declarações são bem diversificadas; os desenhos situam a mulher em cada uma das situações em que a comparação se dá: linda no primeiro quadro, elegante no terceiro, de sucesso no quarto, se assim por diante. Todas são “cenas validadas”. No quadro final, a mulher aparece apavorada, descabelada, como se tivesse sido acometida de uma grande desgraça.

Do ponto de vista das técnicas do humor, trata-se de uma página paradigmática. O final é cuidadosamente preparado; inclusive, o volume de quadros é maior que o habitual nas páginas de Maitena, como se, ao mesmo tempo, fosse relevante enumerar o máximo possível de situações e preparar mais vagarosamente o final. Se nos ativermos à concepção freudiana do funcionamento do chiste, poderíamos dizer que as preliminares mereceram de fato um cuidado especial, para que o final seja o mais prazeroso possível (ver MEZAN, 2005).

A página é excepcional também do ponto de vista dos discursos sobre a mulher. Nela estão registradas duas obsessões, ambas impostas ao sujeito mulher: ser magra e não ter celulite. Diga-se que ser magra é o discurso mais explícito e mais comum, em todos os lugares em que se fala de feminino, do que o da celulite. Este tema é cercado de um certo tabu. Como se ter celulite fosse não confessável, implicasse expor algum traço da intimidade. Além disso, ser menos magra é, de qualquer forma, visível, por um lado, e,

por outro, um objetivo alcançável, enquanto que ter celulite se discursiviza como uma danoção incontornável.

## 11 Conclusão

O objetivo deste trabalho foi, basicamente, o de descrever alguns “enunciados” com dois objetivos básicos: explicitar o que os caracteriza como humorísticos e, em segundo plano, especular um pouco sobre o modo como o discurso humorístico estabelece algum tipo de relação com a realidade social. Sei que a tarefa de descrever textos humorísticos parece pouco importante (imagine-se um crítico literário ocupando-se de explicar por que um certo texto é poético, ou um filósofo fazendo o mesmo com um texto de seu campo). No entanto, pessoalmente, considero essa tarefa fundamental. Tenho dito que é muito fácil (!) falar de aspectos sociais ou culturais do humor, mas que não é trivial – e seria bem mais relevante – analisar textos humorísticos de dentro, tentar dar conta de sua forma. Afinal, foi ninguém menos do que Freud quem insistiu em dizer que o chiste é antes de mais nada uma questão de técnica, e foi Pêcheux quem disse que a análise do discurso consiste em descrever e interpretar (e dado uma demonstração magistral de como se descreve um texto, dedicando diversas páginas a esmiuçar a composição do enunciado “on a gagné”).

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AMOSSY, R.; PIERROT, A. H. **Estereotipos y clichés**. Buenos Aires: Eudeba, 2001.
- BLUSTAN, S. A paranóia do segundo sexo. **Mais!** São Paulo: Folha de São Paulo, p. 10, 08 mai. 2005.
- FOUCAULT, M. **A ordem do discurso**. S. Paulo: Edições Loyola, 1971.
- FOUCAULT, M. Retornar à história. In: \_\_\_\_\_. **Ditos e escritos II**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1972. p. 282-295
- GUESPIN, L. Problematique des travaux sur le discours politique. **Langages**, Paris, n. 23, p. 3-4, 1971.

MAINGUENEAU, D. **Análise de textos de comunicação**. São Paulo: Cortez Editora, 1998.

MAINGUENEAU, D. **Análise do discurso: novas tendências**. Campinas: Editora Pontes; Editora da Unicamp, 1987.

MEZAN, R. A “Ilha dos tesouros”; relendo A piada e sua relação com o inconsciente. In: SLAVUTZKY, A.; KUPERMANN, D. (Org). **Seria trágico... se não fosse cômico**; humor e psicanálise. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2005. p. 129-198.

PÊCHEUX, M. **Discurso: estrutura ou acontecimento**. Campinas: Editora Pontes, 1970.

FONSECA-SILVA, M. da C. **Os discursos do cuidado de si e da sexualidade em *Claudia*, *Nova* e *Playboy***. 354 p. Tese (Doutorado em Lingüística) – Instituto dos Estudos da Linguagem da Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2003. Inédita.

SKINNER, Q. **Hobbes e a teoria clássica do riso**. São Leopoldo: Editora Unissinos, 2002.

*Campinas, junho de 2006.*

Recebido em julho de 2006.

Aprovado para publicação em outubro de 2006

Publicado em julho de 2007.

## **SOBRE O AUTOR**

**Sírío Possenti** é doutor em Lingüística e Livre docente pela Universidade Estadual de Campinas – Unicamp/Brasil; professor da graduação e do Programa de Pós-Graduação em Lingüística do Instituto de Estudos da Linguagem, da Unicamp; líder do grupo de pesquisa *Questões de teoria e de análise em análise do discurso (Unicamp/CNPq)*; pesquisador do grupo de pesquisa *Projeto Integrado em Neurolingüística: elaboração de banco de dados e de protocolos de avaliação (Unicamp/CNPq)*; autor de vários artigos publicados em periódicos nacionais e internacionais; autor de vários capítulos de livros; autor e co-organizador de vários livros. Tem experiência na área de Lingüística, com ênfase nas subáreas Teoria e Análise Lingüística e Análise de Discurso.

Temas de pesquisa: semântica global; discurso, sujeito e sentido; indícios de autoria; discurso e humor; mídia e memória discursiva; discurso político.

E-mail: siriop@terra.com.br