

## Os estereótipos na construção do humor nos enunciados religiosos

The stereotypes in the construction of humor in the religious statements

Los estereotipos en la construcción del humor en los enunciados religiosos

Virginia Jacinto Lima

Universidade Federal da Grande Dourados (UFGD)

Sílvia Mara de Melo

Universidade Federal da Grande Dourados (UFGD)

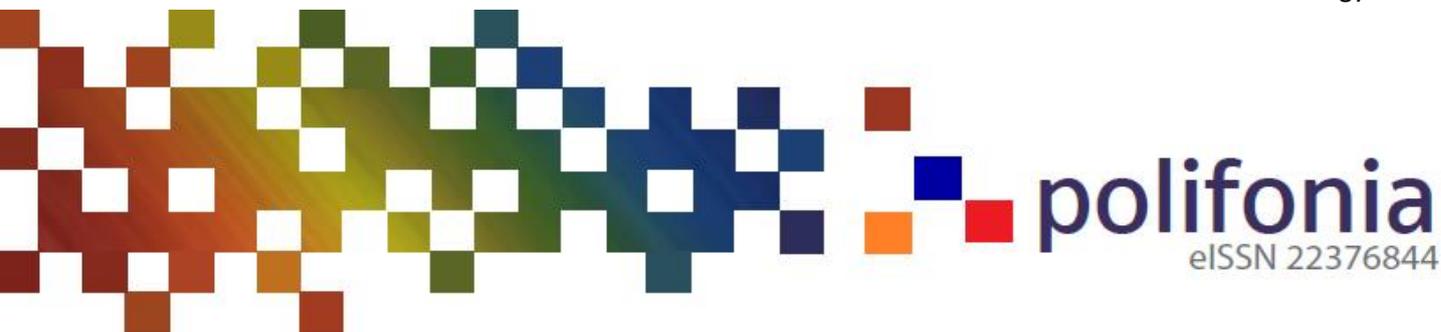
### Resumo

Neste artigo apresentamos um estudo sobre o funcionamento do humor nos enunciados estereotipados do pastor Claudio Duarte, que se justifica pela necessidade de compreender como, no processo discursivo, os estereótipos são empregados e quais seus efeitos de sentido. É relevante estudar os enunciados de Duarte porque ele é um formador de opinião, que, ao incorporar o humor em seu sermão, tem feito muitos adeptos. Seus enunciados representam a mediação do discurso religioso, por meio de uma oratória que constrói um discurso cristão estereotipado, sendo importante, portanto, compreender aspectos linguísticos que levem a constituição de enunciados carregados de humor, mas também, possivelmente, permeados de discriminação e intolerância. Empregamos a Análise do Discurso Francesa como pressupostos teóricos e análise qualitativa como metodologia. Nosso *corpus* de pesquisa foi composto por trechos de textos transcritos de duas pregações ministradas pelo pastor, disponíveis em vídeos no site *youtube.com*. Observamos que, ao empregar a estereotipação, além de atingir o efeito de humor, outros efeitos de sentido são produzidos. Percebemos que o discurso de Duarte reforça estereótipos negativos sobre os homens e, principalmente, sobre mulheres, instituindo características masculinas e características femininas, determinando em muitos momentos a superioridade dos homens em relação às mulheres.

**Palavras-chave:** Análise do discurso, humor, discurso religioso, estereótipos.

### Abstract

In this article we present a study about the functioning of humor in the stereotyped statements of the pastor Claudio Duarte, which is justified by the need to understand how, in the discursive process, the stereotypes are applied and what its effects of meaning are. It is relevant to study the statements of Duarte because he is an opinion maker who has acquired several supporters by including humor in his sermons. His statements represent the mediatization of the religious speech through an oratory that builds a stereotyped Cristian speech, therefore it is important to understand the linguistic aspects that lead to the formation of statements filled with humor, but also possibly permeated with discrimination and intolerance. We applied the French Analysis of Speech, such as theoretical assumptions and qualitative analysis, as the methodology. Our *corpus* of research was composed of parts of texts transcribed of two preachings ministered by the pastor,



available in videos on youtube.com. We observed that when he is stereotyping, besides having a humorous effect, other effects of meaning are also produced. We noticed that Duarte's speech reinforces negative stereotypes of men and especially of women, instituting male and female characteristics, determining the male superiority over the female at several moments.

**Keywords:** Discourse Analysis, humor, religious discourse, stereotypes.

### Resumen

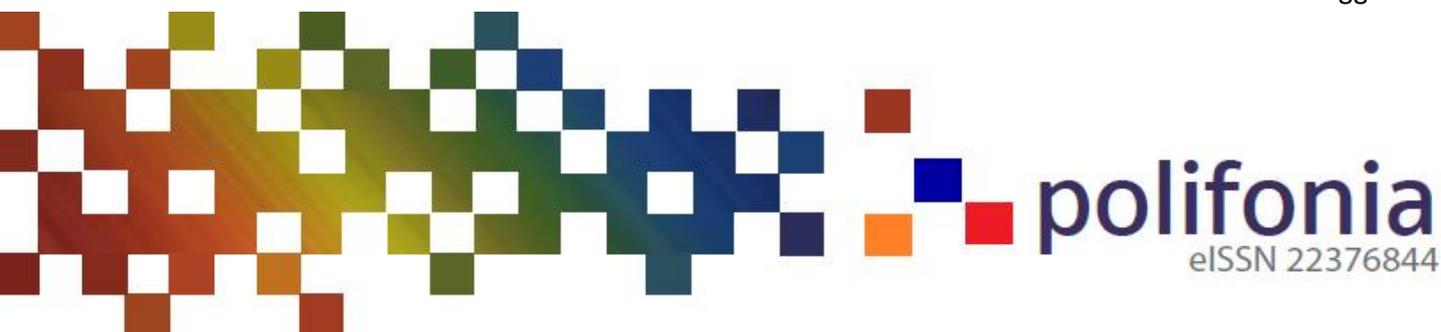
En este artículo presentamos un estudio sobre el funcionamiento del humor en los enunciados estereotipados del pastor Claudio Duarte, que se justifica por la necesidad de comprender cómo, en el proceso discursivo, se utilizan los estereotipos y cuáles son sus efectos de significado. Es relevante estudiar las declaraciones de Duarte porque es un formador de opinión, quien al incorporar el humor en su sermón ha ganado muchos adeptos. Sus enunciados representan la mediatización del discurso religioso, a través de una oratoria que construye un discurso cristiano estereotipado, por lo que es importante comprender aspectos lingüísticos que conducen a la constitución de enunciados cargados de humor, pero también, posiblemente, permeados de discriminación e intolerancia. Utilizamos el Análisis del Discurso Francés como supuestos teóricos y el análisis cualitativo como metodología. Nuestro corpus de investigación consistió en extractos de textos transcritos de dos sermones pronunciados por el pastor, disponibles en videos en el sitio web youtube.com. Observamos que, al utilizar estereotipos, además de lograr el efecto de humor, se producen otros efectos de significado. Notamos que el discurso de Duarte refuerza estereotipos negativos sobre los hombres y, principalmente, sobre las mujeres, instituyendo características masculinas y características femeninas, determinando en muchos momentos la superioridad de los hombres en relación a las mujeres.

**Palabras clave:** Análisis del discurso, humor, discurso religioso, estereótipos.

## 1. Introdução

Cláudio Duarte, pastor e conferencista, é um dos religiosos mais famosos do Brasil, um representante da pregação cômica que tem feito enorme sucesso na mídia. Com tom bem-humorado, o missionário prega de maneira direta e descontraída, falando abertamente sobre temas ainda tabus em muitas igrejas. No Brasil, o pastor é uma referência no que diz respeito a um culto divertido e engraçado. Sua pregação constrói um discurso religioso estereotipado, propondo a imagem do homem atual como homem sem iniciativa, sem autonomia, e a imagem da mulher atual como mulher mal-humorada e zangada. Estereótipos que ativam a imagem, pela memória, de que o homem deve ser “o cabeça da casa”, o chefe da família, e que a mulher deve ser amável e cuidadora do bem-estar do marido e dos filhos.

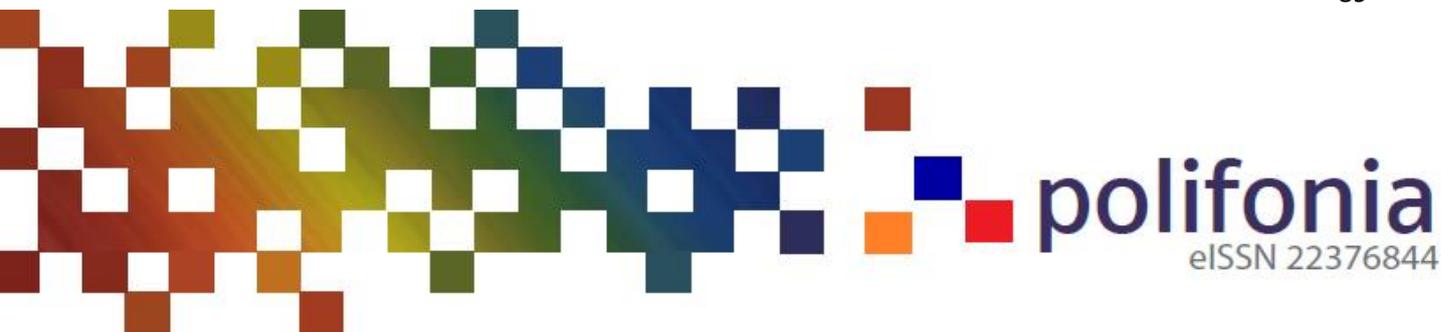
O emprego desses termos, pelo pastor, é instrumento mobilizado pela linguagem



como dispositivo para o riso. Isso aponta a um questionamento: Como ele se apropria do uso de determinados estereótipos para a construção do humor? O emprego de estereótipos pode ser um dispositivo da memória discursiva para construir a materialização do humor no discurso religioso, pois, segundo Possenti (2002), o estereótipo contribui com a relação interdiscursiva na construção humorística.

Diante disso, esse estudo se justifica pela necessidade de compreender como, no processo discursivo, os estereótipos são empregados e quais seus efeitos de sentido. É relevante estudar os enunciados de Duarte porque ele é além de pastor, um homem midiático que se apresenta em muitos vídeos nas redes sociais e caiu na graça e gosto popular, seu estilo escrachado o aproxima daqueles fiéis com talvez um pouco menos de instrução. Ao incorporar o humor em seu sermão, tem feito muitos adeptos. Seus enunciados representam a midiatização do discurso religioso, por meio de uma oratória que constrói um discurso religioso estereotipado, sendo importante, portanto, compreender aspectos linguísticos que levem a constituição de enunciados carregados de humor, mas também, possivelmente, permeados de discriminação e intolerância.

