

# OS SENTIDOS ATRIBUÍDOS AOS DISCURSOS DAS MULHERES A PARTIR DAS TIRINHAS *MULHERES DE 30*

## *THE MEANINGS ATTRIBUTED TO THE DISCOURSES OF WOMEN FROM STRIPS OF MULHERES DE 30*

Odair José Silva dos Santos<sup>1</sup>

Henrique Campos Freitas<sup>2</sup>

Larissa Campoi Peluco<sup>3</sup>

**RESUMO:** O presente trabalho visa estudar os sentidos atribuídos à figura feminina no campo humorístico, utilizando como *corpus* as tirinhas “Mulheres de 30”, a fim de tentar compreender a representação da situação atual das mulheres no mundo. A pesquisa também busca identificar os estereótipos atribuídos a essas mulheres em sua relação com a realidade. Pautaremos nosso trabalho nos conceitos da AD Francesa, bem como nos teóricos: Possenti (2009), Maingueneau (1993), Orlandi (2005), Moraes (2008) e Mussalim (2006).

Palavras-chave: análise do discurso; sentido; mulheres.

**ABSTRACT:** The present work aims to study the meanings attributed to the female figure, in the field of humor, using as its corpus the comic strips *Mulheres de 30* in order to try to understand the representation of the current situation of women in the world. This research also tries to identify the stereotypes assigned to these women in their relation to reality. We are going to follow the concepts developed by the French perspective of Discourse Analysis, as well as the writings of Possenti (2009), Maingueneau (1993), Orlandi (2005), Moraes (2008) and Mussalim (2006).

Key-words: discourse analysis; meaning; women.

### 1. CONSIDERAÇÕES INICIAIS

---

<sup>1</sup> Mestre, Universidade de Caxias do Sul, UCS.

<sup>2</sup> Graduado, Universidade Federal do Triângulo Mineiro, UFTM.

<sup>3</sup> Graduada, UFTM.

Neste trabalho procuraremos estudar os sentidos atribuídos à figura feminina no campo humorístico, utilizando como *corpus* as tirinhas “Mulheres de 30”, criadas por Cibele Santos. Tentaremos compreender a representação atual das mulheres no mundo de hoje, através, também, de alguns estereótipos, como, por exemplo, o de que o papel da mulher é casar e ter filhos enquanto o homem é visto como o provedor financeiro que precisa preocupar-se com sua carreira profissional. Sabe-se que a condição da mulher evoluiu muito, uma vez que, no passado, ela não possuía direitos hoje tão comuns em nossa sociedade. Trabalhar, estudar e votar são exemplos de conquistas femininas e frutos de conjunturas históricas específicas.

São as condições históricas que influenciam os discursos em relação à mulher, entendidos como “o lugar em que se pode observar a relação entre língua e ideologia, compreendendo-se como a língua produz sentidos por/para os sujeitos” (ORLANDI, 2005, p. 17). Olhando por esse viés, percebe-se que o discurso machista perdeu um pouco de sua legitimidade com essas conquistas e em certas circunstâncias não é visto com bons olhos. Partimos da hipótese de que, em alguns domínios, como o humorístico, tais discursos continuam a circular. Verificaremos se essa hipótese é materializada nos discursos apresentados pelas tirinhas de Cibele Santos, isto é, se a imagem que aparece da mulher e do homem corresponde aos sentidos atribuídos a eles.

A análise que propomos será feita a partir de importantes conceitos presentes no quadro teórico da Análise do Discurso de linha francesa (AD): Formação Discursiva (FD), Heterogeneidade discursiva, estereótipos e *ethos*.

## 2. A ANÁLISE DO DISCURSO: PRINCIPAIS PERSPECTIVAS TEÓRICAS

### 2.1. FORMAÇÃO DISCURSIVA (FD) E INTERDISCURSO

Cada formação discursiva tem uma maneira própria de interpretar seu Outro.  
(Dominique Maingueneau)

A noção de Formação Discursiva (doravante FD) foi apresentada, primeiramente, por Foucault (1969). Segundo o pensador, a FD é um sistema de regras estabelecidas, historicamente determinadas, em que os enunciados são agrupados. Foucault ainda explica que, sempre que se puder definir, entre certo número de enunciados, uma regularidade, estar-se-á diante de uma formação discursiva, que regula o que deve, o que pode e o que não pode ser dito dentro de uma mesma FD.

