

Sirio Possenti

Estereotipos e identidad en los chistes

Cuicuilco, vol. 9, núm. 24, enero-abril, 2002, p. 0,

Escuela Nacional de Antropología e Historia

México

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=35102412>

Cuicuilco

Cuicuilco,

ISSN (Versión impresa): 1405-7778

revistacuicuilco@enah.edu.mx

Escuela Nacional de Antropología e Historia

México

¿Cómo citar?

Fascículo completo

Más información del artículo

Página de la revista

www.redalyc.org

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

Estereotipos e identidad en los chistes

Sirio Possenti*

RESUMEN: *En este trabajo se defiende la hipótesis de que los chistes operan a partir de estereotipos, y que ellos se constituyen probablemente en un simulacro de la imagen positiva que un grupo construye de sí mismo. La hipótesis es defendida mediante un análisis sucinto de un conjunto de chistes sobre gauchos y rubias.*

ABSTRACT: *The contention of this paper is jokes operate on stereotypes and that they are organized into a simulacrum of positive representation(s) that a specific group constructs about itself. In support of this argument, a set of jokes about blondes and gauchos (inhabitants from the State of Rio Grande do Sul, Brazil) are analyzed in this article.*

Durante mucho tiempo se ha estudiado a los chistes [cfr. Possenti, 1998] pero la preocupación fundamental siempre ha sido intentar explicar lo que había de relevante desde el punto de vista de la lengua, aunque fuera inevitable recordar y — a veces— explicar las necesarias relaciones con los factores “extra-lingüísticos”. La posición que se ha asumido es que los otros ángulos del texto cómico deben ser tratados por otros especialistas, y que a los lingüistas les concierne, lo que es obvio, las cuestiones lingüísticas, porque los otros especialistas no se ocuparán de las propiedades verbales o textuales de este género de discurso. Sin embargo, fue imposible dejar de señalar algunas tesis clásicas y hasta incluir algunas rectificaciones que parecen necesarias, especialmente a la luz del análisis del discurso que se proyecta excesivamente hacia el psicoanálisis cuando se habla de chistes, lo que hace olvidar frecuentemente sus estrechas relaciones con la historia [Possenti, 2001].

Por estas razones, es decir, dados los límites de esta experiencia, el presente trabajo tiene un carácter más programático. Intentar asociar los chistes a la cuestión de la identidad o, más claramente, intentar explicar los aspectos de la representación identitaria mediante el material humorístico, esto es un problema nuevo, lo que puede parecer extraño para quienes hayan llegado antes a este campo o para quienes imaginan que la conexión es obvia. Ellos dirán que sólo un ciego no hubiera prestado atención desde siempre a esta perspectiva.

* Universidade Estadual de Campinas-IELL, Brasil

Todavía más relevante que explicar la asociación entre humor e identidad, es la hipótesis de que tal identidad permanece presente en los chistes mediante estereotipos. Un rasgo obvio y desde siempre, es que los chistes operan con estereotipos, lo cual se ha constatado en trabajos anteriores [Possenti, *passim*]; pero para no quedarse de nuevo en la constatación, la propuesta es que el estereotipo, tal como funciona en los chistes, quizá sea una forma peculiar de manifestación —en este género particular— del simulacro, tal como fue propuesto y descrito por Maingueneau [1984], es decir, es un efecto necesario de la relación interdiscursiva, especialmente en el caso de que la relación sea polémica.

Se parte de dos planteamientos. Primero, que la identidad es social, imaginaria, representada (Penna, 1997), tesis que se opone a la suposición de que la identidad se caracteriza por alguna especie de esencia o realidad profunda. Sin embargo, el hecho de que la identidad sea una representación imaginaria no significa necesariamente que no tenga apoyo en lo real. Significa solamente que no es su espejo, su copia. Segundo, y como consecuencia, el estereotipo también debe ser concebido como social, imaginario y construido, y se caracteriza por ser una reducción (con frecuencia negativa),¹ eventualmente un simulacro. Así, el simulacro es una especie de identidad al revés —una identidad que un grupo en principio no asume, pero que le es atribuida desde otro lugar, eventualmente por su “otro” (la alteridad).