Destacamos que a análise proposta é um recorte de uma pesquisa maior e que pretendemos trabalhar apenas com os elementos linguísticos/discursivos. Dessa maneira, este trabalho emprega a Análise do Discurso Francesa como pressupostos teóricos, principalmente a partir do que Michel Foucault apresenta sobre o discurso e o linguista brasileiro Sírio Possenti coloca sobre o humor, dando importância igualmente ao que o autor apresenta sobre os estereótipos. Os trabalhos de outros pesquisadores também serão mencionados, contribuindo suplementarmente para elaboração da nossa discussão. Nosso *corpus* de pesquisa foi composto por trechos de textos transcritos de duas pregações ministradas pelo pastor Cláudio Duarte, disponíveis em vídeos no site *youtube.com*. A escolha desses sermões se deu em razão do conteúdo, uma vez que as pregações selecionadas apresentam a temática trabalhada pelo conferencista, que se apresenta como pastor de casais. Em um dos vídeos, o religioso dirige a mensagem às mulheres, explicando como a mulher cristã deve ser e agir. Em outro, o pastor faz o “mesmo ensinamento”, mas para os homens.



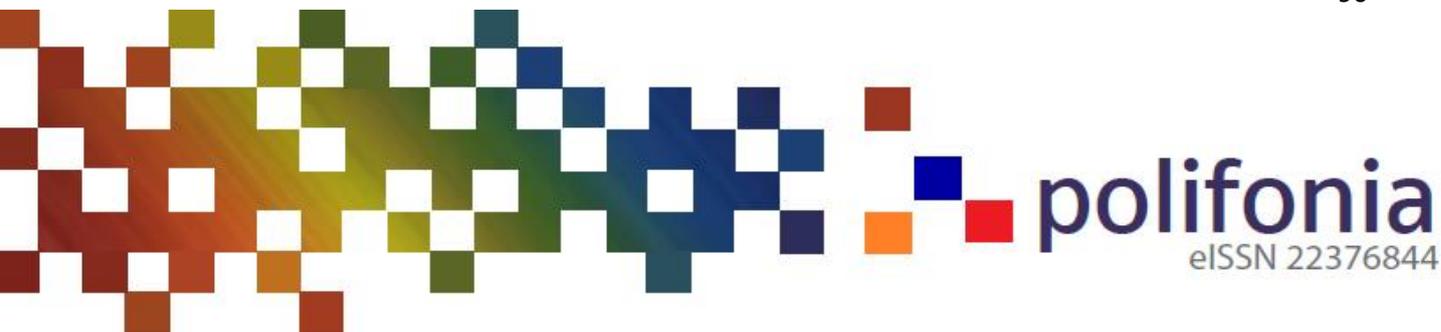
Feita a escolha dos dois vídeos, fizemos a transcrição dos áudios. Reproduzimos os enunciados do sujeito discursivo, de acordo com a norma escrita, observando o emprego de termos da linguagem coloquial, palavras como “munhé”, “ocê”, “homi”, etc. Feita a transcrição, denominamos como transcrição um (T1) a reprodução do sermão religioso do culto para mulheres e como transcrição dois (T2) a reprodução da pregação do culto para homens. Cada enunciado analisado terá a identificação de T1 ou T2.

A seguir, apresentamos alguns conceitos da teoria da Análise do Discurso Francesa (ADF) afim de sustentar nossa análise, bem como realizamos uma reflexão acerca do estereótipo para a AD, considerando sua importância na construção discursiva no humor.

## **2. Discurso e humor**

Para Foucault uma análise do discurso teria que considerar a inscrição histórica das “coisas” ditas, a condição do discurso como prática, a materialidade dos enunciados e a constituição dos sujeitos (FISCHER, 2013, p. 125). Contribuindo com essa perspectiva, Fernandes (2008, p.13) afirma que o discurso é “palavra em movimento, a prática da linguagem, o homem falando”. O autor afirma que o discurso extrapola a natureza estritamente linguística, uma vez que implica a exterioridade da língua. Os aspectos históricos, sociais e ideológicos constituem o discurso e contribuem com sua flexibilidade. Nesse sentido, o discurso é construído por conjuntos de enunciados produzidos na dispersão de acontecimentos discursivos. Fernandes (2008) explica que, nos estudos discursivos:

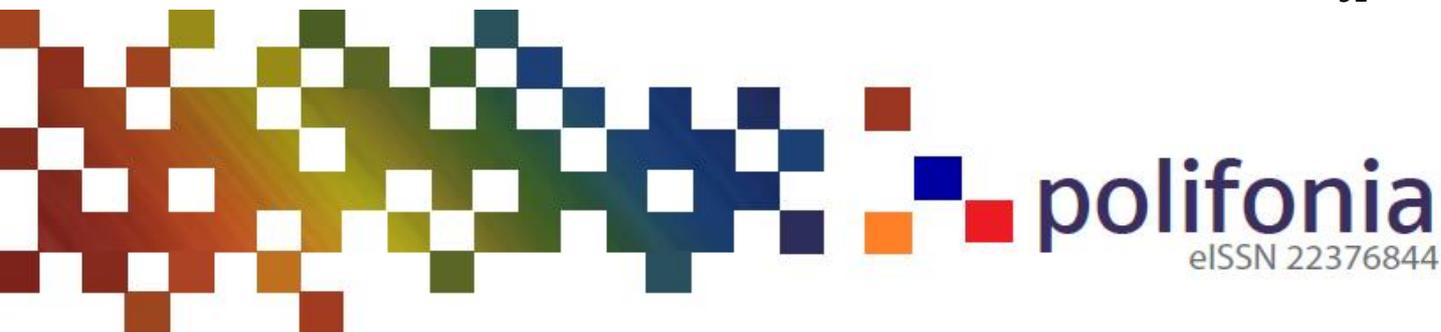
[...] busca-se verificar, a partir de enunciados efetivamente produzidos em determinada época e lugar, as condições de possibilidades de discurso que esses enunciados integram. Isso equivale dizer que as transformações históricas possibilitam-nos a compreensão da produção dos discursos, seu aparecimento em determinados momentos e sua dispersão (FERNANDES, 2008, p. 18).



Sobre o sujeito discursivo, Foucault afirma que ele “é um lugar determinado e vazio que pode ser efetivamente ocupado por indivíduos diferentes”, uma posição variável (FOUCAULT, 2008, p. 107). Assim, segundo o filósofo, o que faz uma frase, uma proposição e um conjunto de signos serem considerados enunciados é a essa posição do sujeito. Não é porque existe alguém para proferi-los, mas sim porque esse alguém ocupa uma posição que o determina como sujeito (FOUCAULT, 2008, p. 106-108). Fischer (2013) assevera que, para Foucault, o sujeito é alguém constituído por uma multiplicidade, pois pode ser pensado de diferentes maneiras. O sujeito é concebido a partir de uma posição que assume para enunciar, diante de um certo discurso, como a posição de pastor frente ao discurso religioso, por exemplo. Uma posição que se dispersa em várias cenas enunciativas, uma multiplicação do enunciado a qual o analista do discurso trabalha para descrever.

Toda enunciação está dentro de um determinado espaço discursivo, ou dentro de um campo do saber. Cada um desses espaços ou campos discursivos compreendem um conjunto de enunciados, apoiados numa formação discursiva. O que vai ser dito dependerá de qual campo ou espaço discursivo se enuncia e da posição que se ocupa dentro deles. Assim, a Formação Discursiva (FD) “funcionaria como uma “matriz de sentido”, e os falantes nela se reconheceriam, porque as significações ali lhe parecem óbvias, ‘naturais’ ” (FISCHER, 2013, p. 141). Esse conceito de formação discursiva nasce em Foucault, que a descreve como um conjunto de enunciados que apresenta, “entre os objetos, os tipos de enunciação, os conceitos, as escolhas temáticas”, “uma regularidade (uma ordem, correlações, posições e funcionamentos, transformações)” (FOUCAULT, 2008, p. 43).

Trata-se, assim, de um conjunto de normas que enquadra o discurso em um tipo de conjuntura. Possenti (2007) explica que o interdiscurso considera que um discurso nasce a partir do trabalho sobre outros discursos. Para análise do discurso, um texto/discurso faz sentido por sua inserção em uma Formação Discursiva (FD). O sentido é construído em função do interdiscurso, por meio de uma memória discursiva que o texto/discurso retoma e do qual faz parte.



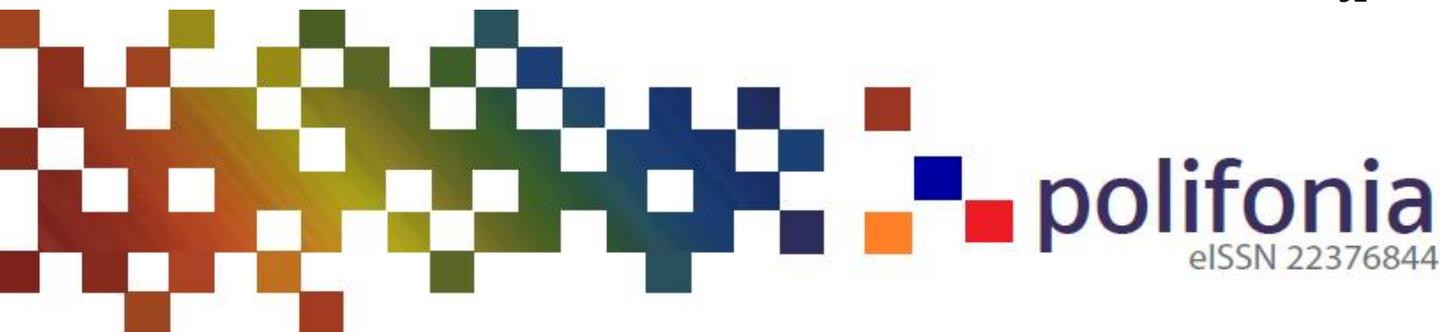
Consideramos, assim, que o pastor Claudio Duarte se apresenta como um sujeito discursivo que assume uma posição para enunciar (a de pastor) e que seu discurso veicula uma ideologia. Para analisar os enunciados do evangelista, é preciso considerar sua posição de fala (a religião), as regularidades da formação discursiva do pastor e o processo de significação por meio do interdiscurso. Pensando que o intuito do nosso trabalho é refletir sobre a estereotipação acerca do feminino e do masculino na construção do humor no discurso religioso de Duarte e sobre seus efeitos de sentido, além de ponderar tais aspectos, é preciso considerar também a teoria humorística.