Segundo Foucault (1969):

Ela sempre será invadida por elementos que vêm de outro lugar, de outras formações discursivas. Neste sentido, o espaço de uma FD é atravessado pelo pré-construído, ou seja, por discursos que vieram de outro lugar (de uma construção anterior e exterior) e que são incorporados por ela numa relação de confronto ou aliança (FOUCAULT *apud* MUSSALIM, 2006, p.119).

Então, a FD é definida a partir do interdiscurso e de outras formações discursivas que estabelecem relações discursivas distintas, sendo importante o papel do analista do discurso de descrever isso, buscando estabelecer as regras de cada FD. Assim, para AD, a prática linguística deve ser estudada em relação às ideologias históricas e sociais dos enunciadores.

Conforme Ávila (2009), a partir da ideia postulada por Foucault (1969) sobre FD, Pêcheux (1988) formula o conceito de Interdiscurso, definindo-o da seguinte forma: “algo fala” (*ça parle*) sempre “antes, em outro lugar independentemente”, isto é, sob a dominação do complexo das formações ideológicas.

Sendo assim, o Interdiscurso é a compreensão do conjunto da FD, inscrito no nível da construção do discurso, na medida em que se trabalha a ressignificação do sujeito sobre aquilo que já foi dito.

## 2.2. HETEROGENEIDADE DISCURSIVA

Seguindo as ideias de Maingueneau (1993), vemos que todo discurso é heterogêneo e estabelece uma relação com outros discursos. Essa heterogeneidade pode acontecer de diversas maneiras, representando as manifestações da linguagem e indicando a voz do outro no discurso. A heterogeneidade mostrada e marcada é indicada por marcas linguísticas, enquanto a heterogeneidade mostrada e não marcada apresenta formas complexas em que a presença do outro não está marcada explicitamente, mas que conseguimos identificar quem é que fala naquele discurso (MAINGUENEAU, 1993).

Outra forma de indicar a heterogeneidade dos discursos, que veremos em nossa análise, é a negação polêmica, que identificamos quando há a presença de duas vozes; uma que afirma e outra que nega (MAINGUENEAU, 1993).

### 2.3. ESTEREÓTIPO

O termo “estereótipo” surgiu no século XX através dos estudos em Ciências Sociais, em que foi definido como “imagens prontas, que medeiam a relação do indivíduo com a realidade” (CHARAUDEAU; MAINGUENEAU *apud* CARVALHO, 2011, p. 44). No entanto, outras áreas de conhecimento, como a Psicologia e a Sociologia, definem o estereótipo como imagens meramente pautadas nas crenças e valores pré-estabelecidos pela sociedade, apresentando certas concepções do indivíduo.

Para a AD, o estereótipo é uma representação cristalizada, ligada ao dialogismo generalizado, colocado em evidência por Bakhtin. Por isso, todo e qualquer enunciado é criado por aquilo que já foi dito, instaurado ou pensado, sendo moldado a partir do ato de comunicar e agir do locutor. Nas palavras de Charaudeau e Maingueneau:

Todo enunciado retoma e responde necessariamente à palavra do outro, que está inscrito nele; ele se constrói sobre o já-dito e o já-pensado que ele modula e,

eventualmente, transforma. Mais ainda, o locutor não pode se comunicar com os seus alocutários, e agir sobre eles, sem se apoiar em estereótipos, representações coletivas familiares e crenças partilhadas (CHARAUDEAU; MAINGUENEAU; 2004, p. 215).

A partir dessas ideias, os estereótipos são vistos como representações sociais do imaginário, uma noção mais simplista dos problemas reais e que se torna facilmente compreensível para os interlocutores que não partilham da mesma especialidade. Para Possenti (2002) os estereótipos funcionam de forma semelhante ao simulacro, nos termos de Maingueneau, como um efeito necessário entre a relação discursiva, especialmente no caso da relação polêmica.

