

<http://dx.doi.org/10.1590/1982-4017-150305-2215>

O QUE DIZEM DO BRASIL AS PIADAS?

Ana Cristina Carmelino*

Universidade Federal de São Paulo

Departamento de Letras

São Paulo, SP, Brasil

Sírio Possenti**

Universidade Estadual de Campinas

Instituto de Estudos da Linguagem

Campinas, SP, Brasil

Resumo: Considerando-se que os textos humorísticos são formas de veiculação de discursos menos oficiais e operam frequentemente com estereótipos, o presente artigo propõe tratar de piadas do/ sobre o Brasil, a fim de verificar não só como o país é estereotipado nesse tipo de produção, mas também em que medida a história pode ou não explicar tais enunciados, já que eles retomam esquemas culturais mais ou menos sólidos. A discussão ancora-se no conceito de estereótipo formulado pelas ciências sociais e adotado por analistas do discurso de linha francesa (AMOSSY; HERSCHBERG-PIERROT, 2001; POSSENTI, 2010b). O corpus de análise é composto por piadas publicadas em ambientes virtuais. O estudo explicita alguns aspectos socioculturais recorrentes do Brasil que o estereotipam em geral de forma negativa, bem como confirma que as representações humorísticas nas suas formas e procedimentos forjam-se nos fluxos do tecido histórico e social da vida.

Palavras-chave: Análise do discurso. Estereótipo. Piada. Brasil.

1 PIADAS NACIONAIS E ESTEREÓTIPO

As piadas frequentemente operam com estereótipos. Os estereótipos quase nunca são agradáveis ou positivos, tampouco bondosos. Vejamos o exemplo que segue e algumas considerações sobre ele.

(1) Máquina de apanhar ladrões

Nos Estados Unidos fabricaram uma máquina de pegar ladrões. Testada em Nova Iorque, em 5 minutos pegou 1500 ladrões. Levaram-na para a China e em 3 minutos apanhou 2500 ladrões. Na África do Sul, em 2 minutos pegou 6 mil ladrões. Trouxeram-na para o Brasil e, num minuto, roubaram a porcaria da máquina.

Fonte: AS MELHORES piadas. *Piadas engraçadas.net*. Disponível em: <<http://piadasengracadas.net/as-melhores-piadas/brasil/>>. Acesso em: 15 jul. 2015.

* Professora Adjunta IV. Doutora em Linguística e Língua Portuguesa pela Unesp/CAR. E-mail: anacriscarmelino@gmail.com.

** Professor Titular na área de Análise de Discurso. E-mail: siriop@terra.com.br.

Podemos dizer que o enunciado em questão, uma piada que menciona algumas nacionalidades, trata o Brasil como um país no qual se rouba muito. O relato de que uma máquina de pegar ladrões, construída nos Estados Unidos e testada em alguns países, foi roubada assim que chegou ao Brasil veicula um discurso segundo o qual essa nação tem ladrões (e, certamente, outros problemas sociais).

A origem de uma piada é quase sempre misteriosa, visto que se trata de um texto anônimo. Convém observar, no entanto, que a insinuação torpe sobre o Brasil, na piada, é feita pelo próprio morador desse país. A construção “trazer para”, em “trouxeram-na [máquina de pegar ladrões] para o Brasil”, no enunciado final – e não “levar para”, como em “levaram-na [máquina de pegar ladrão] para a China” – garante essa interpretação. Se “trazer para” significa transportar ou conduzir para o lugar onde se está, o narrador seria um brasileiro falando do Brasil.

O tom da enunciação é de objetividade, garantida pelos números apresentados que expressariam dados quantitativos e uma relação entre *quantidade de tempo x quantidade de ladrões pegos* pela máquina: em 5 minutos, a máquina pega 1500 ladrões em Nova Iorque; em 3 minutos, pega 2500 na China; em 2 minutos, pega 6 mil na África do Sul. Uma narrativa “normal” seguiria mencionando números relativos a outros países. Sendo uma piada, rompe com essa direção, produzindo um efeito de surpresa, que se configura não pelo fato de que no Brasil a máquina pega menos ou mais ladrões, mas porque neste país se rouba a máquina em um tempo mínimo.

O fato de que não se menciona o número de ladrões presos, mas que se rouba a máquina, tem o efeito de significar que aqui o roubo é mais grave, porque assim se impedem as prisões. O que implica que há ladrões e que não há punição para eles. Uma interpretação dessa piada, mesmo sem tratar de todos os detalhes, poderia ser: rouba-se em todos os lugares do mundo; no Brasil, rouba-se e se faz de tudo (até se comete outro crime) para evitar a punição.

Como se observa, os estereótipos agenciados pelas piadas são bem negativos. Considerando, entretanto, juntamente com Zink (2011, p. 57), que analisar piadas nacionais tem a vantagem de permitir que fiquemos na “fotografia de família”, propomos, neste trabalho, tratar de piadas do/sobre o Brasil com o objetivo de verificar não apenas como o país é estereotipado nesses textos humorísticos, mas também em que medida a história pode ou não explicar os sentidos de tais enunciados, uma vez que eles retomam esquemas culturais mais ou menos sólidos.

O referencial teórico que fundamenta as discussões advém do conceito de estereótipo formulado pelas ciências sociais e adotado por alguns analistas do discurso de linha francesa, casos de Amossy e Herschberg-Pierrot (2001) e de Possenti (2010b), autores que buscam determinar os elementos da estereotipia através de componentes discursivos.

Concebido como social, imaginário e construído, o estereótipo, que se ampara ou não em dados reais, pode incitar análises, hipóteses sobre possíveis explicações para os discursos sobre o Brasil que retomam e eventualmente veiculam elementos pré-fabricados e conceitos enraizados em piadas. Trata-se de um tema que, embora pareça comum, ainda não foi discutido e, segundo entendemos, merece um estudo mais detalhado do ponto de discursivo.

Há pelo menos duas hipóteses defendidas aqui: (a) que as piadas do/sobre o Brasil evidenciam aspectos socioculturais recorrentes do país; (b) que as piadas do/sobre o Brasil revelam um país de contrastes, porque, embora ressaltem preponderantemente estereótipos negativos, alguns dos exemplos também apresentam aspectos que poderiam ser avaliados positivamente.

Um assunto que aqui não será desenvolvido, mas apenas assinalado, é se as piadas são um gênero discursivo. Se consideradas as características classicamente exigidas por Bakhtin (2011) – um tema, isto é, um campo, uma estrutura relativamente estável e um estilo –, logo fica claro que nenhuma classificação de piadas é óbvia. Ter-se-ia que decidir sobre cada uma delas: se o humor é um campo, se a piada tem uma estrutura relativamente estável e se tem um estilo ou estilos característico(s).