Começamos citando Possenti (2018, p. 14-18) que, ancorado em Bourdieu, define humor como um *campo* com membros que seguem normas específicas desse domínio. Muito relacionada à formação discursiva, o humor seria um espaço particular, com certas expressões exclusivas ou que, em outro campo discursivo, teriam outro sentido. Segundo o autor, os campos não se organizam da mesma forma, os textos produzidos dentro deles também não. Assim, o humor seria uma esfera com organização e produção de textos de forma distintas dos demais, como o campo da ciência, o da literatura, o da filosofia e o da religião, nos exemplos do autor.

Desse modo, podemos considerar o humor como uma formação discursiva (campo) própria, com modo específico de produção e organização dos enunciados. Logo, a construção dos efeitos de sentido do texto também segue características diferenciadas, mas que não deixam de ser formados por meio do interdiscurso e de uma memória discursiva, dentro de condições de produção específicas.

Sobre as práticas características do humor, Possenti menciona o fato de o humor tratar de qualquer assunto e de tentar fugir do politicamente correto (que seria um grande inimigo para a construção estereotipada do humor), de ser um campo que se manifesta em diferentes gêneros (POSSENTI, 2018, p. 27). Dessa maneira, o humor também pode aparecer como manifestação humorística no interior de outros tipos de textos e discursos, como no religioso, por exemplo, o que consideramos ser o caso do nosso objeto de análise: a pregação humorística do pastor Duarte.

Possenti (2002, p. 148) coloca que é indispensável que o sujeito que ouve e/ou



que conta uma piada (ou enunciado humorístico) conheça sua língua e sua cultura para que haja compreensão e a construção de efeito de sentido do humor. Para pensar a construção do humor, é preciso ter em mente que os sentidos não estão nas palavras, mas em sua relação com o social. A palavra é opaca, os sentidos serão atribuídos a partir de outras conjunturas extralinguísticas (o sujeito que a emprega, o lugar ocupado por ele, o momento histórico, etc). Assim, podemos pensar que, para atingir o efeito de humor, é preciso que a enunciação tenha relação com o social. As palavras usadas no enunciado humorístico só alcançam esse patamar a partir do elemento social/cultural que as constitui.

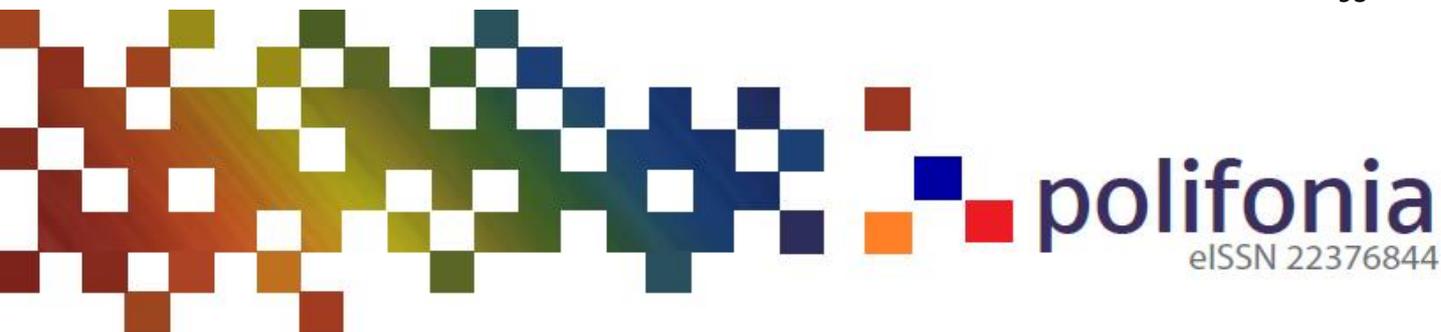
Nesse sentido, Possenti (2017) explica que sem o apelo ao saber e a uma memória, não há o humor. Diante disso, os estereótipos aparecem nos textos de humor como ilustrações das identidades decorrentes de uma construção discursiva que fazem parte da história, da cultura e da ideologia de uma coletividade.

### **3. Os estereótipos na construção dos efeitos de sentido de humor**

A estereotipação é algo que permeia nosso discurso. Mesmo que de modo inconsciente, muito do que se acredita ou se diz está ligado a um estereótipo, ou seja, a uma ideia padrão sobre algo, um conceito social que faz parte de uma memória coletiva. Estereótipos são representações imaginárias que a sociedade tem sobre determinado grupo de indivíduos: “Como se vê, há um apelo à memória, além de um jogo específico de linguagem, muito corrente em piadas e outros textos humorísticos” (POSSENTI, 2018, p. 141).

Geralmente, esse modelo estabelecido apresenta forte carga negativa. Esses casos são muito frequentes em textos humorísticos: “Seja como for, o olho humano tende a ver padrões. Perante uma realidade diversificada, multiforme, o olhar humano necessita de padrões, de formas, de alguma ordem o “desenho”. O estereótipo é um preconceito, certo” (ZINK, 2011, p. 48).

Orlandi (2015, p. 125) explica que no discurso, o estereótipo assume um papel



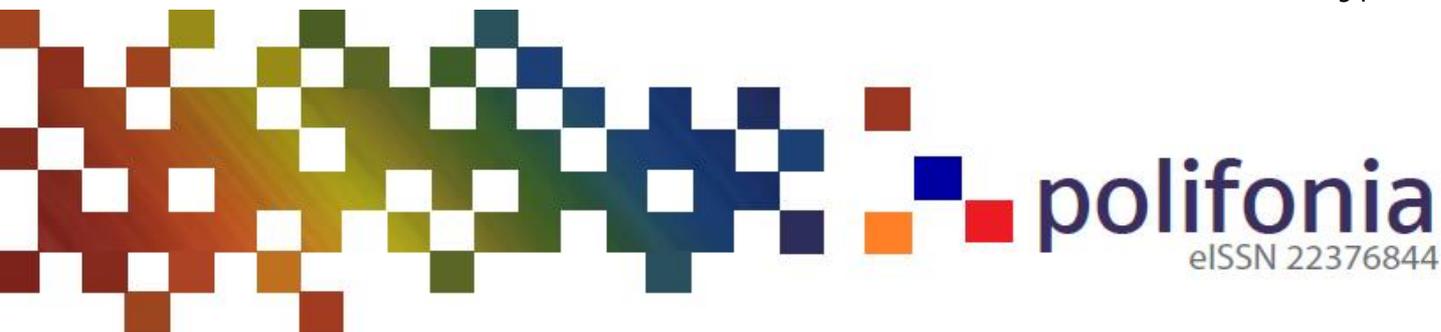
próximo ao do pré-construído, fazendo sentido apenas a partir do interdiscurso. Ou seja, o estereótipo no discurso não seria apenas uma imagem preconcebida, um lugar comum, mas um elemento fundamental para a construção do sentido, visto seu caráter interdiscursivo, um elemento social que faz parte de uma memória coletiva. Considerando os enunciados chistosos, o estereótipo é “(o efeito do já-dito que sustenta o dito), com efeito inverso, dando ao sujeito a impressão de que só ali os sentidos retornam” (ORLANDI, 2015, p. 126.).

Logo, a construção do sentido de humor tem no enunciado estereotipado uma grande oportunidade de ser alcançado. Esse efeito é ativado pela memória coletiva, pelas relações interdiscursivas estabelecidas entre o discurso e a história: “Em outras palavras, a noção de estereótipo liga-se, em alguma medida, ao conceito de memória discursiva, pois supõe a existência de algo que antecede e fundamenta a emergência dos enunciados” (SILVA, 2015, p. 1012). O estereótipo é fundamental para a construção do humor em muitos textos humorísticos, agindo, muitas vezes, como único elemento para criação desse efeito. Base do humor, ele deve ser analisado, uma vez que faz parte do discurso humorístico, sendo um elemento linguístico/discursivo.

Possenti (2002) explica que tal como a identidade:

[...] o estereótipo também deve ser concebido como social, imaginário e construído, e se caracteriza por ser uma redução (frequentemente negativa), eventualmente em simulacro. Assim, o simulacro é uma espécie de identidade pelo avesso – digamos uma identidade que um grupo em princípio não assume, mas que lhe é atribuída de um outro lugar, eventualmente, pelo seu Outro (POSSENTI, 2002, p. 156).

O estereótipo pode ser entendido como um conceito construído socialmente sobre determinado grupo de pessoas, não sendo necessariamente verdadeiro ou aceito por essa comunidade. Textos humorísticos, geralmente piadas e anedotas, apresentam essa abordagem estereotipada. Possenti, ao analisar piadas, apresenta-nos o estereótipo do baiano como preguiçoso, a loira como burra e sexualmente disponível, o gaúcho gay, entre outros. Os estereótipos são construções discursivas que dependem de condições histórias de produção, não sendo, assim, universal (POSSENTI, 2002, p. 158). O autor



ainda coloca que em um texto humorístico, como uma piada, podem aparecer mais de um estereótipo, até mesmo opostos que revelam “relações de confronto com uma alteridade” e que sua presença sempre é marcada por uma imagem negativa do indivíduo estereotipado.

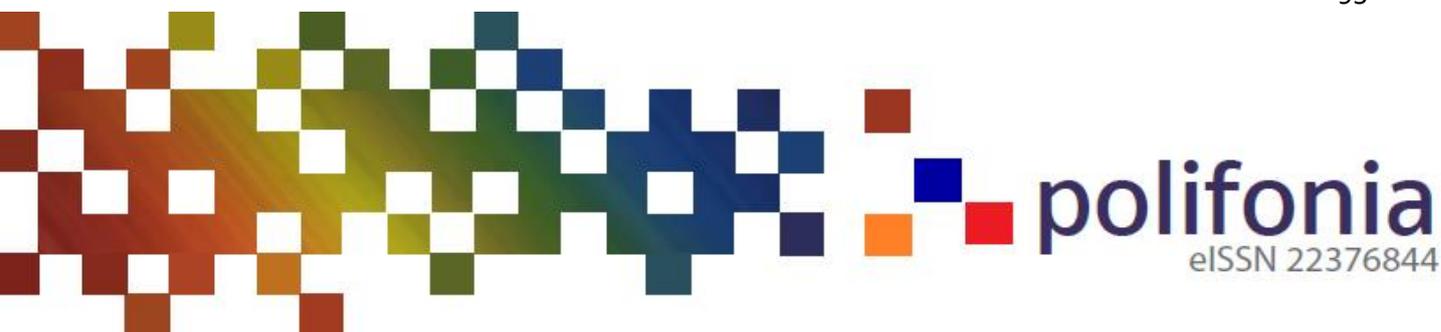
Fazendo referência a essa colocação de Possenti, Beristáin (2011) afirma que ele coloca que o chiste opera por estereótipos e que existem estereótipos positivos (do autor do chiste) e negativos (sobre quem recai o chiste). O “estereótipo positivo é implícito e não aparece no texto; já o outro é explícito e tem valor universal. [...] Todos eles revelam o imaginário coletivo construído sobre aqueles povos” (BERISTÁIN, 2011, p. 77).