#### 2.4. *ETHOS* DISCURSIVO

O *ethos* discursivo, segundo o dicionário de Análise do Discurso, apresenta-se como:

Termo emprestado da retórica antiga, o *ethos* [...] designa a imagem de si que o locutor constrói em seu discurso para exercer uma influência sobre seu alocutário. Essa noção foi retomada em ciência da linguagem e, principalmente, em análise do discurso, em que se refere às modalidades verbais da apresentação de si na interação verbal (CHARAUDEAU & MAINGUENEAU, 2004, p. 220).

Assim pensando, o *ethos* estabelece relação com o locutor, gerando influência sobre seu alocutário e revelando a personalidade do enunciador. Ainda segundo Maingueneau (2001), o sucesso do *ethos* é devido ao envolvimento com a enunciação, estando implicitamente dentro do enunciado.

Ainda conforme o pesquisador, o *ethos*, diferentemente do que defendeu a retórica antiga, não diz respeito somente aos enunciados orais, mas é válido a qualquer discurso. Esse discurso, que pode ser escrito, enuncia em seu interior um

tom, mesmo que tente não fazer isso, dando autoridade àquilo que é dito, permitindo construir diferentes representações do enunciador.

A noção de *ethos* aqui explicitada vem acrescentar à noção de caráter e corporalidade, sendo que o primeiro é caracterizado a partir dos traços psicológicos e o segundo corresponde a um temperamento corporal. Para Maingueneau, “a qualidade do *ethos* remete, com efeito, à imagem desse “fiador” que, por meio de sua fala, confere a si próprio uma identidade compatível com o mundo que ele deverá construir em seu enunciado”. Remonta-se, nesse âmbito, um “paradoxo constitutivo: é por meio de seu próprio enunciado que o fiador deve legitimar sua maneira de dizer” (MAINGUENEAU, 2001, p. 99). Ainda, numa perspectiva cultural, o *ethos* é tido como “o tom, o caráter e a qualidade e a qualidade de vida, seu estilo moral e estético, e sua disposição é a atitude subjacente em relação a ele mesmo e ao seu mundo que a vida reflete” (GEERTZ, 1989, p. 94).

Portanto, o *ethos* permite aos enunciados serem independentes da cenografia e, com isso, a ideia de incorporação emerge, indicando a ação do *ethos* sobre o co-enunciador (MAINGUENEAU, 2001). Quem adere ao *ethos* que emerge em determinado enunciado produz o efeito de incorporação.

### 3. GÊNERO DISCURSIVO: TIRINHAS

Todo gênero textual pode ser visto sob um ponto de vista cultural, como um esquema cognitivo, ou ainda uma forma de ação social, num universo em que “cada gênero textual tem um propósito bastante claro que o determina e lhe dá uma esfera de circulação” (MARCUSCHI, 2008, p. 150). As investigações sobre gêneros textuais emergem com os estudos de Platão e Aristóteles e ganham força no século a partir do século XXI, com as contribuições de Bakhtin, Adam e Bronckart. De acordo com as ideias desses estudiosos, Marcuschi (2008) explica que:

Os gêneros textuais são os textos que encontramos em nossa vida diária e que apresentam padrões sociocomunicativos característicos definidos por composições funcionais, objetivos enunciativos e estilos concretamente realizados na integração de forças históricas, sociais, institucionais e técnicas. (...) Alguns exemplos de gêneros textuais seriam: telefonema, sermão, carta comercial, romance, bilhete (...) (MARCUSCHI, 2008, p. 155).

É nesse contexto que as tirinhas podem ser classificadas como uma ramificação do hipergênero “História em quadrinhos”, criado para englobar gêneros que possuem características similares, como as charges, as próprias tirinhas e as histórias em quadrinhos. Elas têm como característica principal o humor, além de frases e diálogos curtos. São únicas e representam jogos de sentidos e significados na construção das personagens, na construção da história com intenções críticas e humorísticas dos comportamentos dos elementos sociais ou de, também, fatos cotidianos. Nessa junção, vemos a presença de elementos visuais, verbais ou não verbais (MENDONÇA, 2005).