Talvez seja mais adequado, provisoriamente, considerá-la, nos termos de Maingueneau (2006), um hipergênero (como a carta e a propaganda, talvez a canção): uma piada pode ser identificada, é claro, mas, provavelmente, muito mais por seu funcionamento (como uma propaganda) do que por um conjunto de características que se repetem. De fato, a análise de uma coleção de piadas, das muitas existentes, encontrará muitos “tipos” (talvez muitas cenografias¹). Talvez a única característica de todas as piadas seja o final surpreendente; mas um final surpreendente pode ocorrer num conto, numa tragédia, numa charada e, portanto, não basta para caracterizar as piadas.

Outra questão relevante, de que aqui não se tratará, é a questão das piadas “regionais” (de gaúcho, de baiano, de mineiro, de nordestino). Bastam talvez duas observações:

- a) algumas das piadas regionais referem-se a estados brasileiros (mas não a todos: pode-se dizer que não há, pelo menos em algum sentido relevante, piadas sobre paranaense ou catarinense ou piauiense etc.) e outras, a regiões (especialmente, ao nordeste). Que haja piadas de gaúcho, de mineiro, de baiano, mas não de catarinense etc., explica-se provavelmente pela relevância política histórica maior ou menos dos estados. O mesmo vale para o nordeste. O que não significa que as piadas digam respeito diretamente a esta história, pelo menos em sua versão pública ou oficial. Mas que o gaúcho seja estereotipado como “macho” (e em uma das séries de piadas, como “viado” – um simulacro (POSSENTI, 2010b); que o baiano seja considerado “preguiçoso” – outro simulacro, como o demonstrou Souza (2013), derivado de “lento” – e o mineiro como “sagaz, esperto”, embora aparentemente simplório, são discursos que não deixam de ter motivação histórica: as lutas e o modo de vida do gaúcho; a relação de senhores e escravos na Bahia, ares de uma convivência pacífica,

¹ Para Maingueneau (2002), e depois em outros textos, a cenografia de um gênero é a forma material na qual ele se apresenta (por exemplo, uma narrativa, um diálogo etc.). Quando esta forma corresponde mais ou menos à estrutura composicional típica de um gênero, seu efeito pode ser menos relevante. Mas quando ela é mais “inventiva” (romances em forma de cartas ou de diários, por exemplo, ou propagandas em forma de experimento científico), sua análise merece mais atenção. Quando se trata de hipergêneros, a cenografia passa a ser ainda mais crucial, porque, a rigor, a estrutura do gênero não exerce uma função relevante.

eventualmente matreira, em Minas, replicada na política, não são traços aleatórios²;

- b) a segunda observação é que nenhuma destas piadas regionais incide sobre corrupção ou desordem, por exemplo: estes são traços representados como nacionais, e não reaparecem nas piadas regionais.

Um fato que, de certa forma, capta o outro lado das piadas regionais ou nacionais é que elas podem se repetir em outros países ou regiões, desde que respeitadas certas restrições. Por exemplo, a piada sobre a criação do mundo, citada e analisada adiante sob o número (6), é corrente no México (país com muitas características naturais semelhantes às do Brasil e, supostamente, também outras, as criticáveis; é claro que uma piada assim não poderia surgir na Arábia). Outros exemplos, de passagem: nossas “piadas de português” são “piadas de alentejanos” em Portugal; nossas “piadas de argentino” são “piadas de portenho” na Argentina etc.

Feitas tais considerações, achamos relevante, antes de mostrar como o Brasil é caracterizado nas piadas, tratar da noção de estereótipo e de sua relação com o humor.

2 DA COMPLEXIDADE DO CONCEITO DE ESTEREÓTIPO E DE SUA RELAÇÃO COM O HUMOR

O termo estereótipo – etimologicamente formado pelas palavras *estereo* (que significa sólido ou rígido) e *-tipo* (que remete à impressão, imagem, forma) – significa, numa primeira acepção, “uma impressão sólida”. O ato de estereotipar, nesse caso, consiste(ia) em fixar caracteres móveis de uma página em pranchas sólidas para a impressão. Esse é o sentido que perdurou durante o século XIX, conforme os registros de Amossy e Herschberg-Pierrot (2001).

No entanto, a partir de 1920, a palavra ganha outro valor. Passa a ser concebida no espaço semântico da representação e da crença coletivas. Evocando esquemas culturais preexistentes, por meio dos quais as pessoas compreendem a realidade, o estereótipo converte-se no centro de interesse das ciências sociais, área na qual a noção se situa, primeiramente, em termos epistemológicos.

Lippmann (2008 [1922]) foi o primeiro a tratar o conceito de estereótipo como imagens de nossa mente que mediatizam nossa relação com o real. Segundo o jornalista, o real é filtrado por imagens cristalizadas, representações culturais preexistentes. Tais imagens, que são indispensáveis para a vida em sociedade, permitem compreender de certa forma o real, categorizá-lo ou atuar sobre ele.

Nesse sentido, o estereótipo passou a ser considerado, num sentido mais estável, como social, construído e imaginário. Nas palavras de Amossy e Herschberg-Pierrot (2001), trata-se de uma imagem coletiva, simplificada e cristalizada de algo (pessoa,

² O suposto diálogo entre um deputado gaúcho (– No Rio Grande somos todos machos!) e um mineiro (– Pois em Minas, metade é homem, metade, mulher, e nos damos muito bem!) toda em todas estas questões: a macheza do gaúcho (mas suspeita: somos TODOS machos...) e a esperteza do mineiro.

grupo, assunto), que resulta – a partir de um processo que recorta ou categoriza o real – de expectativas, hábitos de julgamento ou generalizações recorrentes na sociedade.

Essa maneira de conceber o estereótipo, acrescida das reflexões sobre sua função social e veiculação nos discursos, cria em torno do termo uma ambivalência constitutiva, que o leva a ser interpretado, na contemporaneidade, em duas vertentes: uma positiva, que o vincula à ideia de coesão e identidade social; e outra negativa, que o relaciona ao erro e ao preconceito (cf. AMOSSY; HERSCHBERG-PIERROT, 2001).

Por um lado, categorizar e esquematizar são procedimentos indispensáveis à cognição. Lippmann (2008) ressalta que, para compreender o mundo, é preciso relacionar aquilo que vemos a modelos preexistentes, realizar previsões e regular nossas condutas. Para esse autor,

há uma imagem mais ou menos ordenada e consistente, a qual nossos hábitos, nossos gostos, nossas capacidades, nossos confortos, nossas esperanças se ajustaram. Elas podem não ser uma imagem completa do mundo, mas são uma imagem de um mundo possível ao qual nós nos adaptamos. Naquele mundo as pessoas e as coisas têm seus lugares bem conhecidos, e fazem certas coisas previsíveis. Sentimo-nos em casa ali. Enquadramo-nos nele. Somos membros. Conhecemos o caminho em volta. Ali encontramos o charme do que é familiar, o normal, o seguro (LIPPMAN, 2008, p. 96).

