

O BRASILEIRO AOS OLHOS DO PORTUGUÊS: PIADA E ESTEREÓTIPO

(The brazilian under portuguese point of view: joke and stereotype)

Ana Cristina Carmelino¹
Universidade Federal de São Paulo

ABSTRACT

We propose in this paper deal with Portuguese jokes about the Brazilian, showing not only how Brazil dweller is stereotyped in these humorous texts, but also the extent how historical issues explain or not the senses of such statements, since they tend to resume cultural patterns and can strip discourses rooted in society. The theoretical discussion is anchored in the concept of stereotype, formulated by the social sciences and adopted by discourse analysts (AMOSSY; HERSCHBERG-PIERROT, 2001; POSSENTI, 2010; CARMELINO, 2014, 2015), as well historical data. The study reveals that, in an inverse effect, the Brazilian is constructed as ignorant in the Portuguese point of view.

Keywords: Discourse. Stereotype. Humor. Portuguese joke. Brazilian.

RESUMO

Propõe-se, neste artigo, tratar de piadas portuguesas que versam sobre o brasileiro, a fim de mostrar não apenas como o morador do Brasil é estereotipado nesses textos humorísticos, mas também em que medida questões históricas explicam ou não os sentidos de tais enunciados, uma vez que eles tendem a retomar esquemas culturais e podem desnudar discursos enraizados na sociedade. A discussão teórica se ancora no conceito de estereótipo, formulado pelas ciências sociais e adotado por analistas do discurso (AMOSSY; HERSCHBERG-PIERROT, 2001; POSSENTI, 2010; CARMELINO, 2014, 2015), bem como em dados da História. O estudo revela que, num efeito inverso, o brasileiro é construído como ignorante aos olhos do português.

Palavras-chave: Discurso. Estereótipo. Humor. Piada portuguesa. Brasileiro.

1 EFEITO INVERSO? – CONSIDERAÇÕES INICIAIS

Consideremos a seguinte piada.

- (1) Essa veio de Portugal:
- Você sabe por que os brasileiros riem tanto com as piadas sobre portugueses?
 - Porque são fáceis de entender!²

Não é novidade dizer que piadas agenciam estereótipos e que piadas de português (ou seja, as que tratam dessa nacionalidade) são bastante comuns no Brasil. Mais ainda: que, para o brasileiro, o povo personagem de piada é seu colonizador. O rótulo é frequentemente

¹ Professora Adjunta do Departamento de Letras da Universidade Federal de São Paulo (UNIFESP). Pós-doutorado em Linguística pelo Instituto de Estudos da Linguagem da Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP), doutorado e mestrado em Linguística e Língua Portuguesa pela Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (UNESP/CAr). Membro do GT em Linguística Textual e Análise da Conversação da ANPOLL e do Centro de Pesquisa Fórmulas e Estereótipos: Teoria e Análise (FEsTA). Líder do GETHu - Grupo de Estudos sobre Textos Humorísticos (CNPq).

² Efeito inverso. *Humor babaca*. Disponível em: <<http://www.humorbabaca.com/piadas/portugues/efeito-inverso>>. Acesso em: 20 mar. 2017.

observado nos índices de livros, coletâneas e sites do gênero. É sabido também que, nesse tipo de produção textual, o morador de Portugal é mostrado como desprovido de inteligência, traço sociocultural recorrentemente enfocado.

A piada mencionada no início deste tópico (além de reforçar a existência de piadas sobre portugueses – “Você sabe por que os brasileiros riem tanto com as piadas sobre portugueses?”) traz em cena um discurso comum sobre o português, recupera o estereótipo de “desprovido de inteligência”, no entanto, atribui-o curiosamente a outra nacionalidade: ao brasileiro.

Seria um revide, uma espécie de efeito inverso? Se aceitarmos que rimos de piadas quando as compreendemos facilmente, o exemplo exhibe o brasileiro com dificuldade de interpretação, na medida em que explica que ele acha graça de piadas de português por serem estas fáceis de entender. Isso implica dizer que o brasileiro tem limitação cognitiva, é pouco inteligente.

Ainda que as piadas sejam textos anônimos, ou seja, não assinados, e que o exemplo em questão (o qual explicita “Essa veio de Portugal”) tenha sido encontrado na internet, seria possível dizer que os portugueses fazem piadas de/com brasileiros? Se sim, como o morador do Brasil é construído em produções humorísticas que circulam em Portugal? Haveria explicação(ões) para isso? Quais? Este texto – que faz parte de uma investigação maior³ acerca de como o brasileiro é estereotipado em piadas – busca dar possíveis respostas a essas questões. Algo ainda inexplorado cientificamente.

O estudo empreendido fundamenta-se teoricamente no conceito de estereótipo formulado pelas ciências sociais e adotado por analistas do discurso de linha francesa (AMOSSY; HERSCHBERG-PIERROT, 2001; POSSENTI, 2010; CARMELINO, 2014, 2015), estudiosos que procuram determinar os elementos da estereotipia por meio de componentes discursivos. Ademais, considerando-se as relações históricas que unem Brasil e Portugal, constituem dados relevantes questões da História, especialmente a do Brasil. O *corpus* de análise é composto por piadas selecionadas de coletâneas do gênero publicadas especificamente em Portugal.

Diante do exposto, consideramos três hipóteses:

a) que os portugueses fazem piadas de/com brasileiros;

³ O estudo a que se faz referência é resultado de uma pesquisa em nível de Pós-Doutorado, realizada na Universidade Estadual de Campinas, no Instituto de Estudos da Linguagem, Campinas, São Paulo, Brasil, em 2015.

b) que as piadas de/sobre brasileiro publicadas em Portugal geralmente estereotipam o brasileiro como “desprovido de inteligência” – nesse sentido, procuramos ratificar que, em produções humorísticas que circulam em Portugal, há uma leitura ao reverso da que o brasileiro faz do português no Brasil; e

c) que as piadas portuguesas sobre os brasileiros podem ser explicadas também por elementos historicamente constituídos.

Feitos tais esclarecimentos, é relevante, antes de mostrar o brasileiro aos olhos do português (ou como ele é estereotipado em anedotas) e em que medida a história pode ou não explicar esses enunciados, não apenas tratar das noções de piada, humor e estereótipo, mas também tecer algumas considerações sobre como é comum o ato de se estereotipar países e seus moradores e que essa atitude nem sempre é anônima.