Chistes y anécdotas son una forma extremadamente rica de abordar el tema de la identidad estereotipada —la repetición es válida. La razón es que estos tipos de textos siempre retoman discursos profundamente arraigados y cuyos temas son siempre cruciales para una sociedad. Por obvio, este enfoque debe haber parecido improductivo (por lo menos, los investigadores nunca le pusieron atención). Sin embargo, es un hecho que muchos eventos discursivos funcionan sobre este soporte. Así, por ejemplo, aparecen los siguientes chistes:

La inglesa es fría

El delegado interroga al reo y le dice:

—Señor mío, usted está siendo acusado de necrofilia, fue apresado estuprando una señora muerta.

—¿Muerta? ¡No es posible! Yo pensé que era una inglesa.

El baiano es perezoso

—Mamita, ¿hay todavía ahí de aquella inyección para veneno de culebra?

—¿Por qué, hijo mío? ¿La culebra te picó?

—No mamita, pero ya está cerca.

¹ Una definición de diccionario es suficiente por ahora. Imagen supersimplificada o convencional de una persona, de un grupo o de un asunto (*MacMillan Contemporary Dictionary*).

El argentino es arrogante²

—¿Cómo es que un argentino se suicida?

—¿?

—Saltando de su propio ego.

La rubia es burra

La rubia estaba feliz porque había completado en seis meses un juego para armar en cuya caja estaba escrito “2 a 3 años”.

La rubia está sexualmente disponible

—¿Cuál es la diferencia entre una rubia y un BMW? (auto de alto costo)

—¿?

—Es difícil tener un BMW.

El gaucho es maricón

¿Cómo se hace para encontrar un gaucho en medio del matorral?

—Con sólo ver donde hay humo, está haciendo una parrillada o está quemando la rosca (esta palabra está utilizada en el sentido sexual).

Eventualmente, estereotipos opuestos aparecen en el mismo texto, y entonces se puede captar la posibilidad de que un estereotipo sea construido claramente a partir de otro (en realidad, por el otro) y no independientemente de los discursos que estén en confrontación. En otras palabras, debería ser evidente que los estereotipos son construcciones producidas por aquel (aquellos) que funciona (funcionan) siendo el (los) “otro” (otros) para algún grupo. Pero, eventualmente esta relación interdiscursiva se oculta cuando la confrontación no aparece en el chiste mismo, y el efecto es la impresión de que el estereotipo es universal, que no tiene condiciones históricas de producción, o por lo menos que estas condiciones no incluyen efectivas relaciones de confrontación con una alteridad. Es decir, los chistes que se fundan en estereotipos son siempre agresivos —utilizando la clasificación de Freud— y por tanto, deben referirse a alguna diferencia construida en condiciones históricas de polémica. Anécdotas como las que se mencionan³ a

² En los chistes de los brasileños, por lo menos.

³ Quizá esta sea más productiva, por el número de pueblos involucrados. La ONU decidió hacer una gran investigación mundial. La pregunta decía “Por favor, diga honestamente cuál es su opinión sobre la escasez de alimentos en el resto del mundo”. El resultado fue desastroso. Los europeos no entendieron lo que es “escasez”. Los africanos no sabían lo que era “alimentos”. Los argentinos no conocían el significado de “por favor”. Los norteamericanos preguntaron lo que quería decir “resto del mundo”. Los cubanos se extrañaron y pidieron mayores informes sobre “opinión”. Y el Congreso Brasileño todavía está discutiendo el sentido de “honestamente”. Creo que las explicaciones son completamente innecesarias.

continuación probablemente contraponen a dos grupos que pueden no estar necesariamente en una relación de oposición o de alteridad directa —en términos históricos—,⁴ pero representan el hecho de que los chistes contraponen grupos análogos, teatralizando esta oposición en un texto específico. Esta anécdota es un hecho que ocurrió realmente:

Un diputado gaucho dijo, hace algunas décadas, en una sesión de la Cámara:

—¡En Rio Grande do Sul sólo hay machos!

A lo que el diputado minero, respondió:

—Pues en Minas, la mitad son hombres, la otra mitad mujeres, y nos llevamos muy bien.