A estereotipização funciona como simulacros (inversões). Ao descrever as piadas, Possenti (2002) afirma que uma de suas características “é que elas opõem dois discursos, que podem ser caracterizados como positivo/negativo”, pois alguém assume a posição negativa, para que o outro assuma a positiva. Um exemplo é a oposição “macho/veado” em piadas sobre os gaúchos. Assim, “as piadas fazem aparecer, ao lado de um estereótipo básico, assumido pelo próprio grupo (um traço de identidade?), o estereótipo oposto”, visto que os gaúchos, por exemplo, não se consideram veados, mas sim homens com a masculinidade muito forte. “É neste sentido que se pode dizer que o estereótipo talvez seja um simulacro” (POSSENTI, 2002, p. 159).

O uso do estereótipo para a construção do humor, como vimos até aqui, apresenta-se, geralmente, como algo pejorativo, “Seria estranho se isso não ocorresse, já que as piadas vivem, de certa maneira, de rebaixar algum grupo humano” (POSSENTI, 2002, p. 161). Devido a isso, ressaltamos ser importante refletir sobre o uso dos estereótipos na construção humorística presente no discurso religioso do pastor Claudio Duarte, pois, ao empregar a estereotipação, além de atingir o efeito de humor, outros efeitos de sentido, de carga negativa, podem ser produzidos.

#### **4. Os estereótipos acerca do feminino e do masculino no discurso religioso-humorístico**

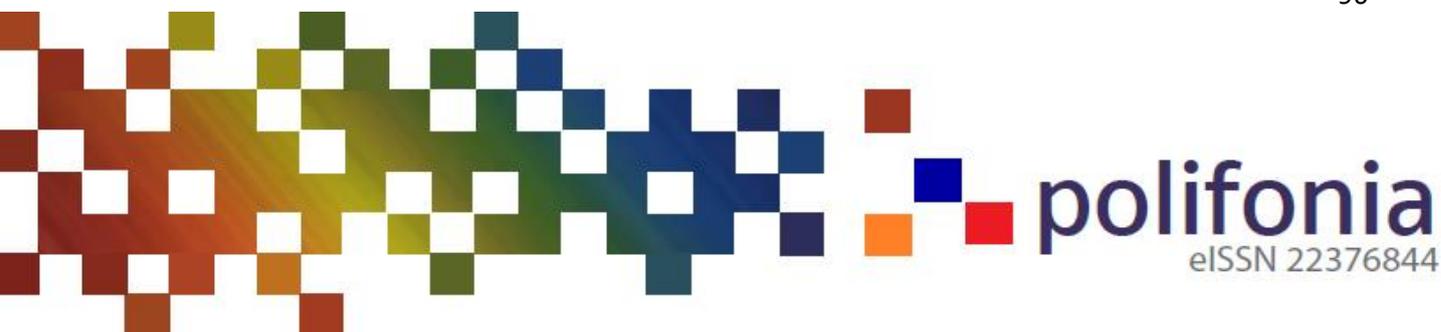
A religião determina papéis e funções diferentes a serem desempenhadas pelos



fiéis de acordo com o gênero a qual fazem parte. De acordo com a teologia cristã, o homem deve ser o líder da família, tendo a obrigação de prover e cuidar do bem-estar familiar. A mulher também recebe esse ofício, mas as atividades de ambos para zelar da casa não são as mesmas. Segundo o Cristianismo, o homem foi criado para prover e cuidar, no sentido de ser o responsável pela esposa e pelos filhos. A mulher, por sua vez, foi criada para auxiliar o homem (por isso Eva foi criada depois de Adão, segundo a bíblia), também com o poder de dominar, mas sendo uma extensão do poder masculino e sempre submissa a esse poder. Assim, a esposa é encarada, a partir do discurso religioso, o “braço direito” do esposo. Ambos seriam iguais diante de Deus, mas com papéis sociais e espirituais diferentes, considerando o posicionamento cristã.

Esses papéis esperados para o feminino e para o masculino refletem em imagens sociais criadas no imaginário coletivo do que deve ser o homem e do que deve ser a mulher, ou, simplesmente, do que é esperado para cada um. Essas imagens são, muitas vezes, os estereótipos. Como exposto, consideramos estereótipos o “sentido atribuído pelas ciências sociais às representações coletivas estabelecidas (com suas vertentes, negativa e positiva)” (DELIGNE, 2011, p. 29). Refletir sobre essas personificações estereotipadas é importante, pois o “processo de estereotipização, na maioria das vezes, funciona como gatilho para o riso” (SILVA, 2015, p. 1011). A memória coletiva e o interdiscurso são fundamentais para interpretações dos enunciados estereotipados. Pensar sobre quais imagens sociais aparecem sobre o homem e sobre a mulher é significativo, pois elas permeiam o discurso religioso de Claudio Duarte que, como mencionado, se auto representa como pastor de casais. Sua pregação é voltada para a evangelização de homens e mulheres no que diz respeito à relação conjugal e à família.

Com a finalidade de facilitar a visualização da imagem feminina e da imagem masculina veiculada no discurso do pastor Claudio Duarte, nesse momento, exibimos os enunciados do evangelista no quadro de comparação. Apresentamos, assim, o enunciado que reforça o estereótipo da mulher no lado esquerdo do quadro e o enunciado que apresenta o estereótipo do homem no lado direito. Buscamos comparar as imagens colocadas no que tange ao mesmo tema. Por exemplo, qual a relação com o peso para

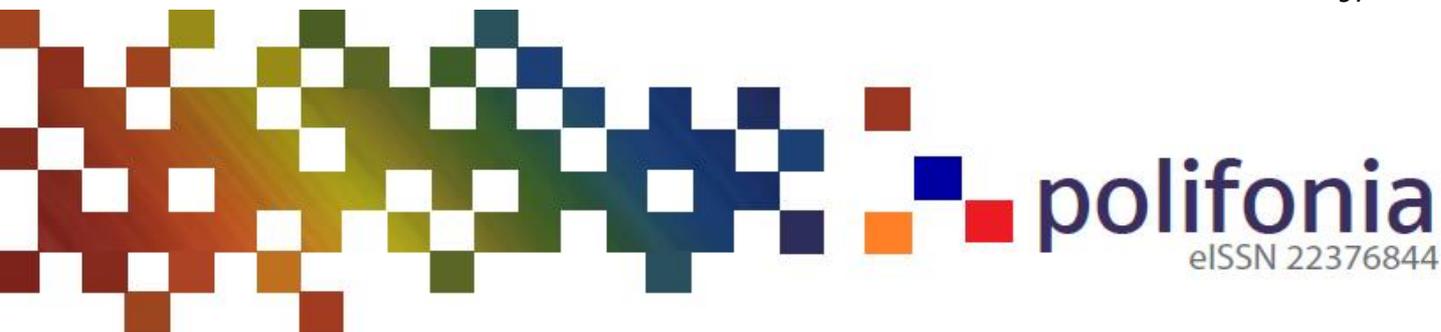


homens e para mulheres? Ou, qual a relação de ambos com o tempo? Em alguns momentos, partes do mesmo enunciado foram divididos entre os dois lados. Essa separação está marcada pelo uso dos colchetes “{...}”. Em outros, tratam-se de enunciados distintos, pronunciamentos em momentos diferentes da fala do pastor.

Quadro 1.

Estereótipo de mulher	Estereótipo de homem
<p><i>E a bíblia diz que uma mulher sábia edifica sua... Mas se ela for tola, destrói. Se ela for bonita acontece o que na casa? Hum? Se ela for feia? Hum? Se ela for esquisita? Não acontece? Mas se ela for tola? E se ela for sábia? Isso! O importante não é a beleza, não que não seja, apesar de que num existe muié feia {...}</i></p> <p><i>A muié mais feia do mundo, pode ter certeza que, na minha opinião, ela é mar linda do que qualquer homem. É ou num é? Não existe muié feia, existe muié mal tratada. Cê pode oiá. A senhora pode ter tido um namorado que zombou da senhora, naquela época difícil da senhora... E hoje a senhora passa e óia e diz “que isso”. Porque muié ela tem essas faces, ó a muié hoje ela num ta bem, amanhã já ta bem, depois de amanhã ela num tá bem, aí mês que vem ela ta bem... Pode oiá, é ou num é? As vezes o cabelo ta ruim, cê oiá, ela deu uma ajeitada. Ela ta num sei o que, quando ce olha ela emagreceu, ou cê fez isso... muié põe negocio no peito pra ficar volumoso. Tem toda essa...{...}</i></p>	<p><i>{...} feio é homem {...}</i></p> <p><i>{...} O homem não, caiu, desgraçou tudo. É ou num é verdade? Caiu, caiu, já era. Caiu, ninguém levanta mais. É ou [...] num é? Eu costume dizer que mulher é submarino. Ela vai no fundo, mas ela pode emergir. Homem é navio. Fundou...é ou não é? Afundou, já era. Cês gostaram né... espera que eu vou pegar vocês mais na frente (DUARTE, 2015) – T1.</i></p>

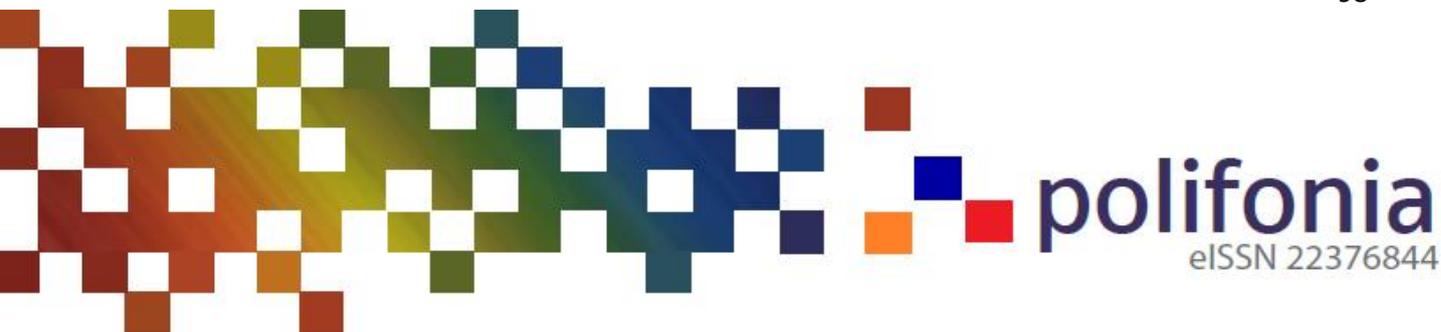
O Quadro 1 apresenta a imagem da figura feminina e da figura masculina de acordo com o discurso do sujeito discursivo Claudio Duarte. A beleza, a vaidade ou a aparência física são mencionadas como possível tema do enunciado dividido entre as duas partes do quadro. Pregando sobre a importância de a mulher ser “sábia” para edificar a sua família, o pastor faz uma brincadeira dizendo que ser feia não é um problema para o arranjo familiar, o problema é não ter sabedoria (*E a bíblia diz que uma mulher sábia edifica sua... Mas se ela for tola, destrói. Se ela for bonita acontece o que na casa? [...]O*



*importante não é a beleza*). Nesse momento, o evangelista traz à tona a imagem coletiva do feminino enquanto ser com beleza própria, que pode ser restaurada com pequenas atitudes como pentear o cabelo ou passar um batom (*num existe muié feia [...]. É ou num é? Não existe muié feia, existe muié mal tratada. Cê pode oiá*).