2 PIADA, HUMOR E ESTEREÓTIPO

Entendidas geralmente como uma história de humor que apresenta um final surpreendente, as piadas são tidas como textos anônimos (não assinados), cujo propósito é divertir, provocar risos. Esta, entretanto, não é a única função desse tipo de produção. Sob o pretexto de “brincadeira”, podem, muitas vezes, retomar ou desnudar discursos arraigados na sociedade. Conforme asseveram Possenti (1998, 2010) e Carmelino (2014, 2015), as piadas são quase sempre fonte de discursos não autorizados, logo não explicitados frequentemente.

Sendo uma produção humorística, a piada pode apresentar certa relação com a realidade, mas esta é construída de acordo com os princípios do humor. Estes, segundo Possenti (2010), são análogos aos da ficção, uma vez que ambos (tanto o humor quanto a ficção) retratam fatos e pessoas à sua maneira. Ademais, é preciso considerar, de acordo com Travaglia (2015), que as leis do humor não estão comprometidas com a comunicação séria, com algo válido em que se possa confiar.

Se a piada se enquadra nos princípios do humor, convém (tentar) esclarecer o que vem a ser humor, tema complexo e multidisciplinar, uma vez que tem transitado por variadas abordagens teóricas (como a História, Sociologia, Linguística, Psicologia, Psicanálise). Um caminho para entender o fenômeno seria considerá-lo como um campo⁴, conforme defende

⁴ Possenti (2010), baseando-se na noção de “campo discursivo” de Maingueneau (2006), propõe que o humor seja um campo.

Possenti (2010). Seguir essa perspectiva, de acordo com o que destacam Carmelino e Gatti (2017), significaria que muitas das decisões tomadas pelos sujeitos não seriam estritamente individuais, mas, sim, fruto de determinadas regras sociais específicas.

Nessa ótica, o campo do humor compreende tanto os gêneros estritamente humorísticos (caso das piadas, do esquete, das charges) quanto os que se valem eventualmente do humor (como contos, postagens do Facebook). Tais gêneros podem circular em diferentes lugares (conversas informais do dia a dia, obras específicas, Internet, mídia impressa), abordar assuntos diversos (como sexo, instituição, política, questões existenciais, culturais, tipos humanos) e ser vistos segundo o grau de polidez, como grosseiros ou refinados (CARMELINO; GATTI, 2017).

Um dado relevante a ser levado em conta sobre o humor é que a sua produção depende de um elemento mediador, de uma técnica, segundo registros de estudiosos do assunto (cf. FREUD, 1996; RASKIN, 1985; GIL, 1991; ATTARDO; RASKIN, 1994; TRAVAGLIA, 1989; POSSENTI, 1989, 2010). Esse mecanismo pode estar relacionado a elementos linguísticos ou a fatos referentes ao entorno sociocultural. O estereótipo, noção explorada neste texto, consiste em uma dessas técnicas.

Partindo dessas considerações e do fato de que muitas piadas operam com estereótipos, torna-se relevante tratar com mais profundidade de tal conceito. Em geral, os estereótipos são tidos como parâmetros simplificados que transformam detalhes (calcados na observação da realidade ou tornados reais por insistências repetitivas) no todo.

Nas palavras de Amossy e Herschberg-Pierrot (2001, p. 32), os estereótipos são “representações cristalizadas, esquemas culturais preexistentes, através dos quais cada um filtra a realidade que o envolve”. Trata-se de uma imagem coletiva, simplificada e rígida de algo (pessoa, 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.

Os estudos sobre o papel social do estereótipo e sua veiculação nos discursos, como mostram Amossy e Herschberg-Pierrot (2001), fazem com que o termo seja visto de duas formas diferentes. Uma positiva, que o vincula à ideia de coesão e identidade social, quando há categorização valorativa, rápida e fácil de grupos sociais. Segundo assinala Goodwin (2011), a redução da cultura e dos costumes de um “outro”, em parâmetros simplistas preconcebidos, é uma maneira de se chegar a uma “apreensão” de imediato daquele povo.

O outro modo de conceber o estereótipo é negativo, uma vez que o relaciona ao erro e ao preconceito. Isso ocorre porque a categorização simplificada ou generalizada de algo pode provocar uma visão esquemática e deturpada do real, gerando falsas evidências. Ao se referir

ao todo a partir da seleção de alguns detalhes, o estereótipo tende a apresentar uma imagem incompleta (eventualmente, errada), que implica (ou provém de) uma qualificação ou julgamento.

Nas piadas, como mencionado, por constituir uma das técnicas de produção de humor, o estereótipo comumente é mostrado no segundo sentido, ou seja, institui a materialização da forma discriminatória (muitas vezes preconceituosa) por ser associado a um ingrediente peculiar: a avaliação negativa. O brasileiro desprovido de inteligência, ilustrado na piada (1), é exemplo para o caso. Mas como ou por que isso acontece?

No humor, os traços estereotípicos pejorativos são marcados de forma exagerada, caricatural, a ponto de participarem ativamente da produção do riso: detalhes não apenas são ampliados de modo que, de mínimos, transformam-se em máximas, mas também buscam ridicularizar, rebaixar, depreciar. Isso explica porque pelo humor circulam discursos não autorizados (menos oficiais, reprimidos), que deixam escancarar certas coisas que fora desse campo seriam impraticáveis.

No que tange à relação entre piada e estereótipo, destaca-se a tese de Possenti (2010). Segundo o linguista, a piada geralmente opõe dois discursos: um positivo e um negativo. Isso também pode ser visto no tocante aos estereótipos. Logo, ao lado de um estereótipo explicitado, há sempre um oposto. Os estereótipos opostos “são construtos produzidos por aquele(s) que funciona(m) como o(s) ‘outro(s)’ para algum grupo” (POSSENTI, 2010, p. 41). Trata-se, geralmente, de um simulacro, um efeito necessário da relação interdiscursiva.