Esta es una anécdota modelo, debido a que exhibe los estereotipos como si ellos fueran puestos efectivamente en funcionamiento por los propios locutores participantes, este diálogo representa una interlocución polémica efectiva, diferente de los chistes como el del gaucho que se mencionó arriba como ejemplo del estereotipo, parece venir de la nada, es decir, en él la confrontación de posiciones no está teatralizada en el propio texto. Además, este tipo de chistes tiene la ventaja de presentar el estereotipo negativo del otro (si esto no es una redundancia) al lado de la representación positiva de sí mismo. Por otro lado, es difícil decidir —si es que es necesario— si se trata de un chiste de gauchos o de mineros, porque el propio gaucho dice, al mismo tiempo, que el gaucho es maricón (que el exceso de machos no engañe) y que el minero es abusado (como lo comprueba su respuesta inesperada).

Una de las características de los chistes es que ellos oponen dos discursos, que se pueden caracterizar como positivo/negativo (y que se especifica, por ejemplo, en “macho/maricón”, “tonto, provinciano/abusado”, etcétera). Considerando la hipótesis de este trabajo, se puede decir que en los chistes aparece, al lado de un estereotipo básico asumido por el propio grupo (¿un rasgo de identidad?), el estereotipo opuesto. Por ejemplo, si un grupo se representa típicamente como “macho” (valiente), los chistes expondrán de él no sólo su característica opuesta, sino lo más rebajada posible, considerada desde un determinado cuadro cultural. Así, aunque el rasgo “machismo/masculinidad” pueda implicar características no ligadas necesariamente al desempeño sexual (como valentía, *ombridade* [característica del hombre], etcétera) el estereotipo opuesto con el que el chiste opera, seleccionará el rasgo “sexualidad”. En este sentido se puede decir que el estereotipo quizá sea un simulacro.

⁴ Aunque Minas Gerais y Rio Grande do Sul hayan estado en lados opuestos en algunos acontecimientos políticos nacionales importantes.

Adelante se explica un poco más la tesis propuesta, analizando con detalle dos tipos de chistes, los de gauchos y los de rubias.

CHISTES DE GAUCHO⁵

Empezar por lo obvio no es irrelevante, “chiste de gauchos” es una expresión ambigua, puede significar “chiste sobre gauchos contado o creado por los gauchos” y “chiste sobre los gauchos contados o creados por no gauchos”. Claro que la cuestión no es el origen geográfico de quien cuenta o crea, sino el tipo de discurso que cada una de estas posibilidades genera. Es decir, nada impide que un chiste de gauchos sobre gauchos sea contado por catarinenses, así como los gauchos pueden contar chistes no gauchos sobre gauchos, igual que un chiste machista puede ser contado por una mujer. Lo que distingue a los dos tipos de chistes no es una restricción geográfica, sino su posición en relación con el gauchismo que ellos materializan, es decir, hay dos discursos, dos posiciones enunciativas.

Simplificando un poco, se puede decir que hay chistes de gauchos en que el gaucho es ridiculizado de alguna forma (engañado, le ven la cara, sin suceso en la zona, burdo o ignorante, etcétera), pero en ellos su *gauchice* no es puesta en cuestión. En este caso, el humor explora temas que, de hecho, se reencuentran a propósito de cualquier grupo humano, con excepción de casos de incongruencia. Un analista de chistes o un lector atento reconocerá, en muchos de estos “chistes de gauchos”, chistes viejísimos simplemente adaptados, en los cuales un personaje cualquiera es sustituido por un gaucho.

Pero hay otros chistes sobre gauchos que cuestionan precisamente su *gauchice*. ¿En qué consiste esta *gauchice*? Para caracterizarla, sería necesario verificar mejor cuáles son los rasgos que constituyen el imaginario sobre el gaucho (los historiadores y antropólogos tendrían un amplio material en los chistes). Los lugares comunes son que el gaucho es hospitalario, libre, desinhibido, valiente, no muy refinado, come churrasco y toma mate.⁶ Es el viejo gaucho a caballo, propio de una cierta literatura y cuya imagen se cultiva, en los Centros de Tradiciones Gau-