Nesse sentido, os estereótipos podem cumprir funções importantes na vida social, como a de promover a identificação de um indivíduo com um grupo, e por isso, dar conta de sua própria identidade (cf. AMOSSY; HERSCHBERG-PIERROT, 2001).

Por outro lado, a categorização simplificada ou generalizada pode provocar uma visão esquemática e deturpada do real, gerando falsas evidências. Como os estereótipos comumente referem ao todo selecionando alguns detalhes, tendem a oferecer uma imagem incompleta (eventualmente, errada), que implica ou provém de uma qualificação ou julgamento. Nesse caso, o estereótipo é relacionado às noções de preconceito e erro, sendo tratado de um ponto de vista negativo. Essa é a visão do fenômeno que parece prevalecer ou sobressair. Como bem lembra Goodwin (2011, p. 535), há “um estereótipo a respeito dos estereótipos: o de que tenham um caráter pejorativo, sendo, portanto, prejudiciais”.

Quer se considere a estereotipia de forma positiva ou negativa, uma coisa é certa: ela é inevitável. Desse modo, desde que não levemos os estereótipos a sério demais, visto que não podemos nos esquecer de que expressam um imaginário de um grupo (e que podem ou não ter amparo no real), eles podem ajudar a refletir sobre a sociedade.

Se é certo dizer que não há como fugir dos estereótipos, é certo dizer também que eles ganham maior contorno no discurso humorístico, tendo em vista que, nesse caso, as marcas estereotípicas, em geral pejorativas, são exageradamente assinaladas, constituindo-se, muitas vezes, em causas do riso.

Tais dados ficam claros quando consideramos a piada (1), citada no início deste artigo, na qual um acontecimento pontual mostrado em exagero – uma máquina de pegar ladrões ser roubada logo após ter chegado ao país – constrói do Brasil o estereótipo de ser um país com (muitos) ladrões impunes. Nesse exemplo, o estereótipo é a ferramenta essencial para a produção do sentido humorístico.

Nas palavras de Zink (2011, p. 48), quando o estereótipo não atua como o gerador de humor (malícia, ironia), ele “parasita os mecanismos do humor, replicando-os”. Na mesma esteira, Goodwin (2011, p. 535) ressalta que “os conceitos preestabelecidos são blocos com que os humoristas constroem seus castelos de piadas”.

Convém destacar que o riso despertado pelo estereótipo pode estar associado a um ingrediente que lhe é peculiar: o rebaixamento, a depreciação, a avaliação negativa – sejam de ordem física, sejam de ordem moral. As piadas apresentam muitos exemplos desse funcionamento: portugueses burros, judeus gananciosos, ingleses excêntricos, colombianos traficantes, brasileiros malandros. Vale ainda frisar que o mero rebaixamento não basta para produzir humor. Geralmente, para que isso ocorra, ele deve ser produzido indiretamente, de forma engenhosa (POSSENTI, 2010a), surpreendentemente.

Para além de ser causa do riso, mas ainda levando em conta as funções do humor, o estereótipo não consiste apenas em uma simplificação negativa nas piadas; ele permite (e por que não dizer, promove) o não dito, e, assim, exige uma interpretação que leve em conta questões históricas e culturais ou, em outros termos, certa memória. É interessante, por exemplo, verificar as modalidades e as possíveis explicações para o fato de que os discursos retomam e eventualmente retrabalham “pré-discursos”³ (PAVEAU, 2013), ou seja, que suposições, ideológicas ou culturais, subjazem e recuperam esquemas culturais mais ou menos sólidos.

3 PIADAS DO BRASIL: SOBRE O QUE JÁ FOI DITO

Fazer piadas de/com um país parece algo comum. No entanto, ao contrário do que convencionalmente se supõe, há proporcionalmente poucas piadas do/sobre o Brasil tomado como um todo (existem muitas regionais, mas não é esse tipo a que estamos nos referindo aqui). Esta talvez seja a razão de haver poucos estudos sobre o assunto. Há um registro apenas sobre o tema, o trabalho de Possenti (2010a). E, mesmo assim, o caso é específico: o de piadas que tangenciam, de certa forma, um acontecimento histórico, o descobrimento do país.

No ensaio intitulado “Rindo do descobrimento do Brasil”, Possenti (2010a) constatou que não há (quase) piadas sobre a chegada de Cabral ao Brasil, ou seja, sobre o descobrimento (achamento ou invasão) desse país. Tema sobre o qual o autor tinha se proposto discorrer, a convite, em razão da comemoração dos 500 anos do Brasil. A justificativa dos poucos exemplos é que “o descobrimento não é assunto para piadas”, não é um tópico do qual as pessoas se ocupam (ocuparam), como ocorre com muitos outros aspectos da vida cotidiana (sexo, política, por exemplo).

Na verdade, embora o descobrimento seja um tema controverso (esta seria uma razão para fazer piadas), ele não é popular, corrente. Nesse sentido, as controvérsias que o tópico pode gerar não penetraram os discursos populares. Só assim poderia ser simplificado, resumido, estereotipado, tendo em vista que as piadas nascem em solo

³ A autora propõe unificar sob esse termo um conjunto de conceitos, todos prévios ao discurso, isto é, à enunciação de um discurso, entre eles conhecimento prévio, pré-construído, o que é coletivo, comum etc.

pisoteado, ou seja, “quando os discursos sobre temas controversos se tornam populares, praticamente anônimos, de tão frequentes” (POSSENTI, 2010a, p. 12).

Diante da relativa falta de dados, o autor analisa piadas sobre o Brasil, que, de algum modo, foram associadas ao descobrimento. Trata-se de textos que surgiram e circularam independentemente desse acontecimento ou de sua comemoração. Tais considerações revelam algo importante: a existência de piadas do/sobre o Brasil.

Os exemplos mencionados no trabalho mostram avaliações (negativas) que comumente são feitas do país, usando o descobrimento como uma espécie de pretexto. Em geral, os casos citados no ensaio veiculam o discurso de que o “Brasil é uma bosta”, uma “merda”, coisa ruim, isto é, um país cheio de defeitos, problemas. É o que pode ser visto no caso que segue:

(2) A verdadeira história do dilúvio

Depois de construir a arca e já no terceiro dia após o dilúvio, Noé percebeu que tinha esquecido de fazer um banheiro em sua arca. Como a cada dia que se passava o cheiro ficava cada vez mais insuportável, Noé fez uma prece e prometeu que, se Deus levasse toda aquela bosta embora, depois que acabasse o dilúvio, ele iria encontrá-la e limparia tudo. Deus atendeu o seu pedido e, quando o dilúvio acabou, Noé passava todos os dias procurando pela montanha de bosta.