A teoria de Possenti (2010), como se observa, toma como base os conceitos de interdiscurso e simulacro de Maingueneau (2008). O interdiscurso precede o discurso, o que significa que cada posicionamento implica um posicionamento contrário. O simulacro é definido como “uma espécie de identidade pelo avesso”, aquela que “um grupo em princípio não assume, mas que lhe é atribuída de um outro lugar, eventualmente, pelo seu Outro” (POSSENTI, 2010, p. 40).

A relação interdiscursiva em geral é ofuscada ou apagada, criando-se o efeito de que o estereótipo é comum, “que não tem condições históricas de produção, ou, pelo menos, que essas condições não incluem as efetivas relações de confronto com uma alteridade”, como salienta Possenti (2010, p. 41). Há casos, entretanto, em que é possível notar dois grupos em relação de oposição ou de alteridade direta. A piada (1) serve mais uma vez de exemplo. Nela, portugueses e brasileiros são postos numa situação de confronto explícito: “Você sabe por que os brasileiros riem tanto com as piadas sobre portugueses? Porque são fáceis de entender!”.

Quanto ao ato de estereotipar países ou seus moradores, Goodwin (2011, p. 541) registra que o fenômeno tornou-se universal, uma vez que vários “povos escolhem algum outro povo como objeto preferencial de suas tiradas humorísticas, transformando-o em personagem central de um vasto repertório de anedotas. Os americanos têm os poloneses; os poloneses, os russos; os ingleses, os irlandeses, e assim por diante”.

Nesse processo, considerando a tese de Possenti (2010) de que, ao lado de um estereótipo básico, haveria sempre um oposto, podemos aventar duas possibilidades de leitura para os casos de piadas entre nacionalidades. Uma delas é que, quando se estereotipa o outro negativamente, pode-se buscar construir uma imagem de si oposta positiva. Logo, ao rebaixar ou depreciar um povo, uma tendência seria a de produzir um autoestereótipo valorizando determinadas qualidades próprias. A outra leitura seria a de que um povo pode estereotipar o outro negativamente apenas para produzir humor. Nesse caso, o estereótipo negativo seria uma forma irônica de criar/destacar um traço que não existe ou de ofuscar uma característica oposta, positiva.

Na busca em ilustrar as duas possíveis leituras e explicar as condições de produção da piada do exemplo (1), poderíamos dizer que, ao recuperarem um estereótipo que comumente é atribuído a si (o da “falta de inteligência”) e conferirem a outro (os brasileiros), os moradores de Portugal estariam: a) buscando destacar características contrárias de si, a de serem inteligentes; ou b) sendo irônicos para produzir humor, atribuindo aos brasileiros uma característica que não lhe é típica ou ofuscando um traço que lhe é peculiar, a esperteza, a inteligência, a malandragem.

Para finalizar este tópico, salienta-se que as representações estereotípicas em piadas – sejam elas ficcionais ou não (isto é, tendo ou não amparo no real) – podem trazer em cena discursos veiculados no imaginário social acerca de algo ou de certos sujeitos. Desse modo, a seguir busca-se refletir sobre as possíveis condições de produção de piadas portuguesas.

3 PIADAS PORTUGUESAS: DOIS MODOS DE ABORDAR A QUESTÃO

A expressão “piada de português” pode ser lida ou compreendida de duas formas distintas: a que versa sobre o cidadão português e a que é de origem portuguesa, ou seja, elaborada ou assumida por morador de Portugal. Embora, a seguir, sejam abordados os dois tipos, o foco de interesse deste texto é o segundo caso, tendo em vista a inexistência de estudos sobre o tema.

Falar, no entanto, de piadas de origem portuguesa coloca em questão uma das características do gênero, a sua procedência, visto que tais textos são definidos como tipicamente anônimos (sem assinatura, sem autor), tornando, quase sempre misteriosa a sua fonte. A esse respeito, pode-se dizer que o fato de um texto ser anônimo não significa que ele não seja assumido por alguém, um grupo, certa nacionalidade, um imaginário coletivo. Não significa que não provenha de um lugar, do qual não se possa deduzir/inferir sua fonte. A piada (1), a exemplo, é iniciada com a explicitação enfática de sua origem: “Essa veio de Portugal”. Enunciado de extrema importância para o modo como o texto deve ser lido.

Do exposto, especialmente no que concerne às piadas que estereotipam países ou seus povos, convém assinalar que o lugar em que tais produções circulam (são/foram publicadas) e os discursos que veiculam podem, muitas vezes, dar pistas de sua procedência. Ademais, numa análise discursiva é relevante a posição a respeito da nacionalidade posta em evidência que as piadas materializam (ou seja, quem enuncia ou assume tal discurso? O propósito é obter quais efeitos?).

Com base nessas considerações, podemos dizer que certas piadas permitem observar de onde tais textos procedem. É o caso de anedotas constantes de coletâneas publicadas em Portugal, especialmente as que estereotipam os brasileiros. Se não podemos provar que tais piadas foram feitas por portugueses, podemos, entretanto, asseverar que esta nacionalidade assume tais enunciados. Isso justifica (pelo menos, esperamos) que é possível mostrar o brasileiro aos olhos do português, a partir de piadas portuguesas, finalidade deste texto.

3.1 O português das/nas piadas brasileiras

Piadas sobre cidadãos de origem portuguesa são muito comuns no Brasil. A denominação “piada de português” pode ser vista tanto em sites quanto nos sumários de livros e coletâneas que abordam esse tipo de produção textual. Em geral, o rótulo aparece disposto em ordem alfabética (nas piadas com “P”) ou em uma seção específica, dedicada às nacionalidades. Em tais textos, convém repetir, o morador de Portugal é estereotipado como desprovido de inteligência. Vejamos dois exemplos clássicos.

(2) O Manuel chega para a Maria, anunciando todo eufórico:

– Maria, Maria! Veja cá, que bestial! Consegui montaire ieste quebra-cabeças em apenas dois meses! E olhe que na caixa estava escrito: “De três a cinco anos”!⁵

(3) O Manuel se emprega como ajudante numa oficina mecânica. O dono o chama para a primeira tarefa:

– Tô concertando o pisca-pisca deste carro. Vai lá atrás e me diz se tá funcionando.