⁵ Llámase gaucho al habitante del Estado de Rio Grande do Sul (que hace frontera con Uruguay). Quizá se trate del “tipo” más marcado en todo el Brasil. La idea de machismo, valentía etcétera, tiene que ver con el hecho de que los gauchos se involucraron en muchas guerras, más que cualquier otro pueblo brasileño (guerras de fronteras, durante el siglo XIX, principalmente). Los gauchos migraron hacia muchos otros estados brasileños, donde cultivan todavía sus tradiciones aunque estén lejos del Río Grande del Sur. Los catarinenses son los brasileños nacidos en el estado de Santa Catarina, que se limita con Río Grande do Sul. Los mineros son los habitantes del Estado de Minas Gerais, de la Región Sudeste (tiene fronteras con Río de Janeiro y Sao Paulo, entre otros estados). El estereotipo dominante del minero es el de la aparente debilidad, que él supera con su picardía. Los bahianos son habitantes de Bahia, y son, supuestamente, perezosos (pero viven haciendo fiestas, bailando, etcétera).

⁶ El “mate” es una bebida que se toma caliente en una calabaza con una “bomba” (especie de canuto de metal); los paraguayos toman la misma bebida, solo que fría y la llaman *tereré* (palabra de origen guaraní).

chas, CTGs.⁷ Este gaucho es macho y hace alarde de su machismo. Este predicado, como se sabe, no se refiere solo a la opción sexual y a la cualidad del desempeño en este dominio, sino a un conjunto de rasgos que connotan masculinidad, entre los cuales cuenta hasta una cierta brusquedad (no es casual decir “es una muchacha”, para referirnos a hombres educados, y sin cualquier connotación negativa). Hay chistes en los que el gaucho es burdo, ignorante o le va mal, entre otras referencias —sería extraño si esto no ocurriera, ya que los chistes surgen, en cierto modo, para rebajar a algún grupo humano—; pero no hay chistes en los que un gaucho sea ridiculizado porque hace mal el churrasco, porque no sabe seleccionar carnes, porque recibe mal a los extraños o porque se quema tomando mate; es decir, estas características de la *gauchice* no son puestas en cuestión, ni ridiculizadas. Sin embargo, hay muchos chistes en los cuales el gaucho es representado como homosexual. Es decir, para los chistes que vale la pena llamar “chistes de gauchos”, la *gauchice* es representada por el machismo en el sentido estricto —una opción sexual y sus corolarios. Esto es lo que posibilita un discurso que dice exactamente lo contrario.

En el caso de los chistes, funciona de un modo ejemplar la más conocida estrategia discursiva responsable de la emergencia de los chistes. Tal estrategia consiste en oponer a un discurso público y positivo (en este caso, el difundido machismo del gaucho) un discurso “subterráneo”, de cierta forma reprimido, contrario al anterior (en este ejemplo, el de la supuesta homosexualidad del gaucho). Si en el discurso público —música, conversaciones cotidianas, narrativa, trova— se construye y cultiva una imagen del gaucho macho, los chistes lo representarán de una forma más directa y pícara, él no será muy flaco, miedoso o de otras tantas formas opuestas al machismo, sino homosexual pasivo.

Hasta un análisis sucinto de los datos muestra cosas interesantes. Se consultaron dos *corpora*, ambos restringidos, pero representativos. Uno está constituido por los libros *Arrebente de rir com Joao Kuiudo: O melhor do humor gaúcho* y *Joao Kuiudo, um gaúcho quase grosso*, ambos editados en Chapecó, Santa Catarina, lo que por sí solo explica otro rasgo relevante del gauchismo, así como éste no recubre uniformemente Rio Grande do Sul, tampoco se restringe sólo a ese estado. Joao Kuiudo (Juan Cojonudo) es un personaje que se presenta en espectáculos, es el gaucho típico, rigurosamente “pilchado”.⁸ Además, su nombre es un “programa” de gauchismo, el gaucho es cojonudo, es decir, muy macho. Lo relevante es que, en los chistes del gaucho que se muestran en estos libros, la homosexualidad no es puesta en escena

⁷ Especie de clubes diseminados por todo el país, donde gauchos, descendientes de gauchos y simpatizantes de su cultura se reúnen y cultivan las tradiciones (danzas, comidas, fiestas y ropas típicas, etcétera).