Nunca a encontrou.

Cabral a descobriu em 1500!

Fonte: A VERDADEIRA história do dilúvio. *Humortadela*. Disponível em: <<http://beta788.humortadela.com.br/piadas-texto/29391>>. Acesso em: 15 jul. 2015.

Ao considerarmos, pela memória discursiva, que a montanha descoberta por Cabral em 1500 foi o Brasil, o final do texto da piada associa, indiretamente, Brasil à “bosta”. Se Noé “passava os dias procurando pela montanha de bosta” (gerada em sua arca) levada por Deus e “nunca a encontrou”, mas “Cabral a descobriu em 1500”, sugere-se, por um princípio anafórico, que a “montanha de bosta” seja o Brasil.

Para Possenti (2010a), o discurso veiculado – de que o Brasil é um país cheio de problemas (dado deduzido pela associação a “bosta”) – é bem instituído, já que dispensa exemplos, detalhamentos e até mesmo rememoração. Embora possam ser deduzidos, os problemas que fazem o Brasil ser considerado “ruim” (uma “bosta”) não são mencionados, nem sequer insinuados.

Embora não tratem exatamente de piadas do/sobre o Brasil, mas de brasileiros como um todo (ou seja, ainda na esteira da nacionalidade), os trabalhos de Carmelino (2014, 2015) também merecem registro. A autora defende a existência de piada de brasileiro (2015), algo que ultrapassa questões de ordem regional. Tal qual ocorre com o turco, o português, o argentino e tantas outras nacionalidades, o brasileiro (em geral posto ao lado de moradores de outros países) é representado de forma recorrente nesse tipo de produção texto⁴. Segundo os estudos de Carmelino (2014), o protagonista da

⁴ Citemos, a título de ilustração, um exemplo da chamada “piada de brasileiro” mencionada por Carmelino (2015): Um prefeito do interior queria construir uma ponte e chamou três empreiteiros: um alemão, um americano e um brasileiro. – Faço por três milhões de dólares, disse o alemão: um pela mão de obra, um pelo material e um é o meu lucro. – Faço por seis milhões, propôs o americano: dois pela

piada (no caso, o brasileiro, que sempre aparece no final desses textos) não apresenta apenas um rótulo (como acontece com o português mostrado burro e o argentino, arrogante), mas marcas socioculturais distintas e heterogêneas que o estereotipam, seja por meio da valoração (esperto, inteligente, eficiente sexualmente, corajoso), seja por meio do rebaixamento (corrupto, dissimulado, malicioso, contraventor, oportunista).

4 PIADAS DO BRASIL: SOBRE O QUE NÃO FOI DITO

A busca por piadas que envolvem o Brasil – assim como também constatou Possenti (2010a) com o caso do descobrimento – não leva a muitos exemplos. Podemos dizer que não estamos diante de um *corpus* exaustivo, mas, mesmo assim, ele é representativo. Pelo menos para o objetivo proposto, que é mostrar os discursos sobre o Brasil que circulam nesses textos.

Nas piadas encontradas, o Brasil é geralmente rebaixado, estereotipado com traços negativos que evidenciam alguns aspectos socioculturais recorrentes. A falta de segurança no país, depreendida do (alto índice de) ladrões, como mostra o exemplo (1), já é uma amostra desse discurso.

Nesse sentido, a recorrência temática permite estabelecer determinados estereótipos, e, por que não, desvelar valores arraigados. Além de um país em que se rouba muito, outros traços que as piadas destacam do Brasil são a desordem e a política corrupta. Os exemplos que seguem, de (3) a (5), ilustram tais considerações:

(3) Inferno brasileiro

O infeliz pecador morreu e foi parar na porta do Inferno. Lá um capetinha auxiliar lhe fez a seguinte pergunta: Você quer ir pro inferno brasileiro ou para o inferno americano? E o infeliz, pergunta: Qual é a diferença?

– Bom. Existe um muro que separa os dois infernos. No inferno brasileiro, você terá que comer uma lata de 20 kg de merda no café da manhã, no almoço e no jantar. Depois o diabo te espeta até fogo infernal, e lá você irá dormir. No americano, é igual, só que ao invés de uma lata, você terá que comer somente um pires.

O infeliz não pensou duas vezes, e foi para o inferno americano. Chegando lá, reparou que estavam todos cabisbaixos e tristes. Enquanto isso, no outro lado do muro, ouvia-se um som de pagode, muitas gargalhadas, enfim, uma festa muito animada. Não se contendo, o infeliz sobe no muro e chama alguém.

– Ei, como vocês conseguem festejar? Aqui o pessoal come um pires de merda e vive triste, enquanto vocês comem uma lata de 20 Kg e vivem dando risada!

– Bom, é que aqui é Brasil, né? Um dia falta lata! No outro falta merda! No outro, o diabo não vem! No outro é feriado! No outro, falta lenha pro fogo e assim vai. E é só festa!

Fonte: O INFERNO brasileiro. *Clickgrátis piadas*. Disponível em:

<<http://www.clickgratis.com.br/piadas/nacionalidades/brasileiros/o-inferno-brasileiro.html#ixzz2Rql4XshP>>. Acesso em: 15 jul. 2015.

mão de obra, dois pelo material e dois para mim. – Faço por nove milhões, disse o brasileiro. – Nove? É demais, falou o prefeito! Por que nove? – É simples. Três para mim, três para o senhor e três para o alemão fazer a obra!

Fonte: EMPREITEIROS. *Clickgrátis piadas*. Disponível em:

<<http://www.clickgratis.com.br/piadas/nacionalidades/brasileiros/empreiteiros.html#ixzz2RqIH3cu>>. Acesso em: 15 jul. 2015.

Em (3), o Brasil é mostrado como um país não sério, onde tudo é festa e desordem, sentido sustentado pelos enunciados “[no inferno brasileiro] ouvia-se um som de pagode, muitas gargalhadas, enfim, uma festa muito animada” e “Bom, é que aqui é Brasil, né? Um dia falta lata! No outro falta merda! No outro, o diabo não vem! No outro é feriado! No outro, falta lenha pro fogo e assim vai. E é só festa!”. São, portanto, estereótipos de um Brasil festeiro e desordeiro que são postos em destaque.