E o Manuel, olhando com atenção para a lanterna traseira:

– Tá funcionando, não tá funcionando, tá funcionando, não tá funcionando...⁶

Em ambas as piadas, os portugueses são postos em circunstâncias em que fazem uso de uma lógica típica, extremamente literal, na qual as palavras são compreendidas num sentido estrito, ou seja, “ao pé da letra”. Em (2), o enunciado “de três a cinco anos”, que se referia à idade da criança a que o brinquedo era destinado (informação comumente explicitada na embalagem do jogo), é interpretado por Manuel como o tempo destinado à sua montagem.

Em termos linguísticos, o gatilho do humor está na expressão “de três a cinco anos”, que pode remeter a dois objetos distintos (idade da criança ou tempo de montagem do quebra-cabeça). O efeito de humor é gerado pela admiração de Manuel (“Maria, Maria! Veja cá, que bestial!”) com sua agilidade, eficácia e inteligência por armar o jogo em um prazo bem menor ao previsto (“Consegui montaire ieste quebra-cabeças em apenas dois meses!”). Dado que desvela (e reforça o estereótipo) a falta de inteligência.

O mesmo traço sociocultural é enfocado em (3), quando Manuel descreve literalmente o funcionamento do pisca-pisca de um carro (“tá funcionando, não tá funcionando...”), dando a entender que o equipamento ainda continuava quebrado: já que ora funcionava, ora não funcionava. Como o próprio nome do sinal indica (“pisca-pisca”), ele é intermitente, ou seja, a luminosidade emitida sofre interrupções, que cessam e recomeçam por intervalos descontínuos. O humor, nesse sentido, é instaurado uma vez mais pela interpretação ao “pé da letra”, que desvela o português como ignorante no assunto.

Em estudo sobre o tema, Goodwin (2011) registra que nas piadas que circulam no Brasil, “os personagens portugueses são, invariavelmente, conhecidos como Manuel e Joaquim ou (no caso de mulher) Maria” (p. 541). Mesmo que não ocorra nas piadas citadas, o protagonista pode ser dono de botequim e padaria, já que muitos deles, na imigração,

⁵ SARRUMOR, L. *As melhores mil (e cem) piadas do Brasil*. São Paulo: Nova Alexandria, 2003, p. 158.

⁶ SARRUMOR, L. *As melhores mil (e cem) piadas do Brasil*. São Paulo: Nova Alexandria, 2003, p. 68.

estabeleceram-se no comércio. Em termos de caracterização ou estereotipização visual, elementos não muito explorados em piadas verbais, “os portugueses usam suspensórios e tamancos, são barrigudos e (tanto os homens como algumas mulheres) têm bigodes” (p. 542).

Um exemplo encontrado na obra *As melhores piadas que circulam na internet e as que ainda vão circular*, organizada por Luiz Aviz (200, p. 162), confirma ao menos uma das características físicas do português da piada destacada por Goodwin: “– Você sabe por que português usa bigode? – Não. – É para ficar parecido com a mãe”.

Há pelo menos três teorias que, segundo Goodwin (2011), explicariam a escolha dos portugueses como um dos alvos preferenciais das piadas brasileiras, a saber: a) o fato de os portugueses terem realmente uma maneira de pensar diferente ou estranha aos brasileiros; b) questões históricas, visto que, no ano de 1808, a corte se instalou no Brasil, trazendo consigo um grupo de imigrantes, notadamente integrantes da nobreza, com seus modos próprios e diferentes dos da colônia; e c) o deboche seria um instrumento de resistência do colonizado diante do colonizador, numa forma de uso do humor popular com viés político.

Não cabe a este estudo defender ou condenar as explicações veiculadas sobre o fato de os brasileiros fazerem piadas com os portugueses. Razões históricas para isso há. Achamos conveniente, apenas para registro, citar uma anedota que brinca com a justificativa da origem das piadas sobre portugueses no Brasil. Vale a ressaltar: o texto consta de uma obra publicada em Lisboa, em 2014, e organizada por dois autores portugueses, Catarina Araújo e António Gomes de Almeida.

- (4) Recém-chegado ao Brasil, Pedro Álvares Cabral entrega um contrato aos indígenas do Novo Mundo. Vai o índio brasileiro e pergunta:
 – Ó Cabral, o que está escrito neste contrato?
 Cabral responde:
 – Que nós, portugueses, podemos levar o ouro todo, a prata toda e o pau-brasil que quisermos.
 Diz o índio:
 – E nós, brasileiros, o que ganhamos?
 Responde Cabral:
 – O direito de contarem anedotas sobre portugueses estúpidos nos próximos quinhentos anos.⁷

Para se compreender o efeito de sentido humorístico dessa piada é preciso levar em conta as suas condições de produção, ou seja, certa memória sobre questões históricas e

⁷ ARAÚJO C.; ALMEIDA, A. G. *Este país é uma piada*. Lisboa: Arteplural, 2014, p. 24.

culturais no tocante ao descobrimento do Brasil, que, supostamente, o leitor deve (conhecer e) considerar, tais como⁸:

O Brasil foi descoberto em abril de 1500 (não se pode afirmar se “ao acaso”), por Pedro Álvares Cabral; esse feito “consistiu em um dos episódios da expansão marítima portuguesa” (FAUSTO, 2001, p. 9); os portugueses haviam se lançado ao mar com o intuito de chegarem às Índias e conquistar novas terras comerciais no Oriente, principal área de fluxo comercial da Europa;

- a) ao pisarem na nova terra, os europeus encontraram uma população ameríndia bastante homogênea em termos culturais e linguísticos, os tupis-guaranis e os tapuias, que até então eram os donos do território;
- b) a colonização do Brasil ocorreu somente em 1530, por motivos políticos: nos trinta primeiros anos, os portugueses enviaram para as terras brasileiras algumas expedições com objetivos de reconhecimento territorial, construção de feitorias e extração do pau-brasil (madeira resistente, de cerne vermelho, uma das principais riquezas da nova terra), este obtido principalmente mediante troca com os índios: a mão de obra era paga com produtos e utensílios, como facas, canivetes, peças de tecidos; e
- c) no âmbito do governo, o Estado português na época da colonização era absolutista, ou seja, todos os poderes se concentravam na pessoa do rei – o reino compreendia territórios, bens, súditos. Cabia também à Coroa a palavra decisiva.