Existe um discurso de que todas as mulheres possuem a beleza, basta, apenas, realçá-la. Podemos dizer que essa reflexão do pastor dialoga com a máxima que é disseminada, sobretudo, pelo consumismo. Diversas marcas de produto de beleza trabalham com o discurso persuasivo nesse sentido, levando as pessoas a consumirem seus cosméticos. Assim, nessa sociedade do consumo, é comum frases como “não existe mulher feia, existe mulher que não conhece a marca X” ou “não existe mulher feia, existe mulher que não usa o produto Y”. O enunciado de Duarte coloca que a mulher pode se apoiar em recursos embelezadores, como procedimentos estéticos e artigos de beleza (maquiagem, acessórios, etc), para melhorar a aparência (*Porque muié ela tem essas faces [...] Às vezes o cabelo tá ruim, cê oia, ela deu uma ajeitada. Ela tá num sei o que, quando cê olha ela emagreceu, ou cê fez isso... muié põe negócio no peito pra ficar volumoso*). É possível admitirmos que o sujeito se constitui pela exterioridade, desse modo, o pastor, que reforça este estereótipo de mulher, está, de algum modo, fazendo reverberar um dito já cristalizado, o de que “não existe mulher feia, mas mulher maltratada”. É pelo interdiscurso, por uma memória de um já dito que Duarte vai constituindo o ser mulher em seus dizeres.

Em oposição a essa imagem feminina, é colocada a imagem masculina que reforça o estereótipo negativo do homem enquanto indivíduo despreocupado com a vaidade e que, mesmo recorrendo a recursos embelezadores, não ficará com boa aparência caso já não a tenha por natureza (*feio é homem.[...] O homem não, caiu, desgraçou tudo. É ou num é verdade? Caiu, caiu, já era. Caiu, ninguém levanta mais. É ou [...] num é?*). Não há procedimento estético que resolva a situação masculina no que diz respeito à beleza física, segundo a colocação do pastor. Essa comparação entre a relação masculina e a relação feminina com o belo contribui com a construção de humor no enunciado de Duarte, uma vez que esse sentido é estabelecido através da memória discursiva.



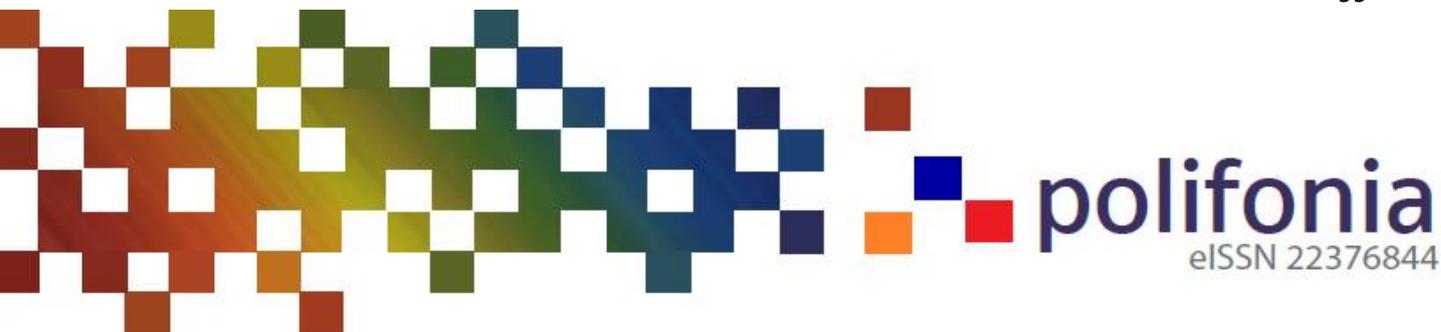
Comparando o homem e a mulher, o sujeito discursivo faz uso da figura de linguagem metáfora para mostrar as diferenças entre os gêneros (*Eu costumo dizer que mulher é submarino. Ela vai no fundo, mas ela pode emergir. Homem é navio. Fundou... é ou não é? Afundou, já era*). A mulher é submarino porque pode emergir, ou seja, em termos de beleza, basta investir na vaidade que qualquer problema é resolvido. Homem é navio, afundou não tem jeito, pois recursos estéticos não resolvem.

Dessa maneira, os estereótipos acerca do feminino e do masculino, bem como a comparação revelada com uso das metáforas, aparecem como dispositivos do riso no enunciado analisado. Duarte, ao caracterizar a figura masculina, ridiculariza os homens, apontando que seus defeitos não podem ser reparados. Considerando seu público, o discurso do pastor é modalizado pela circunstância da enunciação, pois trata-se de um culto para mulheres. O pastor busca agradar seu público feminino, enaltecendo as qualidades femininas, embora, como vimos, ele reforce estereótipos negativos sobre a mulher.

O quadro comparativo a seguir apresenta enunciados que revelam a mesma situação. Como as mulheres se sentem em relação à aparência física, sobretudo no que diz respeito ao peso, e como os homens se posicionam sobre isso. O discurso do pastor deixa claro a distinção entre ambos, reforçando estereótipos. Vejamos:

Quadro 2.

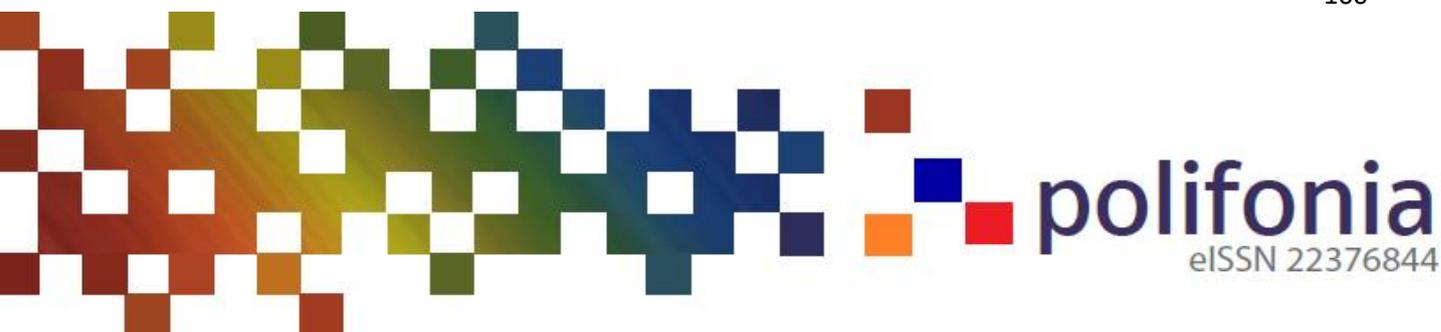
Estereótipo de mulher	Estereótipo de homem
<p><i>Senhora vai numa loja de grife, pega um 40. Pega uma blusa G. {...}</i></p> <p><i>{...} Se a senhora pegar M, e a menina falar “olha, essa M vai ficar apertada, tem que ser G”, a senhora fala “não, me dá essa M que ela vai entrar, ela vai ter que entrar em mim!!! Senhora já pensou que alguém pode ter trocado a etiqueta?-(DUARTE, 2015) – T1</i></p>	<p><i>{...} Porque homem é o seguinte, homem não tem problema disso. Que tamanho é esse aqui? Esse é GG. Ué, mas ta apertado em mim, ocê tem GGGGG? Aí o cara fala, tem. Esse aqui é quantos G? 5. Mas deu ne mim? Jóia. {...}</i></p> <p><i>Normalmente isso não é muito importante pra nós, porque homem não se preocupa muito com peso. Ele esquenta se o negócio funciona, não adianta nada cê tá finin e o instrumento igual tromba de elefante novo. Tô falando pa homem, eu falo mesmo, é ou não é? Cê pensa que eu sou doido? Doido é o pastor Jorge que deixou eu vir aqui. Pra nós o importante...é ou não é verdade? É que o instrumento funcione (DUARTE, 2016) - T2.</i></p>



Na parte do estereótipo da mulher do Quadro 2, apresentamos o enunciado de Duarte feito no congresso de mulheres. Uma parte dele está no quadro de estereótipo de homem, junto de um enunciado retirado do sermão do congresso de homens. Nesses enunciados, o pastor aborda a temática da autoestima. Dialogando com a imagem social preconcebida das mulheres, o missionário as descreve como preocupadas com a aparência, principalmente em aparentar mais jovens e mais magras (*Se a senhora pegar M, e a menina falar “olha, essa M vai ficar apertada, tem que ser G”, a senhora fala “não, me dá essa M que ela vai entrar, ela vai ter que entrar em mim!!!*). Com os homens isso é diferente, simplesmente não se importam (*homem não tem problema disso. [...] Esse aqui é quantos G? 5. Mas deu ne mim? Jóia.*). Assim, o pastor dialoga com o conceito de homem menos vaidoso, menos preocupado com os padrões estéticos. O conforto é o mais importante.

O interdiscurso com esses estereótipos é fundamental para construção do sentido de humor nesses enunciados. Segundo o evangelista, o que interessa para o homem não é se seu corpo está magro, se a roupa não marca algo indesejado, mas sim se ele está apto para a atividade sexual (*homem não se preocupa muito com peso. Ele esquenta se o negócio funciona, não adianta nada cê tá finin e o instrumento igual tromba de elefante novo*). Os termos “negócio”, “instrumento” se refere à genitália masculina. O sujeito discursivo compara o pênis que não atinge ereção a uma “tromba de elefante nova”, colocando que ambos desempenham pouco sua função. Tais elementos são fundamentais para o desencadeamento do riso, pois são expressões coloquiais da linguagem popular que faz parte do dia a dia das pessoas. Assim, as interpretações dos dizeres do pastor, a construção do sentido decorre da relação estabelecida pelo interdiscurso, da memória discursiva da cultura brasileira.

Quando o pastor destaca que o mais importante para o homem é seu desempenho sexual, seu enunciado valida o machismo social, que determina que o homem deve ser viril, confiante, superior e forte, desempenhando perfeitamente seu “papel” e sua “função”. Duarte relata como as mulheres não aceitam seu corpo, buscando vestir roupas



menores que seu tamanho. Nesse momento, o religioso repreende as mulheres ouvintes com um discurso moralizador (*Senhora já pensou que alguém pode ter trocado a etiqueta?*).