Ainda segundo Mendonça (2005), as tirinhas podem ser publicadas em suportes variados e destinadas a diversos leitores por serem publicadas em jornais, revistas e meios eletrônicos, o que possibilita associá-las aos mais distintos contextos. A relação presente entre as estruturas composicionais desse gênero estão relacionadas como um jogo de interação dos elementos utilizados para sua produção com os efeitos de sentido, sendo as interpretações manipuladas pelos leitores a partir de cada leitura, na descoberta do implícito e do não dito.

Patati e Braga (2006) ressaltam que esse gênero criou, ao longo dos anos, liberdade crítica própria maior do que qualquer outro gênero, pois é uma forma de expressão com características próprias e de fácil relação com o público, ganhando leitores, prestígio e ascensão mundial.

#### 4. MULHER DE 30

Criadas pela ilustradora Cibele Santos, as tirinhas Mulher de 30 estão direcionadas àquelas pessoas que buscam uma forma irreverente de viver, além de proporem reflexões repletas de humor, direcionadas a mulheres de 30 anos ou mais, abordando o universo feminino de forma descontraída e utilizando poucas palavras.

O nome “Mulher de 30” foi criado para satirizar as crises da ilustradora quando completou 30 anos de idade, visto que a idade só se materializa em números, porque o espírito das mulheres é, nas palavras da autora, imaturo, carente, infantil, velho e ranzinzo, mas, às vezes, maduro, independente e bem resolvido.

Assim, tanto na composição das personagens quanto na criação das tirinhas, Cibele Santos brinca com as diferenças das personalidades dos sujeitos, retratando a realidade em que eles se inserem e delatando fielmente a realidade de muitas mulheres. A partir daí, surgiu a necessidade de criar-se um espaço destinado àquelas pessoas que se identificaram e gostariam de contar histórias parecidas com as satirizadas.

Devido à decorrência de tantos *e-mails* com histórias engraçadas dos leitores, fez-se necessário criar um espaço, denominado “Menina, nem te conto!”, especialmente para que fossem publicados os acontecimentos. As histórias acabaram se tornando um sucesso no site, virando coluna semanal.

#### 4.1 PERSONAGENS E A FIGURA FEMININA PELOS TEMPOS

A construção das personagens e de suas características próprias, como salienta a autora em seu site, vem da imagem materializada, através dos *e-mails* enviados à ilustradora, das mulheres na sociedade em geral: a mulher como mãe, dona de casa, amante, consumista ou vaidosa, em relação às situações cotidianas. Essas características serão apresentadas em nossa análise. Assim são descritas:

SABRINA: A Sabrina, a personagem SOLTEIRA, é uma garota muito louca. Ela é a cara da Mulher de 30! Apesar de ser super competente no trabalho, é um verdadeiro desastre na vida amorosa e só se envolve com cafajestes. Seu sonho é encontrar o príncipe encantado para levá-la ao altar, mas está difícil...

VITÓRIA CRISTINA (VIVI): A Vivi é a personagem CONSUMISTA compulsiva, é uma perua muito doida que não pode ver uma vitrine, está sempre no salão de beleza e vive com o cartão de crédito estourado. Às vezes ela “se confunde” e acaba usando o cartão do maridão, o Gastão (que na verdade é um super pão-duro e sofre pra por a mulher na linha).

ISABELA (BELINHA): A Belinha, que é a personagem GORDINHA, vive numa eterna briga com a balança e controlando os impulsos de devorar barras de chocolate com refrigerante. Os caras acham que ela é uma gostosona, mas ela mesma nunca se convence disso. Às vezes resolve malhar para queimar as gordurinhas extras, mas sempre chega à conclusão de que não nasceu pra isso e sua grande revolta é provar as roupas G minúsculas nas lojas chiques do shopping. Ela só perde uns quilinhos mesmo quando está sofrendo por amor, então acaba sempre vendo o lado bom de terminar um namoro.

NANDA: A Nanda, personagem GAY, é uma garota super tecnológica, adora teclar nos chats e investir em todas as novidades *high-tech*. Ela ainda não teve coragem de contar sobre sua orientação sexual para a mãe, dona Amélia, que vive tentando “desencalhar” a filha com os melhores partidos que encontra por aí. Ao contrário da lenda urbana que diz que toda mulher que namora mulher se muda no segundo encontro, ela tem horror até de pensar casamento ou morar junto.