⁸ Regionalismo del sur de Brasil que significa, “vestido con ropas típicas”.

(excepto en un chiste). Es decir, aquí, la risa jamás proviene de la oposición gaucho macho/gaucho homosexual. El otro *corpus* se encuentra en un sitio de la Internet (www.piadas.com.br), en el cual se encuentran chistes entre otros temas (rubias, portugueses, argentinos, etcétera) el de los gauchos; de los 37 que estaban registrados hasta la fecha de esta investigación, solo cinco no representan al gaucho como homosexual. Esta división en la circulación de los “discursos” señala bien los dos campos ya mencionados en los que se dividen los chistes. Además, queda bastante claro que su distribución obedece también a factores más o menos circunstanciales, lo que puede y lo que no puede formar parte en un espectáculo para exhibirse ante auditorios de constitución bien definida, que cultivan valores explícitos del gauchismo. Esto quiere decir que, en principio, un personaje que representa al gaucho está autorizado a ridiculizarlo de todas las formas, con excepción de una, la que pone en cuestión su inclinación sexual. Prácticamente, en distribución complementaria, en el sitio de la Red la mayor parte de los chistes exploran la oposición macho/homosexual. En resumen, cada lugar privilegia un tipo de discurso o, por lo menos, prohíbe el otro.

Algunos chistes sobre gauchos tienen las siguientes características. El chiste preferido de los visitantes del sitio es una anécdota que narra una disputa entre un gaucho y un minero por una calabaza. Acuerdan “comerse” (en el sentido sexual) el uno al otro y que la calabaza será para el que no grite. Primero, el minero se “come al gaucho” éste no grita, pero, cuando llega el turno del gaucho para “comerse” al minero, éste le dice que de todos modos no le gusta la calabaza y que el gaucho puede quedarse con ella. No es una exageración señalar que en este chiste, más que como homosexual lo presenta como un tonto porque es engañado. Quizá sea en realidad un chiste de mineros, en el que típicamente, el minero está representado como el más abusado (por eso los lectores lo consideraron el mejor chiste del sitio —deben ser lectores mineros— diría un gaucho). Además, el gaucho conserva rasgos de machismo (no grita). Si la calabaza fuera algo importante, no se cuestionaría su virilidad, sería el precio que tiene que pagar por ella. Pero si la calabaza fuera algo banal, la interpretación cambia.

En general, los chistes exploran varios rasgos conjuntamente. Por ejemplo, en un chiste, el gaucho pregunta a la mujer en dónde escondió la bombacha⁹ de fiesta, “la que tiene una cremallera atrás”. En este caso, se utiliza una vestimenta típica para remitir a la homosexualidad. Otro chiste:

—¿Cuál es la diferencia entre un rosal y un gaucho?

—Se moja el pie de los dos, y el que dé primero el botón es el gaucho (el verbo dar y el botón se usa en el sentido sexual).

⁹ Vestimenta típica de Rio Grande do Sul, consiste en un pantalón ancho.

Otros son más directos y brutales. Por ejemplo, se pregunta cómo se saca el condón un gaucho, la respuesta es “suelta un pedo o da un paso adelante”. El sentido es simplemente que él fue el elemento sexual pasivo.

Uno de los chistes alude directamente a la posición de los participantes de la pareja, mientras que el otro señala también cómo el género explora cuestiones de lo cotidiano, una de las formas más comunes para que los chistes se mantengan actualizados. Aquí entra en escena el condón, que se hace muy popular como consecuencia del SIDA. Se podría decir que se trata de un chiste políticamente correcto, el gaucho cuida de su salud.

Curiosamente, pocos chistes de gauchos exploran juegos de lenguaje. Quizá solo uno:

Venían dos gauchos montados en un caballo, de repente, el caballo se detiene bruscamente y el gaucho de adelante cae en una posición sugerente. El gaucho que quedó arriba del caballo pregunta:

—¿Y ai, che, te dolió?

El otro responde:

—No, che, te doy yo, que ya estoy de cuatro (en portugués, se permite el juego de palabras entre los verbos doler (doer) y dar en el sentido sexual).