Retomando a piada (4), em que duas nacionalidades (portugueses e brasileiros) estão em alteridade direta, verifica-se que a única ferramenta de resistência que resta ao brasileiro diante de seu colonizador é o sarcasmo (“contarem anedotas”). Logo, fazer piadas sobre português seria uma maneira (licença concedida) de uso do humor popular com viés político.

É importante ainda observar que os portugueses (representados pela figura de Cabral) se autoestereotipam explicitamente como estúpidos ao dizerem que cabe aos brasileiros “o direito de contarem anedotas sobre portugueses estúpidos nos próximos quinhentos anos”. A piada recupera (explica, brinca com) um discurso comum sobre o modo como os moradores de Portugal são estereotipados nesse tipo de gênero humorístico.

Se considerarmos a tese do simulacro discutida por Possenti (2010, p. 40) – “uma espécie de identidade pelo avesso, (...) que um grupo em princípio não assume, mas que lhe é

⁸ As informações sobre a história do Brasil se baseiam especialmente em Skidmore (2000) e Fausto (2001).

atribuída de um outro lugar, eventualmente por um Outro” –, o português dessa piada explícita e aparenta assumir um estereótipo (o de ser estúpido) que lhe foi atribuído ao longo do tempo por um “Outro”, para mostrar exatamente o contrário, que nada tem de tolo.

Afinal, de quem é a piada? Quem de fato poderia ser visto como estúpido nesse texto? Não seria o brasileiro, que é mostrado tanto como índio ignorante, que não sabe ler (“Ó Cabral, o que está escrito neste contrato?”), quanto como tonto (ingênuo), que deve deixar os portugueses levarem “o ouro todo, a prata toda e o pau-brasil” que quiserem para simplesmente ter o direito de fazer piadas sobre eles? Essas questões mostram outra possibilidade de ler esse texto, o que significa que as piadas e as suas condições de produção não são tão simples de serem explicadas.

Vejamos a seguir as piadas portuguesas que versam sobre o brasileiro.

3.2 O brasileiro das/nas anedotas portuguesas

Se havia dúvidas sobre o fato de que piadas portuguesas também retratam os brasileiros, não há mais. Uma pesquisa sobre o tema feita em Portugal nos leva a constatar uma das hipóteses aventadas aqui. O arrolamento de casos não leva a tantos exemplos (um total de 33), mas podemos dizer que consiste em um *corpus* representativo, visto que as anedotas que constam de obras publicadas em Portugal, assinadas por autores portugueses, no geral enfatizam um mesmo discurso sobre o brasileiro: o de ser desprovido de inteligência. Um efeito inverso ao modo como os portugueses são estereotipados nas piadas brasileiras.

O morador do Brasil não só é protagonista de vários exemplos, como também aparece com destaque no prólogo e nos sumários de alguns livros do gênero (LEMUS, 2003; GUERREIRO, 1992, 2008). Em alguns casos, as menções ao brasileiro, como se pode verificar, são explicitamente feitas pelo morador de Portugal.

E os meus amigos brasileiros que tenham paciência, mas já não aguento mais ouvir ridicularizar os portugas do mesmo modo como nos rimos dos alentejanos, os franceses dos belgas, e os ingleses dos irlandeses. Procurarei, ainda, se bem que nem sempre com sucesso, preservar a dignidade dos grupos étnico [sic] (parece que falhei no que concerne aos brasileiros) e de personalidades (LEMUS, 2003, p. 5-6)

O nosso entender, esse excerto traz em cena dados importantes, tais como: a) brasileiro faz piadas de/sobre português (o que não é novidade) e este não aguenta mais ser ridicularizado; b) português faz piadas (as mesmas piadas que o brasileiro faz com eles)

de/sobre alentejano (morador da região Além Tejo, em Portugal) e; c) português faz piadas de/sobre brasileiro, não preservando a dignidade desse grupo étnico.

Essas e outras considerações só se tornam possíveis de ser escancaradas, porque são feitas no campo do humor, do contrário seriam inviáveis. Desse modo, as piadas portuguesas sobre os brasileiros veiculam, como muitos textos humorísticos, discursos menos oficiais, questões reprimidas, dados permitidos no projeto de dizer desse gênero e desse campo. Vejamos o exemplo que segue.

(5) Estavam dois portugueses e um brasileiro conversando num bar:

O 1º português: – É pá, eu acho que a minha mulher está-me a traír com um pedreiro...

E o outro: – Por quê?

E o 1º português: – Ontem achei uma marreta debaixo da cama...

E o 2º: – Se é assim, então a minha está-me a traír com um empregado de limpeza...

O outro: – Por quê ?

E o 2º português: – Hoje mesmo, eu encontrei um esfregão debaixo da cama...

Então o brasileiro: – Ai, então a Maria me está traíndo com um cavalo...

E os portugueses: – Como assim?

E o brasileiro: – Simana passada achei um jóquei embaixo da cama...⁹

Nessa piada, observa-se que o brasileiro é estereotipado pela falta de inteligência. Três maridos (dois portugueses e um brasileiro) desconfiam de estarem sendo traídos por suas esposas porque encontram determinados “instrumentos” embaixo da cama. Tais instrumentos são associados a profissionais que os usariam. O primeiro português supõe estar sendo traído com um pedreiro, porque encontrou uma marreta (espécie de martelo de cabo comprido). O segundo português desconfia que a traição da mulher seja com um empregado de limpeza por ter achado um esfregão (utensílio feito de tiras de pano presas na extremidade de um cabo, usado, depois de umedecido, para esfregar ou lavar o chão). O brasileiro quebra a expectativa: encontra o profissional embaixo da cama (jóquei: aquele que monta os cavalos de corrida) e supõe que está sendo traído com o “instrumento” de trabalho dele: o cavalo.

O efeito de humor está alicerçado no script da estupidez, da burrice (cf. TRAVAGLIA, 2015): o brasileiro falha na percepção das coisas (não compreende que sua esposa o trai com o cavaleiro que está embaixo da cama) e faz uma associação descabida (que

⁹ ARAÚJO C.; ALMEIDA, A. G. *Este país é uma piada*. Lisboa: Arteplural, 2014, p. 14.

podia estar sendo traído com um cavalo), mostrando limitação intelectual em relação aos portugueses envolvidos na interação. No caso, verifica-se que o script da estupidez aciona outro, o do ridículo, já que a piada instaura certa inadequação criada pelo exagero.