GISLAINE: A Gislaíne é a personagem TPM, que é casada com Luís Antônio e vive às turras com o maridão por causa da bagunça que ele apronta quase todos os dias em casa. Ela sofre de uma grave crise de TPM e todo mês desconta toda sua fúria em Luís Antônio e nos colegas de trabalho. Tem um filho fofo e malandro chamado Lucas, que para desgosto dela é a cara do pai (MULHER DE 30).

A figura feminina, no século 19, estava associada a um modo de vida de acordo com os moldes da sociedade patriarcal, ou seja: submissa, voltada para o lar, para a família, com a educação direcionada ao casamento. Naquela época, era inadmissível que mulheres manifestassem opiniões próprias ou quisessem participar de decisões que eram somente atribuídas aos homens. Todavia, com a luta dos movimentos feministas, as mulheres conseguiram gerar significados únicos para seus discursos, que, em certas circunstâncias, amedrontam os homens no que diz respeito à igualdade social, dando voz a essa classe.

No entanto, a figura feminina mudou de submissa e frágil para a de *mulher múltipla* (MORAES, 2008), que trabalha fora de casa, cuida dos filhos e do marido e

ainda tem tempo para cuidar de si. De qualquer forma são indiscutíveis os avanços sociais em relação à condição feminina. Porém, como já dito antes, alguns discursos estereotipados a respeito da mulher continuam a circular nos textos humorísticos, onde conseguimos identificar o *ethos* da mulher frágil, indecisa, romântica, detalhista, fútil, dependente, entre vários outros, como veremos na análise.

As tirinhas de Cibele Santos ficaram populares na internet por meio das redes sociais. São mais de 6.000 seguidores, 60.000 fãs e, no site, por dia, as visitas passam de 30.000. A cada dia, mais visitantes e admiradores interagem e deixam comentários, que inspiram a Mulher de 30 a ficar cada vez mais interessante (MULHER DE 30).

Na sequência serão analisadas seis tirinhas, escolhidas aleatoriamente através dos temas que as compõe, indicando certa proximidade com a realidade que muitas mulheres enfrentam hoje em dia.

#### 4.2 “O PROBLEMA NÃO É VOCÊ...”



FIGURA 1 — O PROBLEMA NÃO É VOCÊ

A tirinha intitulada “O problema não é você...” ilustra o fim de um relacionamento: um homem dizendo que gostaria de terminar, afirmando que o problema não é com ela, e sim com ele, que não estaria preparado para um

compromisso sério. Percebemos na tirinha a presença da *negação polêmica*: há, por trás desse discurso de que o problema não é a mulher, outro discurso: de que o problema é sempre a mulher e ela sempre está preparada para um relacionamento sério. O humor aparece na sequência, quando a personagem, três meses depois, em um site de relacionamento, vê que o “ex”, Felipe, se casou.

Percebemos aqui o discurso da mulher, como ela vê o homem, a imagem que constrói dele: que não diz diretamente a verdade, que a engana e que é dissimulado. Há também a presença do discurso comum da forma como os homens usualmente terminam os relacionamentos.

#### 4.3 “AGORA VAI”



FIGURA 2 — AGORA VAI

Na tirinha “Agora vai”, temos um homem olhando para um jornal, especificamente alguma propaganda sobre financiamentos de casa própria, acompanhado da namorada. O efeito de humor é provocado quando o homem percebe que, falando em financiar uma casa, a namorada cria esperanças quanto a um casamento, o que é explicitado pela imagem da sequência: um balão referente ao pensamento da mulher com um casal de noivos, ela e seu namorado, e coraçõezinhos.

O *ethos* produzido na tirinha já representa a ideia de mulher romântica: ela veste um lenço, com laço, toda feminina.

Podemos dizer que a tira materializa dois discursos, dois posicionamentos, apresentados como antagônicos: um sobre o universo masculino, “os homens são sempre práticos, fogem de relacionamento sério”, e outro sobre o universo feminino, “toda mulher é sonhadora, romântica e quer ter um relacionamento sério e casar”.

Pode-se afirmar pela leitura da tirinha o discurso de que o homem ocupa a posição de quem pensa no futuro já que é ele quem está com o jornal na mão e que, portanto, cuida dos negócios. Já a mulher ocupa na tira o imaginário, o romantismo, culminando no desejo de conseguir um marido. Com o título “Agora vai” encontramos o sentido do discurso de que a mulher só pensa em casamento, como se tivesse esperado por tanto tempo e agora conseguirá subir ao altar.