Se trata, en verdad, de un chiste viejo. Otra versión pone en escena a dos maricones usando botas puntiagudas y de tacón alto, uno pisa el pie del otro, éste grita de dolor. El diálogo es prácticamente el mismo, “—¿Dolió?, —No, doy yo”.¹⁰ Es curioso que el chiste que se basa en este tipo de ambigüedades sea un chiste común, adaptado al nuevo campo. Este es un rasgo usual de los chistes (y probablemente de otro tipo de textos). En síntesis, los chistes de gauchos ocasionalmente exploran rasgos de la lengua (ambigüedades más sutiles), y con más frecuencia exploran símiles, como, por ejemplo, dar el botón o quemar la “rosca” (en el sentido sexual). Es interesante resaltar la diferencia entre decir que el gaucho quema la rosca y que da el botón. En el primer caso, el sexo es presentado como algo brusco, violento, de fuerte fricción (¿forma de resaltar, a pesar de todo, el machismo, lo rudo?). En el segundo, se diría que el sexo es suave, casi lírico. Uno acuerda el estupro, el otro, es una elección, el sexo consciente. Esto hace recordar otro chiste. Un gaucho quiere besar a su compañero, quien le dice “¡mariconería no!”. El machismo convive perfectamente, en esta literatura, con su contrario. Finalmente, para señalar qué tan ambigua es la

¹⁰ Lo relevante desde el punto de vista lingüístico, es decir, de la técnica del chiste, es la casi homofonía que existe entre “dou eu” (doy yo) y “doeu” (del verbo doler, que en español no se produce) como consecuencia de un fenómeno de eliminación de diptongos característicos del portugués informal (dou-do, doy). El verbo “dar” tiene aquí el sentido de “conceder un favor sexual”, que caracterizaría la decisión voluntaria de tener relaciones sexuales por parte del o de la compañero(a) “pasivo(a)”, que se emplea en relación tanto con la mujer como con el homosexual pasivo.

figura del gaucho en los chistes, vale la pena finalizar con el que sigue, que no necesita comentario:

El gaucho estaba haciendo el amor con una mujer, ella introdujo el dedo índice en su culo.

—¿Qué es esto, muchacha?

Ella contesta

—¡Esto es energía!

El gaucho se excita

—Entonces, introduzca tres dedos, que yo soy trifásico.

Estos chistes quizá sean los más característicos de todos, los más ricos como fuente de investigación. Son piezas (como modelos) en las cuales se representa muy vivamente y de forma bien compleja, la heterogeneidad de los discursos y de los hábitos, la convivencia de contrarios.

Para finalizar este breve tratamiento del tema, es importante resaltar aún más este último aspecto, es decir, cuando el gaucho es representado en los chistes como homosexual, sin dejar de ser macho, “el fuertote”. Quizá el más característico de los chistes en este sentido, es el que dice que el gaucho que es macho de verdad, usa tres cuchillos. Uno lo clava en la pared o en un árbol para colgar la ropa, los otros dos también los clava y se agarra de ellos, queda de espaldas y le dice a su compañero (el que lo va a penetrar): ¡Coma que es culo de macho!

CHISTES DE RUBIAS

Siempre ha existido un interés por comprender mejor el acontecimiento discursivo relativamente reciente (por lo menos ganó importancia hace poco tiempo) de los chistes sobre las rubias. Lo que todos saben sobre ellas es que, con rarísimas excepciones, no hay rubias que finjan ser morenas, pero hay muchas morenas que fingen ser rubias. Esto debería significar que en nuestro imaginario tanto masculino como femenino, ser rubio es una ventaja, porque se ha considerado a las rubias más bonitas, más sensuales, que las otras mujeres.

Los chistes las presentan generalmente como burras o, en segundo lugar, como sexualmente disponibles. Una suposición recurrente durante algún tiempo fue que se trataba de una venganza de la mujeres morenas, es decir, un discurso de alguna forma feminista, pero la explicación parece ser otra. Hay alguna evidencia de que, para las mujeres —por lo menos recientemente— ser consideradas ignorantes (burras) representa una ofensa mayor que las tradicionales acusaciones aparentemente más agresivas (prostitutas, infieles, etcétera). En realidad, durante siglos los sabios dijeron —fueran religiosos o de cualquier otra extracción— que las mujeres eran fuente de pecado e inferiores a los hombres.