Algumas anedotas que constroem para o morador do Brasil a imagem de ignorante especificam grupos profissionais (advogado, soldado, político), no entanto os estereótipos profissionais não são destacados, como em geral ocorre com o político que é mostrado desonesto. Isso nos leva a inferir que o propósito seja evidenciar o brasileiro (mais precisamente sua limitação cognitiva) e não a (sua) profissão. Observemos o exemplo seguinte:

- (6) Um deputado brasileiro passa por uma favela. Voltando-se para aquela multidão miserável que o rodeia, pergunta:
 – Vocês, aqui, têm televisão?
 Todos, numa só voz:
 – Não!
 – Então, e têm, pelo menos, eletricidade?
 A multidão sacode a sabeça [sic], tristemente.
 Por falta de argumentos, o deputado insiste:
 – Mas água quente, ao menos, vocês têm suficiente água quente?
 E ouve uma resposta lúgubre:
 – Não!
 O deputado pergunta, então, quase desesperado:
 – Afinal de contas, eu não percebo! Porque é que vocês não se mudam para outro bairro?¹⁰

Na anedota (6), a origem do profissional aparece topicalizada, uma vez que ganha destaque no início do texto. O deputado é caracterizado pela sua nacionalidade (“Um deputado brasileiro passa por uma favela”). Outro dado relevante é que a estereotipização como “nada inteligente” não é feita somente ao final do texto, como de praxe nas piadas, mas é reforçada ao longo dele.

A ignorância do deputado brasileiro pode ser conferida a partir das perguntas que ele faz à população miserável de uma favela, as quais revelam que ele desconhece o lugar referido: conjunto de habitações populares precariamente construídas e desprovidas de infraestrutura [“Vocês, aqui, têm televisão? (...) eletricidade? (...) água quente?”]. Nessa piada, o efeito de humor também é produzido pelo script da estupidez: o deputado falha nas questões, mostrando-se totalmente desinformado.

¹⁰ GUERREIRO, A. M. *Livro de anedotas: da inocente à indecente*. 4. ed. Lisboa: Colibri, 2008, p. 321-322.

A ignorância é a característica sociocultural que mais se sobressai na construção dos brasileiros aos olhos dos portugueses. De 33 exemplos, 26 deles refletem esse traço. Os demais casos revelam alguma adversidade entre as duas nacionalidades. Há, contudo, que se destacar que a ignorância é mostrada de forma distinta, o que leva à identificação de diferentes tipos de brasileiro ignorante/estúpido. As piadas (5) e (6) refletem respectivamente alguém limitado cognitivamente (intelectualmente) e desinformado. Há ainda o iletrado (7) e o grosseiro/descortês (8).

(7) Estavam dois brasileiros muito admirados a olhar para o Coliseu de Roma:

– Nossa! Já viu qui coisa mais linda?

– É mesmo, cara! Imagina só quando estiver acabado ...¹¹

Na piada acima, observa-se que o brasileiro – representado pelo morador do estado do Rio de Janeiro, tendo em vista a reprodução verbal do sotaque carioca (“maiss” e “miesmo”) – é revelado como iletrado. O traço pode ser inferido quando um dos brasileiros admirados a olhar para o Coliseu de Roma comenta, em resposta à pergunta “Já viu qui coisa mais linda?”, “imagina só quando [o Coliseu] estiver acabado...”. O enunciado demonstra desconhecimento cultural, uma vez que o Coliseu é um anfiteatro mundialmente conhecido, que, construído na Roma Antiga, está em ruínas por causa de terremotos e pilhagens. O humor é provocado pela leitura equivocada que o brasileiro faz do monumento histórico (algo que estava sendo construído), deixando evidenciar o estereótipo de inculto pelo script da estupidez.

(8) A ONU resolveu fazer uma grande pesquisa mundial. O questionário pedia: “Por favor, diga honestamente, qual a sua opinião sobre a escassez de alimentos no resto do Mundo.”

O resultado foi extraordinário:

– os europeus não entenderam o significado de “escassez”;

– os africanos desconheciam o que eram “alimentos”;

– os brasileiros não sabiam o significado de “por favor”;

– os cubanos pediram maiores explicações sobre a expressão “opinião”;

– e, em Portugal, a Assembleia da República nomeou uma comissão constituída por vários deputados, para debater o sentido de “honestamente”¹²

¹¹ ALMANAQUE de anedotas. s/d, p. 39. Disponível em: <http://pcnn.weebly.com/uploads/2/7/6/8/2768685/bilblia_de_anedotas.pdf>. Acesso em: 20 mar. 2017.

¹² ARAÚJO C.; ALMEIDA, A. G. *Este país é uma piada*. Lisboa: Arteplural, 2014, p. 24.

No texto (8), o morador do Brasil é mostrado como grosseiro (mal-educado, bruto, descortês, incivil). O traço sociodiscursivo é apreendido da resposta dada pelos brasileiros sobre uma questão que integrava pesquisa feita pela ONU, a saber: “Por favor, diga honestamente, qual a sua opinião sobre a escassez de alimentos no resto do mundo”. O termo “por favor” é o índice linguístico responsável não apenas pela manifestação do estereótipo do ignorante grosseiro, mas também por gerar humor, visto que seu uso permite duas leituras.

Considerando-se que a forma “por favor” – uma locução adverbial formada pela preposição “por” e pelo “substantivo “favor” – consiste em uma expressão de cortesia e delicadeza usada principalmente em pedidos e ordens, ao revelar que “os brasileiros não sabiam o seu significado, o resultado da pesquisa sugere que: a) por desconhecer “por favor”, os brasileiros não usam a expressão e, portanto, não são gentis, corteses (estereótipo de grosseiro); b) os brasileiros não teriam conhecimento do sentido da expressão “por favor”, motivo que impediria a compreensão do restante da questão feita a eles (estereótipo de ignorante).