A piada endossa uma das ficções que estrutura a comunidade imaginária brasileira, uma cena validada⁵ que se resume na famosa expressão “no Brasil tudo acaba em pizza”⁶, tal qual proposta pelo radialista esportivo Milton Peruzzi na década de 1960, quando queria informar a seus ouvintes que, depois de algum conflito nos bastidores do clube, tudo acabaria se resolvendo de maneira pacífica (representada por uma comida ingerida em conjunto numa cantina).

Essa ficção, é importante lembrar, integra elementos da realidade histórica, uma vez que desvela o país tanto em sua cultura, privilegiando seus costumes e comportamentos, quanto por sua estrutura, por meio dos processos políticos, sociais e econômicos.

Nesse sentido, a narrativa evoca os dois discursos correntes no imaginário coletivo sobre o Brasil. Se, por um lado, mostra um país que tende a levar tudo na piada e na festa, por outro, revela um Brasil com problemas de organização (um dia o diabo não vem, no outro é feriado) e de infraestrutura (falta lata, merda, lenha pro fogo).

A análise desses estereótipos nos leva a observar a dualidade de percepções e valores que marcam o Brasil: a ideia de país festeiro e a de país desordeiro. O humor, conforme trabalha essa polaridade, não procura desfazê-la, ao contrário, busca mostrá-la em toda a sua ambiguidade, tornando-a risível. Desse modo, ao fazer a insinuação maliciosa de que o país é desordeiro, o estereótipo também revela dele uma imagem sedutora, aliada ao prazer incondicional, depreendida em “aqui é só festa”, que leva à consciência talvez positiva e “engraçada” de uma sociedade imperfeita, da qual fazemos parte.

Se não podemos afirmar categoricamente que os estereótipos apoiam-se no real, podemos, ao menos, buscar alguma associação com elementos historicamente constituídos. O Brasil tende a ser um país em que o cumprimento das leis apresenta problemas estruturais. Muitas vezes, uma determinada lei acaba perdendo força por ser artificial, forçada, ou por falta de fiscalização.

⁵ O conceito de cena validada, formulado no interior da análise do discurso por Maingueneau (2002, p. 91-92), refere-se a uma cena instalada da memória coletiva, uma espécie de reflexão em comum, “seja a título de modelos que se rejeitam ou de modelos que se valorizam”.

⁶ Apesar de a expressão “tudo acabar em pizza” ter passado a se referir, na década de 1990, a crimes sem punição, por causa da profusão de CPIs que não deram em nada no Congresso Nacional, ela foi inventada bem antes. Segundo Souza, o termo surgiu na década de 1960, quando, após uma reunião dos dirigentes da Palestra Itália (atual Palmeiras, clube de futebol de São Paulo fundado por imigrantes italianos) em que houve muita confusão e gritaria, os participantes acabaram indo ao bairro do Brás, em São Paulo, e celebraram as pazes comendo uma deliciosa pizza. Dado o desfecho, o jornalista Milton Peruzzi, da Gazeta Esportiva, publicou uma notícia com o seguinte título: “Crise do Palmeiras termina em pizza” (SOUSA, R. Acabar em pizza. *Brasil escola*. Disponível em: <<http://www.brasilecola.com/curiosidades/acabar-pizza.htm>>. Acesso em: 15 jul. 2015).

Desse modo, a cena validada na piada (3) remete ao “país do jeitinho”, um elemento de identidade brasileira, uma maneira de lidar com certas situações arraigadas na história (cf. CARMELINO, 2014). Estamos nos referindo à ideia do jeitinho tal como abordada na obra *Interpretação da realidade brasileira* (1973), por João Camilo de Oliveira Tôrres, que defende que o jeito é uma maneira de ser peculiarmente brasileira, fruto de condições históricas particulares que permitiriam a criação desse tipo de estilo ou filosofia de vida. De forma prática, o jeitinho traduz-se na capacidade de adaptação a situações inesperadas, difíceis ou mesmo perversas, que certamente tem reflexo no tipo de criação que tivemos e nos desafios aqui encontrados no processo de colonização.

O que foi dito ao pecador representado na piada – se ele escolhesse ir para o inferno brasileiro teria que “comer uma lata de 20 kg de merda no café da manhã, no almoço e no jantar” e, se escolhesse o inferno americano, comeria “somente um pires” – coloca o Brasil numa situação de perversidade. Por se tratar de uma piada, essa situação se reverte ao final. Final possível graças ao país do jeitinho que, por problemas estruturais, burla a regra preestabelecida.

Embora o pecador tenha escolhido ir para o inferno americano, certamente na esperança de ter que comer menos merda, fica claro que quem escolheu o inferno brasileiro saiu-se melhor. Saiu-se melhor, no entanto, de uma situação em que tinha tudo para se dar mal. A desvantagem foi transformada em trunfo pela falta de seriedade.

A piada funciona também a partir de uma memória histórica (que, supostamente, o leitor conhece), segundo a qual, no tocante às relações entre a lei e o fato social, os Estados Unidos e o Brasil se comportam de forma bem distinta. Naquele país, a lei é uma cristalização do costume, por isso o instituído é cumprido (“aqui o pessoal come um pires de merda”). No Brasil, conforme destaca Campos (1966), o direito civil é um sistema apriorístico e formal das relações, o que o tornaria menos autêntico e, por isso, menos levado a sério. As constituições são normativas e regulamentares, criando um descompasso entre a norma e o comportamento. Nesse caso, o descumprimento da lei é, muitas vezes, uma condição de sobrevivência do indivíduo e da preservação do corpo social.

O inferno americano e o brasileiro como desenhados na piada representam metaforicamente modos de agir constituídos historicamente nas duas nações. Os brasileiros agem de forma diferente dos norte-americanos, não porque passam a todo o momento por cima das leis, mas porque têm imaginação (conhecendo a nossa situação) e, assim, malandramente, driblam as normas por meio do jeitinho.

Vejamos agora outros discursos recorrentes sobre o Brasil: o da política corrupta (5) e complexa (6).

(4) Brasil 500 anos

Coincidência ou não, mas desde o descobrimento, o Brasil é um país ligado ao PC.

1. Foi descoberto por PC (Pedro Cabral);
2. A primeira carta foi escrita por PC (Pero Caminha);
3. É conhecido como PC (País do Carnaval);
4. No Rio, a sede do governo era no PC (Palácio do Catete);

5. Atualmente, a sede do governo é no PC (Planalto Central);
6. Recentemente foi governado por um PC (Presidente Collor);
7. Que se apaixonou por um PC (Pernas da Cunhada);
8. E que estava envolvido com um outro PC (PC Farias);
9. Que foi denunciado por um outro PC (Pedro Collor);
10. E nós, PC (Pobres Coitados), continuamos levando PC (Pau no Cu), enquanto outros PC (Políticos Corruptos) acham que aqui é um PC (País do Caralho)!