#### 4.4 “O CARA DA CONSTRUÇÃO...”



FIGURA 3 — O CARA DA CONSTRUÇÃO

A tirinha brinca com a situação corriqueira enfrentada pelas mulheres quando, ao passarem por uma construção, os pedreiros “paqueram-nas”. Há, nessa situação, a presença de um discurso bem estereotipado. O texto humorístico exhibe uma forma

extremamente rica de estereótipos, visto que “estes tipos de textos retomam discursos profundamente arraigados e cujos temas são sempre cruciais para uma sociedade” (POSSENTI, 2002, p.157). Veiculado a um discurso que está materializado; o homem que trabalha na construção é sempre tachado de “grosso” pelas mulheres, que se indignam na maior parte das vezes, mas, por outro lado, necessitam dessa aprovação.

Observando a tirinha, percebemos que a mulher sempre está cheia de expressões faciais, enquanto o homem tem um olhar vago. Nesse sentido, o discurso representa a ideia de uma mulher prolixa e de um homem lacônico.

#### 4.5 “COMO FOI SEU ENCONTRO?”



FIGURA 4 — COMO FOI SEU ENCONTRO?

A tirinha produz humor ao comparar as versões de uma mulher contando para uma amiga como foi seu encontro com um possível pretendente e de um homem contando para seu amigo como foi o mesmo encontro.

Os sentidos atribuídos à mulher encontram-se presentes também nessa tirinha: a mulher fala demais, é prolixa, conta todos os detalhes de um acontecimento. É o que observamos no primeiro quadrinho: a mulher conta onde foram jantar, fala sobre o

comportamento dele para com ela e até a mensagem recebida depois do encontro. A mulher relata todos esses fatos com um romantismo tipicamente atribuído à sua fala.

Há, também, sentidos atribuídos aos homens, que, na tirinha, podem ser vistos como seres práticos, que falam pouco, sem romantismo. O homem se mostra lacônico e, nesta tirinha, relata ao amigo o seu encontro por meio de apenas uma frase: “Gostei dela, cara!”. O humor se encontra justamente nessa comparação dos dois diálogos e a profunda diferença entre ambos.

#### 4.6 “FAZENDO COMPRAS...”



FIGURA 5 — FAZENDO COMPRAS

Ao comparar as compras (inicialmente de uma calça) de uma mulher com as de um homem, a tirinha apresenta uma mulher saindo da loja repleta de sacolas e com uma expressão de felicidade no rosto. O homem, por sua vez, também saiu para comprar uma calça e é apenas isso que ele compra. A expressão facial do homem é de “normalidade”: ele comprou uma calça e não tem nada de anormal nesse fato.

Na tirinha, é possível constatar a presença do discurso da mulher consumista, que é mais feliz quando vai às compras. Tal discurso é formado pela presença de outro

discurso: o de que o homem é um ser prático, que detesta compras supérfluas (como se percebe pela feição da personagem na tira).

#### 4.7 “É MUITO FÁCIL AGRADAR AS MULHERES...”



FIGURA 6 — É MUITO FÁCIL AGRADAR AS MULHERES

A tirinha acima brinca a partir do título “*É muito fácil agradar as mulheres*”, ao utilizar uma ironia, com o sentido atribuído de que as mulheres não são fáceis de agradar. A mulher reclama ao marido que ele nunca lhe dá flores e o chama de insensível. Quando o marido lhe dá flores, no entanto, ela acha que ele fez algo de errado e está tentando se redimir da culpa com as flores. Novamente, observamos aqui o estereótipo de que a mulher é sempre sensível, sentimental e que o homem é insensível, não dá valor aos sentimentos.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nesse trabalho, procuramos apresentar especulações iniciais sobre estudar os sentidos atribuídos à figura feminina, no campo do humor, utilizando como corpus as tirinhas “Mulheres de 30”, criadas por Cibele Santos. Para tanto, foi utilizado como

referencial teórico-metodológico os estudos da Análise do Discurso de linha francesa, retomando noções como as de Formação Discursiva, heterogeneidade discursiva, *ethos* e estereótipo. Por se tratar de tirinhas, que incluem textos verbais e não-verbais, nos pautamos também na semântica global.