No conjunto das anedotas encontradas – para além do recorrente rebaixamento de ordem intelectual (a falta de inteligência ou os diferentes tipos de ignorância), há ainda casos em que o brasileiro é considerado como adversário confesso (odioso, repugnante) dos portugueses. Dois exemplos abaixo corroboram essa leitura.

(9) Um brasileiro entra num armeiro de Lisboa.

– O senhor tem pistolas?

– Não senhor.

– O brasileiro vê a montra cheia de pistolas, mas continua:

– E revólveres?

– Não senhor.

E o brasileiro vê a vitrina do balcão cheia de revólveres. Mas continua.

– E o senhor tem espingardas?

– não senhor.

E o brasileiro vê as espingardas ensarilhadas atrás do balcão. Mas não desarma.

– E tem metralhadoras?

– Não senhor.

O brasileiro vê metralhadoras penduradas na parede. Mais uma pergunta:

– O senhor tem alguma coisa contra brasileiros?

– Tenho sim senhor: pistolas, revólveres, espingardas, metralhadoras...¹³

¹³ LEMUS, R. *Anedotas com piadas*. Lisboa: Editora Universitária, 2003, p. 55-56.

- (10) No interior do Brasil, um português trazendo um jacaré enorme pela trela, entra num barraco de comes e bebes e pergunta ao patrão:
- Aqui servem brasileiros?
 - Com certeza, mas você é português...
 - Ótimo, então é uma cerveja muito fresca, e um brasileiro aqui para o jacaré.¹⁴

Nos textos (9) e (10), o brasileiro é explicitamente mostrado como adversário do português. No primeiro caso, a rivalidade pode ser conferida quando o português, em um armeiro de Lisboa, diz não ter nenhuma das armas vistas e solicitadas pelo brasileiro para lhe vender, mas teria todas contra ele, como sintetiza o enunciado: “– O senhor tem alguma coisa contra brasileiros? – Tenho sim senhor: pistolas, revólveres, espingardas, metralhadoras”. O gatilho do humor está na expressão “ter alguma coisa contra alguém”, que sugere duas leituras: a pretendida pelo brasileiro (O senhor tem objeção/inimizade/ ressentimento pelos brasileiros?) e a compreendida/manifestada pelo português (Se teria algo para exterminar [acabar com] os brasileiros).

No segundo caso, a adversidade é manifestada quando, em um bar no interior do Brasil, o português pede um brasileiro para “servir” (“alimentar”) o enorme jacaré que havia trazido preso por uma trela. O uso do verbo “servir”, que pode ser entendido de duas formas, é o gatilho do humor: i) prestar serviço e ii) pôr na mesa (oferecer como alimento). Quando o português pergunta se naquele barraco serviam brasileiros, o atendente responde que sim, certamente porque entende o verbo no sentido de “prestam serviços a brasileiros”. No entanto, ao dizer “Ótimo, então é uma cerveja muito fresca, e um brasileiro aqui para o jacaré”, o português estava se referindo ao sentido de “oferecer brasileiro como prato/ alimento”.

Os dados apresentados neste tópico evidenciam que o brasileiro é inferiorizado intelectualmente em piadas portuguesas. O levantamento permite observar, como já dito, que há uma maior incidência da rotulação de ignorante atribuída a ele (somam 26 casos). Embora esse rebaixamento seja uma forma bastante comum de se produzir humor, é preciso refletir sobre seus efeitos de sentidos que, certamente, têm uma razão de ser. É o que buscamos fazer no próximo tópico que finaliza este texto.

¹⁴ LEMUS, R. *Anedotas com piadas*. Lisboa: Editora Universitária, 2003, p. 65.

4 HISTÓRIA, SUPERIORIDADE E HUMOR: ALGUMAS CONCLUSÕES

Unidos pelo uso da língua portuguesa, Brasil e Portugal apresentam outro traço comum: a construção recíproca de um estereótipo que procura rebaixar os moradores de ambas as nações. Neste artigo, nós nos propusemos a expor como o brasileiro é representado em piadas que circulam em Portugal, tema ainda não explorado cientificamente.

Os resultados, aqui sintetizados, partiram de três hipóteses, que se confirmam: 1) os portugueses fazem piadas de/com brasileiros; 2) nesses enunciados, o morador do Brasil é desvelado mais frequentemente como desprovido de inteligência; 3) os discursos veiculados nas piadas com/sobre os moradores do Brasil podem ter mais de uma explicação.

Uma delas seria uma brincadeira. Nesse caso, a tese do simulacro discutida por Possenti (2010, p. 40) – “uma espécie de identidade pelo avesso”, aquela que “um grupo em princípio não assume, mas que lhe é atribuída de outro lugar, eventualmente, pelo seu Outro” – elucidaria as suas condições de produção. O brasileiro, em geral, malandro, esperto, inteligente acaba sendo construído ironicamente (pelo viés do humor) pelo “outro” como “desprovido de inteligência”.

A outra explicação teria motivação histórica. O Brasil foi descoberto e colonizado pelos portugueses. Um dos sentimentos comuns aos colonizadores é o de se sentirem superiores. Nesse caso, a Teoria da Superioridade, uma das teorias que busca explicar razões da produção de humor, esclareceria a atitude dos portugueses, já que defende que o humor se constrói a partir da superioridade de um indivíduo sobre o outro.

Para Hobbes (1983, p. 55), um dos primeiros a tratar do assunto: “a paixão do riso não é nada senão uma súbita glória que surge de uma súbita concepção de alguma superioridade em nós mesmos pela comparação com as fraquezas alheias, ou com as nossas próprias fraquezas e tempos passados”.

O riso, nesse sentido, pode ser provocado pelas pessoas que apresentam algum defeito ou se encontram em posição de desvantagem. O brasileiro ignorante seria um exemplo disso. Aquele que ri, conforme a Teoria da Superioridade no humor, sempre vê o objeto do riso de cima e, por algum padrão, julga este objeto inferior. O superior coloca-se na posição de expor o outro, numa espécie de castigo ou correção.

Bergson (2007), em seus ensaios sobre a significação do riso através do cômico, é quem fornece a mais famosa aplicação da Teoria da Superioridade. Segundo o filósofo, que centra sua investigação na sociedade, o riso possui um valor corretivo, pois é um meio de a sociedade castigar quem não tem flexibilidade de atitudes para adaptar-se a ela.