Fonte: BRASIL 500 anos. *Clickgrátis piadas*. Disponível em:

<<http://www.clickgratis.com.br/piadas/nacionalidades/brasileiros/brasil-500--nos.html#ixzz2Rqou54fe>>. Acesso em: 15 jul. 2015.

(5) Capitalismo brasileiro

Você tem duas vacas. Uma delas é roubada. O governo cria a CCPV – Contribuição Compulsória pela Posse de Vaca. Um fiscal vem e lhe autua, porque embora você tenha recolhido corretamente a CCPV, o valor era pelo número de vacas presumidas e não pelo de vacas reais. A Receita Federal, por meio de dados também presumidos do seu consumo de leite, queijo, sapatos de couro, botões, presume que você tenha 200 vacas e para se livrar da encrenca, você dá a vaca restante para o fiscal deixar por isso mesmo.

Fonte: AS VACAS explicam os governos. *Reflexões e risadinhas*. Disponível em: <<http://reflexoesrisadinhas.spaceblog.com.br/1356897/As-vacas-explicam-os-governos/>>. Acesso em: 15 jul. 2015.

O exemplo (4) faz menção a políticos corruptos que fizeram parte da história do Brasil: “Presidente Collor”, “PC Farias”, “Pedro Collor”. Embora a referência seja a casos recentes (numa piada cujo título é “Brasil 500 anos”), atribui-se o estereótipo de corrupta a essa nação (com destaque para a área política) desde sempre. O texto (5), ao mostrar como a posse de algumas vacas pode explicar o capitalismo brasileiro (a partir do tratamento que o governo dá ao caso), ressalta outros estereótipos do país no que tange ao seu sistema político, notadamente o de burocrático, caótico e corrupto (indiciado pelo final da piada 5). Ambas focalizam, de certa forma, um diagnóstico político da realidade brasileira.

Como já dito, o estereótipo pode ser desagradável. Mais desagradável, talvez, seja saber que nossa fama nos precede e tem fundamento. A história registra inúmeros casos de corrupção nos quais o governo brasileiro esteve envolvido. A título de ilustração, citemos alguns exemplos.

Os governos do período pós-Ditadura Militar (depois de 1985), eleitos pelo voto direto, passaram por escândalos de toda ordem: Fernando Collor de Mello, aludido na piada, foi acusado de corrupção e tráfico de influência, o que levou à sua renúncia, em 2 de outubro de 1992; Fernando Henrique Cardoso, que assumiu a presidência do Brasil de 1995 a 2002, foi envolvido no escândalo de compra de votos para aprovação na Câmara e no Senado de lei que permite a reeleição (dele, inclusive); Luiz Inácio Lula da Silva, presidente de 2003 a 2010, foi suspeito de participar do esquema do mensalão, em que integrantes do governo federal pagaram verbas regulares a integrantes da Câmara dos Deputados; o governo Dilma Rousseff, que administra o país desde 2011, foi acusado do suposto superfaturamento em compras de áreas por parte da Petrobras.

A corrupção, ligada a outro modo de conceber o jeitinho brasileiro, também pode ter razões históricas. Conforme Rosen (1971), as raízes da corrupção no Brasil podem ser encontradas no passado português, que condicionou as atitudes brasileiras ao funcionamento do governo. A administração portuguesa, segundo o autor, era autoritária, paternalista e particularista; a legislação era confusa, detalhista e numerosa, ou seja, impossível de se fazê-la cumprir. Tais considerações podem explicar também a complexidade e a lógica da política brasileira caçada no texto (5), que tem como base o formalismo e uma estrutura burocrática caótica.

Outra possível fonte geradora da mentalidade do jeito como corrupção, evidenciada na política do Brasil, pode ser o “caráter português”, que tem como uma das características a tolerância com a corrupção, famosa na Europa do século XVII (ROSEN, 1971). Essa tolerância tem como subproduto uma baixa expectativa de serviço público honesto. Dado que pode ser conformado na imagem de políticos brasileiros mencionados anteriormente.

Rosen (1971) ainda acrescenta que o sentimentalismo ou o “complexo de coitado” é mais um fator que favorece a tolerância à corrupção. Isso é claramente exposto no final da piada (5), no enunciado “E nós, PC (Pobres Coitados), continuamos levando PC (Pau no Cu), enquanto outros PC (Políticos Corruptos) acham que aqui é um PC (País do Caralho)”. No Brasil, a atitude de simpatia, compaixão se estende a todos aqueles em circunstâncias desfavoráveis. Nesse sentido, as fragilidades humanas são para serem toleradas e aceitas como inevitáveis, podendo ser usadas para favorecer o indivíduo vítima delas.

Convém salientar que, se, por um lado, as piadas do/sobre o Brasil veiculam um discurso negativo, que rebaixa o país, por outro lado, elas também deixam transparecer um discurso de tons ufanistas, segundo o qual o Brasil seria um país maravilhoso, especialmente pelo povo alegre e pela riqueza e exuberância de sua natureza. As piadas (3) e (4) ilustram esse comentário. Embora o exemplo (3) mostre um país da bagunça, também o revela alegre e festeiro: “Bom, é que aqui é Brasil, né? (...) E é só festa!”. Na piada (5), os enunciados “É conhecido como PC (País do Carnaval)” e “aqui é um PC (País do Caralho)”, guardadas as suas especificidades, também enaltecem o Brasil.

Vejam mais um exemplo para o caso:

(6) Criação dos países

Certo dia, Deus estava pensativo no Céu, diria até um pouco entediado, quando o Anjo Gabriel reparando o semblante de Deus, se aproxima e pergunta o que O aflige...

– Não sei, estou querendo fazer algo, mas não sei o que ainda... – responde Deus

– Huumm! – responde Gabriel, que pensa por uns instantes e completa – Por que o senhor não faz o que mais gosta, crie um mundo novo complexo e bem feito como tudo que o Senhor faz!

Deus Levanta uma das sobrancelhas pensa por uns milésimos de segundos e sorri – Boa ideia, meu Anjo! Fique ao meu lado e veja a criação desse novo mundo...

– Vamos definir a forma do mundo... Quadrado? Não. Triangular? Não... creio que redondo... isso redondo levemente achatado nos polos!

O Anjo Gabriel ficava a observar o Mestre trabalhar e via o mundo sendo formado e mudado em cada palavra que Deus ia falando.

– Gelo nos dois polos – continuava Deus entretido em sua criação – Água, muita água, com muita vida: animais aquáticos de todos os tipos e tamanhos. Terra... Creio que farei algumas porções de terra para criar novos seres... isso... 5 grandes porções de terras que serão chamados de continentes... Essas terras ao norte do planeta terão desertos, rios, riquezas minerais intercalando terras ricas e terras pobres. Esses ao sul do planeta terão um clima tropical agradável, e esse aqui (apontando para o que um dia seria chamado de Brasil) terá um clima perfeito, tropical, grandes florestas, terras férteis...