Puede ser que no haya novedad en el contenido del discurso sobre las mujeres, tal como aparece en los chistes sobre las rubias. La gran novedad es la cantidad de ocurrencias. En la Internet, por ejemplo, es extremadamente fácil encontrar chistes en gran cantidad, basta buscar “rubias” en cualquier servicio de búsqueda. Concretamente, existe un libro publicado en Brasil [Correa, 2000], éste aparentemente es una antología de adivinanzas pero en realidad son chistes, de los cuales 116 son sobre rubias.¹¹

Pero hubo algunos cambios en las características de las rubias que han originado los chistes. Una explicación acerca de los chistes de rubias puede ser que se trate de chistes machistas, y sus condiciones históricas de producción son las enormes conquistas sociales y profesionales relativamente recientes de las mujeres, que a los hombres en el fondo les gustaría suprimir porque compiten directamente con ellos. No sólo toman sus lugares en el trabajo, sino que hieren sus más profundas convicciones ideológicas, con relación a los lugares respectivos de uno y otro género. Un discurso masculino muy antiguo reaparece y se fortalece, este discurso dice (simulando, en el caso específico de los chistes, que él se refiere solo a algunas de ellas, y eventualmente falsas, es decir, a las rubias), que las mujeres son burras, pero este discurso no pasa, por tanto, de una manifestación reformada de la vieja distinción entre inteligencia masculina y sensibilidad (al máximo) femenina, que sirvió a los hombres para discriminar a las mujeres.

Sin embargo, existe otro problema a resolver, el cual puede ser formulado de esta manera, ¿cómo, siendo burras, las mujeres logran conseguir el éxito que tienen? En este espacio también se deben responder otras preguntas, ¿cómo surgen los chistes de las rubias y por qué dicen que ellas están sexualmente disponibles? Según otro discurso de los hombres, ellas sólo logran el éxito recurriendo al viejo recurso del sexo (al test del sillón y sus variantes, es decir, acostándose con su jefe en el sillón). Los chistes que presentan a las rubias como sexualmente disponibles pueden ser explicados como un replanteamiento del discurso según el cual las mujeres que “abandonan” el hogar para trabajar fuera, para ser independientes, en el fondo no son mujeres serias.

Éste es un lugar de la evidente construcción de un simulacro, donde el discurso de la mujer dice que ella es libre y el discurso masculino dice que ella es puta. Lo que no pasa de una fantasía masculina.

Se puede concluir que tanto el estereotipo del gaucho homosexual es un simulacro del gaucho macho, como el de la rubia burra y fácil es el simulacro de la mujer autónoma y libre. Será, ciertamente, muy provocador profundizar en estas cuestiones con el análisis minucioso de los ingredientes colocados en relieve en los numerosos chistes que, si bien repiten genéricamente un mismo discurso, lo especifican y le dan cuerpo a través de la exploración de múltiples posibilidades.

¹¹ Dos ejemplos, 1. —¿Qué dice la rubia cuando acaba de hacer el sexo? —Adiós, muchachos. 2. —¿Cómo se llama una rubia con medio cerebro? —Superdotada.

BIBLIOGRAFÍA**Correa, Luis Henrique**

2000 *Duas mil adivinhas do Brasil (Dos mil adivinanzas de Brasil)*, Sao Paulo, Nova Alexandria.

Mainueneau, Dominique

1984 *Genèses du discours*, Pierre Mardaga, Bruxelles, p. 212.

Penna, M. L. F.

1977 *Identidade social, linguagem e discurso*, Recife, UFPE, Tesis de doctorado.

Possenti, Sirio

1998 *Os humores da língua*, Campinas, Mercado de Letras, p. 152.

2001 "Ainda sobre a noção de efeito de sentido", en Gregolin, M. do R. V. *et al.* (coord.), *Análise do Discurso*, Sao Paulo, Olhares oblíquos (a sair pela Editora da Unesp).