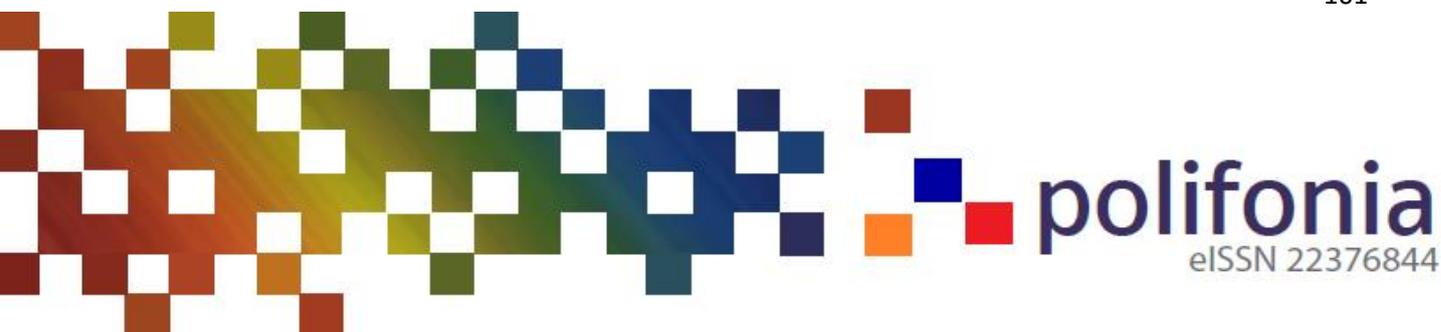
Ainda pensando na grande vaidade feminina e pouca vaidade masculina, o próximo quadro comparativo aborda a relação da mulher e do homem com a roupa, no que se refere à imagem exterior e ao visual.

Quadro 3.

Estereótipo de mulher	Estereótipo de homem
<p><i>Oia só. Aí a senhora, porque muié é assim, porque que a senhora fala assim, é, num tem roupa. Porque a senhora não tem roupa? Mentira, a senhora tem, só que a senhora tá preocupada porque que as outras muié já viram a senhora com aquela roupa {...}.</i></p>	<p><i>{...} Porque quando um homem vai num lugar, sabe o que ele fala? Eu vou lá, com que roupa? Com qualquer uma (DUARTE, 2015) – T1.</i></p>

O enunciado do Quadro 3 aborda uma discussão comum entre casais. A esposa nunca tem o que vestir, ao passo que o marido veste a primeira peça que vir dentro do armário. Logo, percebemos o estereótipo negativo da mulher consumista, alguém que detesta repetir roupa, pois é preciso ostentar. Ela não está apenas preocupada em estar na moda, ou de apresentar-se em trajes diferenciados, é preciso, sempre, impressionar. O mais importante é deslumbrar outra mulher (*Porque a senhora não tem roupa? Mentira, a senhora tem, só que a senhora tá preocupada porque que as outras muié já viram a senhora com aquela roupa*). Esse imaginário coletivo reforça e, talvez, fortalece a competição entre mulheres. Mas o efeito de sentido de humor eflui desse clichê estereotipado.

O pastor expõe “vícios e defeitos” femininos, desprezando a atitude das mulheres no que diz respeito ao possível consumismo e competição entre elas, reprimindo-as. No sentido inverso, a imagem masculina é vinculada à simplicidade e modéstia. Homem não quer impressionar ninguém, não se importa com o fato de já terem-no visto com determinada roupa, ele quer apenas ficar confortável (*Porque quando um homem vai num lugar, sabe o que ele fala? Eu vou lá, com que roupa? Com qualquer uma*). Aqui a



estereotipia também é o gatilho para o riso. O alvo da zombaria, nesse enunciado, é as mulheres.

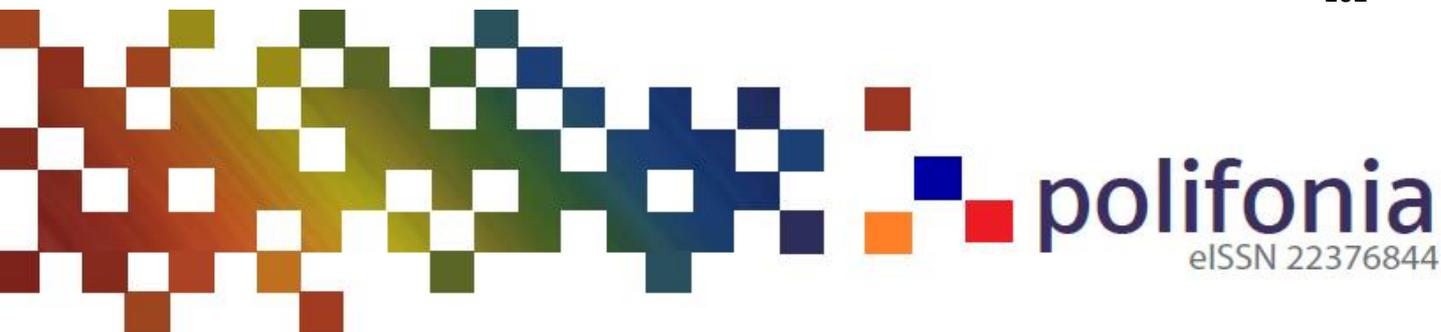
A partir de dizeres do senso comum, do que se constituiu coletivamente como comportamento tipicamente masculino e feminino, o pastor ressalta como historicamente a mulher vem sendo subjetivada. O processo de subjetivação se dá pelas vias histórias e sociais. No entanto, é preciso mencionar também que há um outro modo de se constituir como homem e mulher na sociedade brasileira atual, pois, há os metrossexuais, uma categoria de homens que se constituíram por apresentarem um comportamento vaidoso. E há que mencionar também que desse mesmo modo, há mulheres que não são afetadas pelo discurso da beleza e da vaidade. Essa contradição não é mencionada nos enunciados do pastor. Desse modo, pode-se afirmar que ele apenas faz reforçar um estereótipo já cristalizado histórica-socialmente do que seja ser um comportamento típico de homem ou mulher.

Na mesma temática, apresentamos o próximo quadro esquemático que reforça melhor o estereótipo negativo do feminino ligado à falsidade e competição entre mulheres e o estereótipo positivo masculino ligado à humildade e companheirismo entre os homens.

Quadro 4.

Estereótipo de mulher	Estereótipo de homem
<p><i>E eu acho muito engraçado o mundo de vocês. Vem duas muié andando, encontra com uma terceira. Menina, tudo bom? Nossa, ta bonita. Emagreceu, que vestido é esse? Quando ela vai embora sabe o que ela fala pra outra? Horrerosa, engordou. Jesus, que vestido é aquele? Cafona, gente... {...}</i></p>	<p><i>{...} Homem é diferente, o contrário. Vem dois homem, encontra com o terceiro, fala assim “que isso cara, ta acabado... careca, barrigudo, menino, vai ver que num ta fazendo mais nada, quer ver?”. Quando o cara vai embora sabe o que ele fala com o outro? Amigão, gente boa. Se você, gente, olhe só. (DUARTE, 2016) – T1.</i></p>

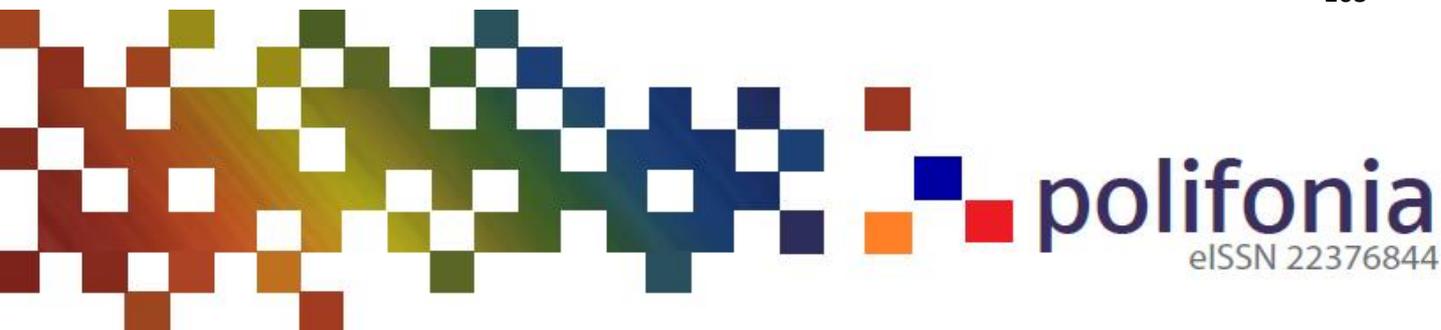
A primeira estratégia do sujeito discursivo para construir o efeito de humor é narrar uma situação em que duas amigas encontram uma colega por acaso na rua (*E eu acho muito engraçado o mundo de vocês. Vem duas muié andando, encontra com uma terceira*). Na mesma situação, também é feita outra narrativa, mas com as personagens homens (*Vêm dois homem, encontra com o terceiro, fala assim*). A narração contribui



com a construção do humor na medida em que é pertinente para a veiculação dos estereótipos. Como explica Davies (2011), percebemos aqui uma narrativa que apresenta um roteiro oposto revelado ao final, algo surpreendente que muda o sentido proposto pelo roteiro. Não é esperado que a mulher fale mal da colega tendo a elogiado daquela forma, bem como não é esperado que o homem faça comentários bons sobre o colega depois do que disse sobre ele. Há uma surpresa que estimula o gracejo. O roteiro, assim, seria as representações cômicas que estão na memória coletiva, o que faz com que o ouvinte compreenda o enunciado, sempre a partir da historicidade e da ideologia que o constitui.

Nesse enunciado, o pastor faz uso da ironia para criar o efeito de humor. Quando afirma: *eu acho muito engraçado o mundo de vocês*, Duarte está sendo irônico. Faz uma afirmação positiva quando, na verdade, constrói um efeito de sentido negativo sobre a imagem da mulher. De acordo com o que o pastor coloca, fica silenciada certa rivalidade e falsidade entre as mulheres. Como explica Orlandi (2015, p. 91), ao dizer algo, silenciamos outros dizeres. A linguagem não é literal, há dizeres silenciados que a permeiam. Assim, os efeitos de sentidos seriam as interpretações possíveis de um enunciado, dependendo sempre da história. Dessa forma, a imagem da mulher fingida e desleal não é explicitada na fala do pastor, mas de acordo com o que é colocado na narrativa (*Menina, tudo bom? Nossa, tá bonita. Emagreceu, que vestido é esse? Quando ela vai embora sabe o que ela fala pra outra? Horrrosa, engordou*), é possível fazer essa interpretação, pois os sentidos deslizam e fogem do controle do enunciador. Da mesma forma, a imagem do homem camarada e verdadeiro é uma leitura que o interlocutor faz a partir do que o sujeito do discurso enuncia (*que isso cara, tá acabado [...] Quando o cara vai embora sabe o que ele fala com o outro? Amigão, gente boa*).