Nesse momento, o anjo Gabriel começa a ficar um pouco incomodado em seu local de observação e Deus continua em sua empolgação...

– Ao norte terá épocas de furacões aqui... terremotos ali... tsunamis acolá... e nesse país ao sul, mares calmos, um enorme litoral ensolarado, belos rios, petróleo em terra e mar...

Nesse momento, o anjo Gabriel não se conteve e soltou: – Mas Senhor!

E Deus percebendo que algo incomodava o seu auxiliar pergunta – Que foi? algo lhe incomoda ?

– Desculpe Deus, sei que o Senhor escreve certo por linhas tortas, é onipresente, onisciente e onipotente... e tudo mais...mas...

– Pode falar meu querido, o que o aflige?

– Creio que o Senhor está a fazer uma certa injustiça nesse mundo novo, reparei que em todos os locais o senhor balanceou riquezas e pobreza, coisas agradáveis com algum tipo de tragédia...

– Sim, fiz isso – responde Deus.

– Mas reparei que nesse local ao sul do Planeta o senhor não fez isso, lá você colocou terras férteis onde plantando tudo nasce, água doce em abundância, enormes matas tropicais, rios caudalosos, subsolo rico em minerais, petróleo no mar e na terra, um litoral imenso e lindo, clima tropical o ano todo, alimentos em todos os cantos, e lá não terá guerras, terremotos, inundações, pragas, fome.. nada???

Deus olha nos olhos do arcanjo Gabriel, coloca sua mão em seu ombro em sinal de afeição e sorrindo fala:

– Calma, Gabriel... Você vai ver o povinho que vou colocar lá!!!”

Fonte: A PIADA do povo brasileiro. *I miei appunti*. Disponível em: <<http://mieiappunti.wordpress.com/2010/02/03/povo-brasileiro/>>. Acesso em: 15 jul. 2015.

Na piada (6), também podemos ver um discurso que valoriza o Brasil ao lado de outro, que o rebaixa. Quando Deus diz, no ato de criação do mundo, que o Brasil terá um clima perfeito, tropical, grandes florestas, terras férteis, “onde plantando tudo nasce, água doce em abundância, enormes matas tropicais, rios caudalosos, subsolo rico em minerais, petróleo no mar e na terra, um litoral imenso e lindo, clima tropical o ano todo, alimentos em todos os cantos”, observa-se explicitamente o enaltecimento do país por sua natureza pródiga, um discurso que remete ao Brasil paradisíaco.

No entanto, ao ser questionado pelo arcanjo Gabriel sobre o fato de cometer certa injustiça, já que em todos os locais criados o Senhor havia balanceado “riqueza e pobreza, coisas agradáveis com algum tipo de tragédia... e lá” [no Brasil] não teria “guerras, terremotos, inundações, pragas, fome... nada”, Deus responde: “– Calma Gabriel... Você vai ver o povinho que vou colocar lá!!!”. Numa atitude de quem sabe exatamente o que está fazendo (“olha nos olhos do arcanjo Gabriel, coloca sua mão em seu ombro em sinal de afeição e sorrindo”), Deus rebaixa o Brasil, mencionando o povo que o habitará. O diminutivo “povinho”, no caso, é uma forma linguística com valor

depreciativo. O final inesperado, e situado em outro domínio (o povo, não mais a natureza), provoca efeitos de humor.

Como o discurso que rebaixa é não oficial, não público, reprimido, um dos modos de fazê-lo é enunciá-lo indiretamente. Dizer certas coisas proibidas, mesmo quando isso não é de bom tom. É o que ocorre em (6), quando, para depreciar os brasileiros, dizer que se trata de um povo ruim, Deus usa o diminutivo (“Você vai ver o povinho que vou colocar lá!!!”). Por outro lado, como o discurso oposto ao dominante (pelo menos no caso dos textos humorísticos, como as piadas) é público, fortemente valorizado, vê-se a exaltação ao Brasil enunciada explicitamente.

Isso também pode ser observado nas outras piadas. O sentido não está claramente enunciado, deve ser inferido pelo leitor a partir de uma memória acionada. Em nenhum momento é explicitado: o “Brasil é um país de/com ladrão” (1), o “Brasil é uma bosta/merda” (3), o “Brasil é uma bagunça” (3), o “Brasil é corrupto” (4) e o “Brasil tem uma política burocrática e caótica” (5).

Conforme se observa, ainda que não haja muitos exemplos de piadas sobre o Brasil, as que existem são significativas, tendo em vista que difundem discursos enraizados sobre esse país, quer para ridicularizá-lo, desacreditá-lo (pela desordem, política corrupta, falta de segurança), quer para exaltá-lo (pela alegria do povo e beleza/exuberância de sua natureza).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Para finalizar, retomamos a questão proposta no título deste artigo: o que dizem do Brasil as piadas? A resposta não é tão simples. Estamos diante de um país de contrastes. Se, de um lado, os textos de humor retomam discursos arraigados na história do país que o estereotipam de forma negativa, especialmente a partir de certos costumes e comportamentos condenáveis, bem como de suas fragilidades socioeconômicas e políticas, de outro lado, esses mesmos textos são capazes de valorizá-lo, destacando aspectos positivos, como um país alegre, exuberante e bom para se viver. Em meio a um discurso de denúncia, há um discurso ufanista.

O humor, nos textos em análise, além de ser produzido pelo exagero nas caracterizações estereotipadas do Brasil, também pode ser deflagrado pela imagem ambígua construída para essa nação: desordeira, corrupta, burocrática, sem segurança *versus* sedutora, paradisíaca, “do caralho”. Do discurso ambíguo, que ora rebaixa e ora enaltece, sobressai uma posição enunciativa que rebaixa. Bem, se não fosse assim, não estaríamos diante de piadas e estereótipos.

Desse modo, os estereótipos do Brasil em piadas sobre ele nos levam para além do riso. Ao dizerem que “país é esse”, tais textos possibilitam reflexões sobre a discrepância entre nossas instituições sociais, políticas e jurídicas e as nossas práticas sociais, entre o que é prescrito e o que realmente ocorre, entre nossa constituição e leis e os fatos e as práticas do governo e da sociedade.