Ainda com base em Hobbes (1983), notamos que o paradigma da Teoria da Superioridade encara o riso numa dupla vertente. Por um lado, como fenômeno reflexo, ou seja, como a reação perante algo que, em nós mesmos, nos diverte. Por outro lado, o riso pode ser apresentado como um fenômeno interpessoal, constituindo uma reação de prazer perante os males alheios que contribui para elevar a nossa autoestima.

Considerando a segunda vertente, ao estereotipar o brasileiro como ignorante nas anedotas, o português automaticamente constrói o autoestereótipo positivo: o de que é inteligente. O menosprezo é um modo de autovalorização. Uma forma de rebate. Inocente ignorância? Talvez não.

Se não podemos afirmar categoricamente que os estereótipos do brasileiro construídos pelos portugueses nas piadas apoiam-se no real, podemos, ao menos, associá-los com elementos historicamente constituídos. O brasileiro – por dados ilustrados na História do Brasil, que vai do descobrimento à independência – é destacado com selvagem, e ignorante.

Desse modo, pode-se dizer que a superioridade, compreendida a partir dos sentimentos comuns aos colonizadores, é uma das possíveis formas de explicar o rebaixamento do brasileiro aos olhos do português, isso, claro, em piadas. Como dito, os questionamentos e as hipóteses consideradas no início do estudo se confirmam. Brasileiros ridicularizam portugueses em suas piadas. E portugueses fazem o mesmo com brasileiros. Um efeito inverso.

Recebido em: abril de 2017
Aprovado em: fevereiro de 2018
anacriscarmelino@gmail.com
[DOI: 10.26512/les.v19i1.10872](https://doi.org/10.26512/les.v19i1.10872)

REFERÊNCIAS

- ALMANAQUE de anedotas. s/d. Disponível em:
<http://pcnn.weebly.com/uploads/2/7/6/8/2768685/bilblia_de_anedotas.pdf>. Acesso em: 20 mar. 2017.
- AMOSSY, R.; HERSCHBERG-PIERROT, A. *Estereotipos y clichés*. Buenos Aires: Eudeba, 2001.
- ARAÚJO, C.; ALMEIDA, A. G. *Este país é uma piada*. Lisboa: Arteplural, 2014.
- ATTARDO, S.; RASKIN, V. Script theory revis(it)ed: joke similarity and joke representation model. *Humor – International journal of humor research*. Berlin/New York: Mouton de Gruyter, v. 7, p. 27-54, 1994.
- BERGSON, H. *O riso: ensaio sobre a significação*. São Paulo: Martins Fontes, [1940] 2007.

- CARMELINO, A. C. Estereótipos do brasileiro em piadas. *Intersecções* (Jundiaí), 2014. ed. 13, n. 3, ano 7. p. 98-112. Disponível: <http://www.portal.anchieta.br/revistas-e-livros/intersecoes/pdf/intersecoes_ano_7_numero_3.pdf>. Acesso em: 20 mar. 2017.
- CARMELINO, A. C. Piada de brasileiro: para além da representação regional. *Estudos Linguísticos* (São Paulo. 1978), v. 44, p. 928-941, 2015. Disponível: <<http://revistadogel.gel.org.br/estudos-linguisticos/article/view/1026/607>>. Acesso em: 20 mar. 2017.
- CARMELINO, A. C.; POSSENTI, S. O que dizem do Brasil as piadas? *Linguagem em (Dis)curso – LemD*, Tubarão, SC, v. 15, p. 415-430, 2015. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ld/v15n3/1518-7632-ld-15-03-00415.pdf>>. Acesso em: 20 mar. 2017.
- CARMELINO, A. C.; GATTI, M. A. *Ethos-stéréotypé et humour: une présidente virtuelle*. 2017. (no prelo)
- EFEITO inverso. *Humor babaca*. Disponível em: <<http://www.humorbabaca.com/piadas/portugues/efeito-inverso>>. Acesso em: 20 mar. 2017.
- FAUSTO, B. *História do Brasil*. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2001.
- FREUD, S. *Os chistes e sua relação com o inconsciente*. Edição Standard Brasileira das Obras Completas/ Sigmund Freud. v. III. Rio de Janeiro: Imago, [1905] 1996.
- GIL, C. M. C. *A linguagem da surpresa: uma proposta para o estudo da piada*. 220f. Tese (Doutorado em Letras Clássicas e Vernáculas) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 1991.
- GOODWIN, R. A monovisão dos estereótipos no desenho de humor contemporâneo. In: LUSTOSA, I. (Org.). *Imprensa, humor e caricatura: a questão dos estereótipos culturais*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2011. p. 535-555.
- GUERREIRO, A. M. *Anedotas: contribuição para um estudo*. 8. ed. Lisboa: ERL, 1992.
- GUERREIRO, A. M. *Livro de anedotas: da inocente à indecente*. 4. ed. Lisboa: Colibri, 2008.
- HOBBS, T. *A natureza humana*. Lisboa: INCM, [1650] 1983.
- LEMUS, R. *Anedotas com piadas*. Lisboa: Editora Universitária, 2003.
- MAINGUENEAU, D. *Gênese dos discursos*. São Paulo: Parábola, 2008.
- RASKIN, V. *Semantic mechanisms of humor*. Holland: D. Reidel Publishing Company, 1985.
- POSSENTI, S. *Os humores da língua: análises linguísticas de piadas*. Campinas, SP: Mercado de Letras, 1998.
- POSSENTI, S. *Humor, língua e discurso*. São Paulo: Contexto, 2010.
- SARRUMOR, L. *As melhores mil (e cem) piadas do Brasil*. São Paulo: Nova Alexandria, 2003.
- TRAVAGLIA, L. C. O que é engraçado? Categorias do risível e o humor brasileiro na televisão. *Estudos Linguísticos e Literários*, Maceió, v. 5 e 6, p. 42-79, 1989.

TRAVAGLIA, L. C. Texto humorístico: o tipo e seus gêneros. In: CARMELINO, A. C. *Humor: eis a questão* (Org.). São Paulo: Cortez, 2015. p. 49-90.