A partir de uma análise sucinta, podemos fazer algumas possíveis considerações: o efeito de humor presente nas tirinhas provém dos sentidos atribuídos que temos não só da imagem feminina, mas também da masculina; a mulher aparece sempre como indecisa, frágil, romântica, falante, detalhista, consumista, enquanto o homem aparece como ser prático, lacônico, que não diz diretamente a verdade, racional; nota-se um discurso estereotipado, tanto sobre a mulher quanto sobre o homem; há a forte presença do discurso machista, que apresenta uma visão da mulher submissa (*ethos* de submissão da mulher), romântica e principalmente frágil, sendo que tal discurso machista foi e ainda é muito veiculado.

Assim, a possível explicação podem ser as enormes conquistas sociais e profissionais relativamente recentes das mulheres, que os homens gostariam de suprimir, pois, desse modo, as mulheres podem competir diretamente com eles. Se analisarmos tudo o que foi explicitado aqui, o tópico central a ser destacado é que a autora das tirinhas é uma mulher, podendo então, identificá-la dentro da formação discursiva machista, pelas situações que cada uma das suas personagens descreve, ainda arraigada na sociedade atual.

## REFERÊNCIAS

ÁVILA, F.G. de O. *Análise do discurso humorístico: as condições de produção das piadas de Joãozinho*. Monografia de graduação. UNICAMP: Campinas, 2009.

CARVALHO, L.G. de M. *Estereótipo e identidade em piadas sobre mineiro: uma perspectiva da Análise do Discurso*. UNICOR: Três Corações, 2011.

CHARAUDEAU, P.; MAINGUENEAU, D. *Dicionário de Análise do Discurso*. São Paulo: Contexto, 2004, p. 215-221.

GEERTZ, C. *A interpretação das culturas*. Rio de Janeiro: Editora Guanabara Koogan, 1989, p. 94.

MAINGUENEAU, D. *Novas tendências em análise do discurso*. Campinas: Pontes: Editora da Universidade Estadual de Campinas, 2 ed. Campinas, São Paulo, 1993.

\_\_\_\_\_. *Análise de textos de comunicação*. São Paulo: Cortez, 2001.

MARCUSCHI, L. M. *Produção textual, análise de gêneros e compreensão*. São Paulo: Parábola Editorial, 2008, pp. 150-155.

MENDONÇA, M. R. S.de. *Um gênero quadro a quadro: a história em quadrinhos*. In: DIONÍSIO, A.; MACHADO, A. R.; BEZERRA, M. A. (org.). *Gêneros textuais e ensino*. 2. ed. Rio de Janeiro: Lucerna, 2005, v., p. 194-207.

MORAES, É.de. *A representação discursiva da identidade feminina em quadros humorísticos*. Tese (doutorado) Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Estudos da Linguagem. Campinas, SP: [s.n.], 2008

MULHER DE 30. Disponível em: <[www.mulherde30.com.br](http://www.mulherde30.com.br)>. Acesso em 10 jan. 2014.

MUSSALIM, F.; BENTES, A.C. (Orgs) *Introdução à linguística: domínios e fronteiras*. V. 2. 5 ed. São Paulo: Cortez, 2006.

ORLANDI, E. P. *Análise de discurso: princípios e procedimentos*. Campinas: Pontes, 2005.

PATATI, C.e BRAGA, F.. *Almanaque dos quadrinhos: 100 anos de uma mídia popular*. Rio de Janeiro: Ediouro, 2006.

PÊCHEUX, M.. *Semântica e discurso: uma crítica à afirmação do óbvio*. Trad. ORLANDI, E. P. et al. Campinas: Editora da UNICAMP, 1988.

POSSENTI, S.. *Questões para análise do discurso*. São Paulo: Parábola Editorial, 2009.

\_\_\_\_\_. *Estereótipos e identidade: o caso nas piadas*. In: Os limites do discurso. Curitiba: Criar Edições, 2002.

Submetido em: 08/09/2014

Aceito em : 29/09/2014