Deste modo, o efeito de humor decorre da circulação de estereótipos acerca do feminino e do masculino que fazem parte da memória coletiva social na fala do pastor através da pequena narrativa. Mais uma vez, a comparação é um grande fator para o efeito de humor. Nesse enunciado, Duarte compara a relação de amizade entre as mulheres e entre os homens, enfatizando as características dessas relações (competição e falsidade entre as mulheres e cumplicidade e sintonia entre os homens), segundo o pré-construído



social. Dessa maneira, além de abordar essas estereotípias, o pastor as reforça.

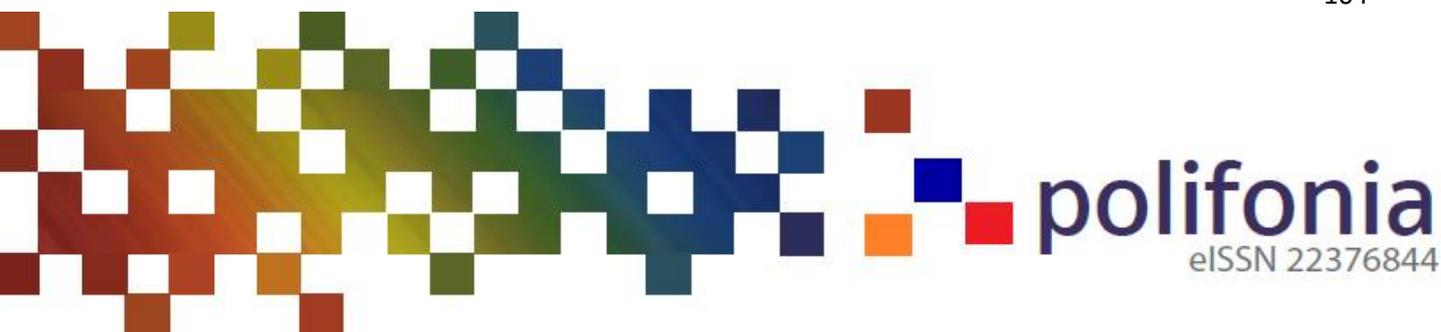
No enunciado do Quadro 5 igualmente aparece uma comparação entre o masculino e o feminino, em que também se manifesta a imagem social a respeito da competição entre as mulheres. Analisemos:

Quadro 5.

Estereótipo de mulher	Estereótipo de homem
<p>{...}</p> <p><i>Agora muié não, é ou não é? Quando convidam a senhora pra ir num lugar o que a senhora faz? Uma lista das possíveis muié que vão tá lá. Fulana vai tá, outra metidinha também vai, aquela outra também vai, elas já me viram com essa roupa, então, eu não tenho roupa. Elas são capazes as vezes de pedir vestido emprestado pra outra e vão na mesma festa, porque na outra talvez, talvez, isso não é garantia, porque a muié repara tudo.</i> (DUARTE, 2016) - T1.</p>	<p><i>Esses dias eu fui em 3 cultos consecutivos com o mesmo terno, a minha mulher falou “cê é doido, cê vai de novo com o esse terno?”, eu disse: eu gostei. “Mas repetido, vai parecer que você tem um só”, eu falei: que se dane. {...}</i></p>

O ditado popular de que “a mulher se arruma para outra mulher” pode ser facilmente veiculado à fala do pastor, pois é esse o sentido construído em seu enunciado. Primeiro, o pastor afirma que repetiu a roupa em três ocasiões consecutivas e que tal conduta assustou a esposa, mas, para ele, isso não tem importância (*Mas repetido, vai parecer que você tem um só”, eu falei: que se dane*). Aqui novamente aparece o estereótipo do homem que não tem interesse pela moda, ou em parecer deslegrado para as pessoas. O interessante é estar bem consigo mesmo e confortável (*eu gostei*). Isso contribui com o gracejo na fala do sujeito discursivo. Depois, Duarte coloca como as mulheres agem ao se vestirem para sair, afirmando que elas pensam no lugar em que irão, em quem estará lá (outras mulheres), com quais roupas essas pessoas já as viram, etc (*Fulana vai tá, outra metidinha também vai, aquela outra também vai, elas já me viram com essa roupa, então, eu não tenho roupa*), ou seja, é preciso estar diferente, repetir roupa não é uma opção.

Logo, o enunciado do evangelista reforça o senso comum de que as mulheres são competitivas entre si (*Quando convidam a senhora pra ir num lugar o que a senhora faz?*



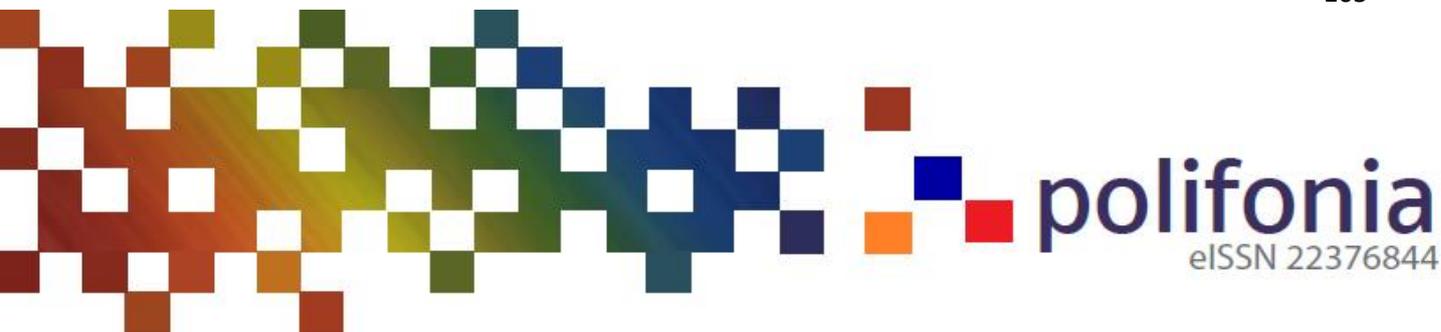
*Uma lista das possíveis muié que vão tá lá*). O uso do termo “metidinha” deixa notório essa competição, uma vez que fica silenciado que tal mulher é exibida, sempre quer ser a mais bonita, portanto, é preciso se arrumar o bastante para ficar mais elegante e encantadora que ela. O pastor destaca o “defeito” feminino de excesso de preocupação com a imagem. Há um certo exagero de Duarte ao descrever essa preocupação da mulher, pois ela recorre até a roupas emprestadas para ficar diferente (*Elas são capazes as vezes de pedir vestido emprestado pra outra e vão na mesma festa, porque na outra talvez, talvez, isso não é garantia, porque a muié repara tudo*). Isso também contribui com a construção do sentido humorístico.

Outro estereótipo acerca do feminino e do masculino é o de que a mulher é um ser humano complicado e complexo, ao passo que o homem é um ser simples e descomplicado. Isso também aparece no enunciado do evangelista. Observemos:

Quadro 6

Estereótipo de mulher	Estereótipo de homem
<p><i>Oia só, a mulher é a parte mais bonita da humanidade. Gente, deixa eu falar uma coisa pra vocês, é vocês que dizem se a humanidade continua ou não. {...}</i></p> <p><i>Se a senhora falar assim “vou engravidar!”, a senhora engravida. Do seu marido, do vizinho, do leiteiro, do padeiro, do estranho {...}</i></p> <p><i>É a senhora que decide o futuro, é assim que funciona. Mas a complexidade muitas vezes... {...} A senhora vai dois dias, a senhora leva oito calcinha. Num sei se tá achando que vai ter uma diarreia, eu num sei se o medo é esse. Gente... Tem uns seis anos que eu estudo o mundo feminino. Gente, eu amo o mundo de vocês, eu não queria ser mulher, mas eu amo. Sabe? Porque pra mim é fantástico essa coisa colorida, sabe? Essas intempéries, essa mutação diária. (DUARTE, 2015) -T1</i></p>	<p><i>{...} Homem não resolve isso.</i></p> <p><i>[...]Se o seu marido falar “vou engravidar!”, ele engravida? Só se ele encontrar com a senhora que ta querendo, é ou num é? Aí ele engravida a senhora.</i></p> <p><i>{...} senhora viaja com seu marido pra passar dois dias, ele leva duas cueca. E uma vai no corpo.</i></p>

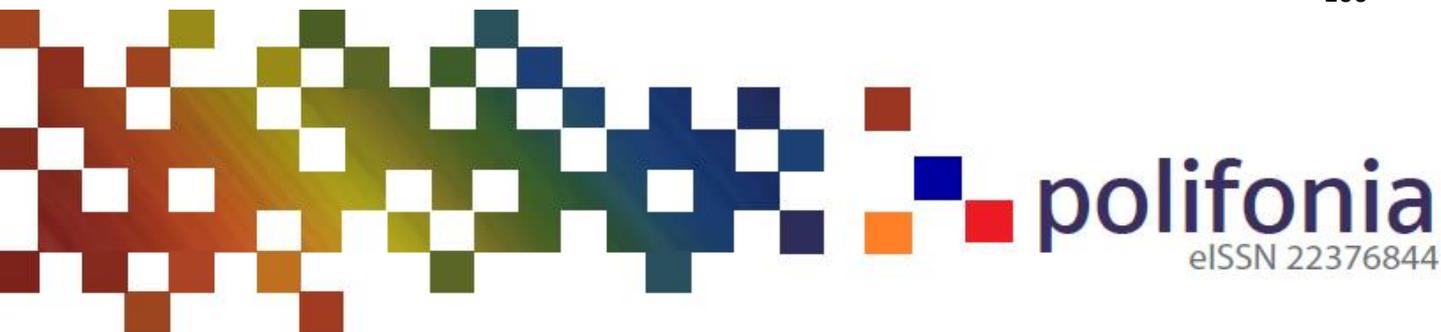
No enunciado do Quadro 5 retirado do sermão para as mulheres, Duarte explica o poder feminino. O sujeito discursivo exalta a beleza da mulher e declara seu poderio no que diz respeito às decisões da raça humana (*Oia só, a mulher é a parte mais bonita da*



*humanidade. Gente, deixa eu falar uma coisa pra vocês, é vocês que dizem se a humanidade continua ou não).* Mais uma vez, comparando a mulher com o homem, o pastor explica que a grande diferença entre os dois é que o gênero feminino tem o poder de decidir reproduzir ou não, ao passo que ao gênero masculino cabe uma função secundária (*Se o seu marido falar “vou engravidar!”, ele engravida? Só se ele encontrar com a senhora que ta querendo, é ou num é? Aí ele engravida a senhora*). Tal comparação é o gatilho para o riso, pois existe a imagem social da mulher que busca engravidar de qualquer maneira, independente do esposo (*Se a senhora falar assim “vou engravidar!”, a senhora engravida. Do seu marido, do vizinho, do leiteiro, do padeiro, do estranho*). O grande gatilho para o riso é a colocação do pastor que não importa de quem, mas a mulher engravida se ela quiser. Aqui o poder relacionado a mulher é pejorativo, ou seja, dá um sentido negativo a sua imagem. Ela pode engravidar de qualquer homem que não seja seu marido, cometendo assim, um adultério. Logo, sua imagem é vinculada a de uma adúltera.