REFERÊNCIAS

- AMOSSY, R.; HERSCHBERG-PIERROT, A. *Estereotipos y clichés*. Buenos Aires: Eudeba, 2001.
- A PIADA do povo brasileiro. *I miei appunti*. Disponível em: <<http://mieiappunti.wordpress.com/2010/02/03/povo-brasileiro/>>. Acesso em: 15 jul. 2015.
- AS MELHORES piadas. *Piadas engraçadas. net*. Disponível em: <<http://piadasengracadas.net/as-melhores-piadas/brasil/>>. Acesso em: 15 jul. 2015.
- AS VACAS explicam os governos. *Reflexões e risadinhas*. Disponível em: <<http://reflexoeserisadinhas.spaceblog.com.br/1356897/As-vacas-explicam-os-governos/>>. Acesso em: 15 jul. 2015.
- A VERDADEIRA história do dilúvio. *Humortadela*. Disponível em: <<http://beta788.humortadela.com.br/piadas-texto/29391>>. Acesso em: 15 jul. 2015.
- BAKHTIN, M. M. Gêneros do discurso. In: BAKHTIN, M. M. *Estética da criação verbal*. Trad. Paulo Bezerra. 6. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2011 [1992]. p. 261-306.
- BRASIL 500 anos. *Clickgrátis piadas*. Disponível em: <<http://www.clickgratis.com.br/piadas/nacionalidades/brasileiros/brasil-500-anos.html#ixzz2Rqou54fe>>. Acesso em: 15 jul. 2015.
- CAMPOS, R. O. *A técnica e o riso*. Rio de Janeiro: Apec, 1966.
- CARMELINO, A. C. Estereótipos do brasileiro em piadas. *Intersecções*, Jundiaí, ano 7, edição 14, n. 3, p. 98-112, nov. 2014.
- CARMELINO, A. C. Piada de brasileiro: para a além da representação regional. *Estudos Linguísticos*, São Paulo, 44, 2015 (no prelo).
- EMPREITEIROS. *Clickgrátis piadas*. Disponível em: <<http://www.clickgratis.com.br/piadas/nacionalidades/brasileiros/empregados.html#ixzz2RqIH3cu>>. Acesso em: 15 jul. 2015.
- GOODWIN, R. A monovisão dos estereótipos no desenho de humor contemporâneo. In: LUSTOSA, I. (Org.). *Imprensa, caricatura e humor: a questão dos estereótipos culturais*. Belo Horizonte: Editora da UFMG, 2011. p. 535-555.
- LIPPMANN, W. *Opinião pública*. Trad. de J. A. Wainberg. Petrópolis: Vozes, 2008 [1922].
- MAINGUENEAU, D. *Termos-chave da análise do discurso*. Trad. de M. V. Barbosa; M. E. A. T. Lima. Belo Horizonte: Editora da UFMG, 1998.
- MAINGUENEAU, D. *Análise de textos de comunicação*. 2. ed. Trad. C. P. Souza e Silva e D. Rocha. São Paulo: Cortez, 2002.
- MAINGUENEAU, D. *Discurso literário*. Trad. Adail Sobral. São Paulo: Contexto, 2006.
- O INFERNO brasileiro. *Clickgrátis piadas*. Disponível em: <<http://www.clickgratis.com.br/piadas/nacionalidades/brasileiros/o-inferno-brasileiro.html#ixzz2Rq14XshP>>. Acesso em: 15 jul. 2015.
- PAVEAU, M-A. *Os pré-discursos: sentido, memória, cognição*. Campinas: Pontes, 2013.
- POSSENTI, S. Rindo do descobrimento. In: POSSENTI, S. *Humor, língua e discurso*. São Paulo: Contexto, 2010a. p. 11-26.
- POSSENTI, S. Estereótipos e identidades: o caso das piadas. In: POSSENTI, S. *Humor, língua e discurso*. São Paulo: Contexto, 2010b. p. 39-50.
- ROSEN, K. S. The jeito – Brazil's Institutional Bypass of the Formal Legal System and its Development Implications, *American Journal Comparative Law*, 19, p. 514-549, 1971.
- SOUSA, R. Acabar em pizza. *Brasil escola*. Disponível em: <<http://www.brasile scola.com/curiosidades/acabar-pizza.htm>>. Acesso em: 15 jul. 2015.
- SOUZA, A. L. *Estereótipos em piadas sobre baiano*. 2013. 104f. Dissertação (Mestrado em Linguística). Instituto de Estudos da Linguagem, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, SP.
- TÔRRES, J. C. O. *Interpretação da realidade brasileira*. Rio de Janeiro: José Olympio, 1973.
- ZINK, R. Da bondade dos estereótipos. In: LUSTOSA, I. (Org.). *Imprensa, caricatura e humor: a questão dos estereótipos culturais*. Belo Horizonte: Editora da UFMG, 2011. p. 47-68.

Recebido em: 25/07/15. Aprovado em: 11/10/15.

Title: *What do they say about Brazil in jokes?*

Authors: *Ana Cristina Carmelino; Sírio Possenti*

Abstract: *Considering that humorous texts are forms of serving less official speeches and often operate with stereotypes, this article proposes to deal with jokes of/about Brazil in order to verify not only how the country is stereotyped in this type of production, but also to what extent the story may or may not explain such statements, as they take up more or less solid cultural schemes. The discussion is anchored in the stereotype concept formulated in the social sciences and adopted by French line of discourse analysts (AMOSSY; HERSCHBERG-PIERROT, 2001; POSSENTI, 2010b). The analysis corpus consists of jokes published in virtual environments. The study highlights some recurrent sociocultural aspects of Brazil that the stereotype usually in negatively way, and confirms the humorous representations in their forms and procedures. It is forged in the historical and social fabric of life flows.*

Key words: *Discourse Analysis. Stereotype. Joke. Brazil.*

Título: *¿Qué dicen de Brasil las bromas?*

Autores: *Ana Cristina Carmelino; Sírio Possenti*

Resumen: *Teniendo en cuenta que los textos humorísticos son formas de servir a los discursos menos oficiales y operan frecuentemente con estereotipos, esta ponencia propone que lidiar con bromas de/a respecto de Brasil con el fin de verificar no sólo como el país es estereotipado en este tipo de producción, sino también en qué medida la historia puede o no puede explicar tales declaraciones, ya que ocupan los esquemas culturales más o menos sólidos. La discusión está anclada en el concepto de estereotipo formulado por las ciencias sociales y adoptado por la línea francesa de los analistas del discurso (AMOSSY; HERSCHBERG-PIERROT, 2001; POSSENTI, 2010b). El corpus de análisis consta de bromas publicadas en sitios virtuales. El estudio detalla algunos aspectos socio-culturales recurrentes de Brasil, que el estereotipan generalmente de manera negativa, y confirma que las representaciones humorísticas en sus formas y procedimientos se forjaron en los flujos del tejido histórico y social de la vida.*

Palabras-clave: *Análisis del Discurso. Estereotipo. Broma. Brasil.*