Duarte afirma a “supremacia” feminina para, em seguida, colocar que a mulher pode ter a vantagem, mas que, muitas vezes, não tem porque é complicada demais (*É a senhora que decide o futuro, é assim que funciona. Mas a complexidade muitas vezes*). Para reforçar isso, novamente, o sujeito discursivo recorre à comparação entre homem e mulher para exemplificar tal complexidade feminina (*senhora viaja com seu marido pra passar dois dias, ele leva duas cueca. E uma vai no corpo. A senhora vai dois dias, a senhora leva oito calcinha*). Existe o estereótipo de que a mulher é mais enigmática que o homem, mais negativa, mais medrosa e mais atenta aos detalhes (*Num sei se tá achando que vai ter uma diarreia, eu num sei se o medo é esse*). Em uma viagem, a mala maior sempre é da mulher. Relacionar o cuidado da esposa em levar mais peças de lingerie na bagagem ao medo de ter um desarranjo intestinal é gatilho para o sentido humorístico ativado pelo interdiscurso, pois sabe-se que uma pessoa com disenteria precisa tomar banho e fazer trocas de roupas constantemente.

O homem, por sua vez, não dá importância às coisas pormenores. Descomplicado, para ele não há dificuldade em levar apenas duas peças íntimas para a viagem. Caso haja um problema, ele estará despreparado, pois a precaução não é algo do feitio masculino.



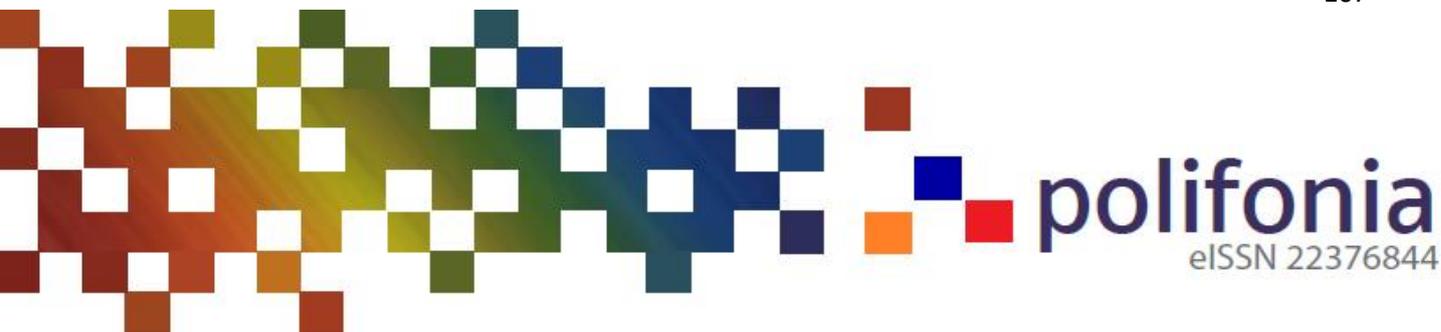
Dessa maneira, o pastor indica que o mundo feminino é mais complexo, complicado e instigante, afirmando adorar isso (*Gente, eu amo o mundo de vocês, eu não queria ser mulher, mas eu amo. Sabe? Porque pra mim é fantástico essa coisa colorida, sabe? Essas intempéries, essa mutação diária*). É possível compreender a fala de Duarte como uma ironia, pois afirma amar o “jeito” da mulher, quando, na verdade, a todo momento busca deslegitimar e desvalorizar a imagem feminina.

Diante do que foi colocado, percebemos que, como afirma Possenti (2002), o enunciado humorístico faz parte de uma formação discursiva com historicidade de uma cultura. Nos enunciados analisados, o humor aparece como uma manifestação no discurso religioso (POSSENTI, 2018). Ao aderir à prática do humor, o pastor quer ser engraçado para atrair a atenção e adesão do fiel ouvinte. O pastor se coloca como alguém que apenas está brincando para manter o ouvinte atento à sua fala. No entanto, essas brincadeiras podem construir sentidos que fogem do controle do sujeito discursivo, pois o sentido não está nas palavras, mas na relação delas com o social. O sujeito não é dono do seu dizer, sempre há outros dizeres que o sucedem.

## **Considerações finais**

Enquanto pastor de casais, Claudio Duarte estabelece a relação conjugal entre homem e mulher como tema principal de seu sermão evangélico. Segundo ele, seu trabalho visa resgatar o amor e fortalecimento do casamento e da família. Há sempre uma tentativa de interpelar o auditório quando o religioso diz: “*é ou não é?*”, buscando adesão ao seu discurso imposto como verdade. Ao empregar a estereotipação, além de atingir o efeito de humor, outros efeitos de sentido são produzidos, como, por exemplo, de que homens e mulheres apresentam diferenças que extrapolam as esferas biológicas, dialogando com o sistema patriarcal que estabelece “posições” e “papéis” sociais distintos entre pessoas do gênero feminino e do gênero masculino.

Observamos que o discurso de Duarte reforça estereótipos negativos sobre os homens e, principalmente, sobre mulheres, instituindo características masculinas e

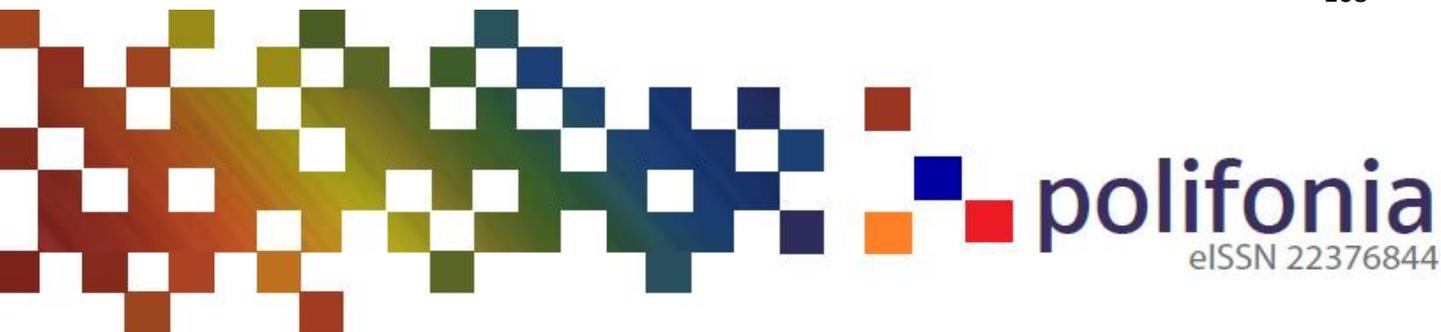


características femininas, determinando em muitos momentos a superioridade dos homens sobre as mulheres. A pregação de Duarte revela essa leitura conservadora e machista do texto bíblico. O cômico é instrumento para atingir o público e transmitir a doutrina de sua religião, em virtude de o discurso religioso investido de humor ser qualificado como a voz de Deus (ORLANDI, 2011).

Compreendemos, dessa maneira, que os sermões analisados do pastor Claudio Duarte representam a mediação da manifestação humorística no discurso religioso, por meio de uma oratória que constrói um discurso religioso estereotipado e também, permeado por preconceitos e machismo. Discurso que culpabiliza a mulher pelo insucesso do casamento e que a responsabiliza pelo sucesso do marido e dos filhos.

## Referências

- BERISTÁIN, Helena. O chiste. In. LUSTOSA, Isabel (Org.). *Imprensa, Humor e Caricatura: a questão dos estereótipos culturais*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2011. (p. 69-92)
- DAVIES, Christie. Cartuns, caricaturas e piadas: roteiros e estereótipos. In. LUSTOSA, Isabel (Org.). *Imprensa, humor e caricatura: a questão dos estereótipos culturais*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2011. p. 93-124.
- DELIGNE, Alain. De que maneira o riso pode ser considerado subversivo? In. LUSTOSA, Isabel (Org.). *Imprensa, humor e caricatura: a questão dos estereótipos culturais*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2011. p. 29-46.
- FERNANDES, Cleudemar Alves. *Análise do Discurso: Reflexões introdutórias*. São Carlos: editora Claraluz, 2008.
- FISCHER, Rosa Maria Bueno. Foucault. In: OLIVEIRA, L. A (Org.). *Estudos do Discurso: perspectivas teóricas*. São Paulo: Parábola, 2013.
- ORLANDI. Eni Pucinelli. O discurso religioso - A fala de muitos gumes (as formas do silêncio). IN: *A linguagem e seu funcionamento. As formas do discurso*. 2. Ed. Ver. E aum. Campinas, SP: Pontes, 2011.



\_\_\_\_\_. *As formas do silêncio: no movimento dos sentidos*. 6 ed. Campinas: Ed. Unicamp, 2015.

FOUCAULT, Michel. *A arqueologia do saber*. Tradução de Luiz Felipe Baeta Neves. 7ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2008.

POSSENTI, Sírio. *Os limites do discurso*. Criar Edições LTDA: Curitiba-PR, 2002.

\_\_\_\_\_. Teoria do discurso: um caso de múltiplas rupturas. In: MUSS ALIM, Fernanda; BENTES, Ana Christina (Orgs.). *Introdução à Linguística: Fundamentos Epistemológicos*. 3. 5ª ed. São Paulo: Cortez, 2007. p. 353-392.

\_\_\_\_\_. Discurso transversal em piadas de corintiano. *Bakhtiniana*, São Paulo, v. 12, n. 2, p. 144-155, mai./ago. 2017.

\_\_\_\_\_. *Cinco ensaios sobre Humor e análise do discurso*. 1.ed. São Paulo: Parábola, 2018.

SILVA, Edvania Gomes da. Estereótipos, religião e humor. *Estudos Linguísticos*, São Paulo, v. 44, n. 3, p. 1009-1018, set./dez. 2015.

ZINK, Rui. Da bondade dos estereótipos. In: LUSTOSA, Isabel (Org.). *Imprensa, humor e caricatura: a questão dos estereótipos culturais*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2011. p. 47- 68.