



CH
CG CONGRESO
ACADÉMICO
DE HISTORIETAS
Y CULTURA GEEK

MESA 7:

El género y la sexualidad:
cambios y adaptaciones en la
cultura

**HUMOR Y
ESTEREOTIPOS EN
LOS CÓMIC DE
EDIBAR**

Franciso Baptista Gil

Viernes 26 de 17:30 - 18:30 h

Humor y estereotipos en los cómics de Edibar

Humor and stereotypes in Edibar's cartoons

Francisco Baptista Gil¹ (Universidade do Algarve, Portugal)

Resumen:

Partiendo del discurso de Lucio Oliveira, a través de sus cómics y su obra gráfica y humorística en Edibar, este texto pretende analizar los estereotipos sociales desde los supuestos teóricos del Análisis del Discurso. Nuestra intención es comprender cómo se articula el humor en torno a algunos estereotipos de los roles sociales de hombres y mujeres. Sabiendo que los estereotipos son etiquetas sociales, conceptos, ideas o modelos de imagen que se atribuyen a ciertas personas, pretendemos cómo las referencias a unos estándares pueden provocar su refuerzo o su deconstrucción como crítica social.

Palabras clave: cómics; discurso; estereotipos sociales; humor

Abstract:

Starting from the discourse of Lucio Oliveira, through his comics and his graphic and humorous work in Edibar, this text aims to analyze social stereotypes from the theoretical assumptions of Discourse Analysis. Our intention is to understand how humor is articulated around some stereotypes of the social roles of men and women. Knowing that stereotypes are social labels, concepts, ideas or image models attributed to certain people, we intend to show how references to certain standards can provoke their reinforcement or deconstruction as social criticism.

Keywords: cartoon; discourse; humor; social stereotypes

Introducción

Lucio de Oliveira, nacido en 1973, es un autor de cómics brasileño, ilustrador, natural del estado de Paraná, que en 2001 creó el personaje “Edibar da Silva” para un periódico local. Desde su aparición, la serie ha ido aumentando progresivamente su campo de difusión, publicándose en varios periódicos, revistas y páginas web del mundo luso y también en

¹ Professor Adjunto del Departamento de Comunicação, Artes e Design da Universidade do Algarve. Doctor pela Universidad de Sevilla, programa de Educación Artística: Aprendizaje y Enseñanza de las Artes Visuales. Editor de la revistamultidisciplinar.com (ISSN: 2184-5492).

las redes sociales (sólo en Facebook, la página de Edibar supera los 600.000 seguidores). En 2012 se publica el primer libro de Edibar en Brasil con unas 300 tiras por la editorial Super News. En 2015, también en edición brasileña, su segundo libro es publicado por la editorial HQM. En 2019 se publica en Portugal, en dos volúmenes, la primera colección en orden cronológico de las tiras de Edibar por la Editora Polvo, donde se puede seguir la evolución de los personajes, los trazos y los colores desde la primera tira creada. En octubre de 2021, la misma editorial lanzará en Portugal otros tres volúmenes de la colección.

Se puede considerar que Edibar da Silva es una serie políticamente incorrecta (Cleto, 2019), cuyo protagonista es un machista al que le gusta el bar, la cerveza fría y las mujeres. Un canalla como refiere su autor en entrevistas publicadas en blogs especializados (Beira & Rico, 2016), (Sousa, 2016), (Cleto, 2019), (Pinto, 2021). Todos los dibujos y las historias de humor de la serie se centran en el universo propio de la familia y los amigos de Edibar da Silva, el protagonista: Edimunda, su mujer; Ana Conda, su suegra; su padre; su sobrino; su perro; y sus amigos, que frecuentan el Bar Bigote.

La construcción del humor se realiza principalmente en las caricaturas exageradas de los personajes teniendo en cuenta ciertas concepciones en torno a algunos estereotipos, los roles sociales de hombres y mujeres en el contexto conyugal y social. Es decir, etiquetas y modelos de una determinada imagen atribuida a ciertas personas. Como afirma Pereira (2021), los estereotipos son creencias, una construcción de base cognitiva y, como tal, fuertemente asociada a nuestros pensamientos, nuestra imaginación o incluso nuestras fantasías. En este caso, Edibar, según su autor Lucio Oliveira, es el típico brasileño, frecuentador del bar de la esquina, jubilado, que siempre encuentra la manera de beber cerveza teniendo o no dinero, al que le gusta el snooker, cansado del matrimonio, de la suegra y propietario de un Escarabajo -el popular Volkswagen Beetle- que se desmorona (Brito, 2021).

El humor contenido en un discurso "políticamente incorrecto" permite, como refiere Gruda (2011), más allá de la simple risa propia por la situación expuesta, otras lecturas como la inversión de las normas instituidas y las verdades establecidas. Los chistes consiguen alcanzar sus objetivos cuando las situaciones exageradas se reconocen en el propio contexto en el que se sitúan los lectores. El humor, en este y otros casos, como género textual no debe ser visto sólo con el propósito de entretener y divertir (Liska,

2012). En ella se percibe que tanto el emisor como los receptores del mensaje tienen un papel activo en la producción de significado, aunque sea diferente para ambos.

En cuanto a los estereotipos, según Ávila (2012) podemos considerar en relación con los personajes de los textos humorísticos la existencia de dos modelos: las caricaturas y los "tipos". En las caricaturas se destaca mucho uno u otro detalle y se exagera para provocar lo grotesco y la risa. Según Propp (1992), la caricatura es uno de los diversos procedimientos de exageración que se asocian a la parodia, siendo ésta una exageración de las peculiaridades individuales. El segundo modelo, el "tipo" según Ávila (2012), es el que podemos considerar el "estereotipo". Un personaje con características bien definidas que representa a un determinado grupo social, por ejemplo, el avaro o el borracho. Según Possenti (1998), los chistes funcionan en gran medida sobre la base de estereotipos, ya sea porque transmiten una visión más simplificada de las situaciones, o porque de este modo resultan más fácilmente comprensibles para un público común.

Como se refiere Ávila (2012),

Los estereotipos son imágenes colectivas, cristalizadas y rígidas -generalmente negativas-, simplificadas o convencionales de una persona, un grupo o un sujeto, y son el resultado de expectativas, hábitos de juicio o falsas generalizaciones recurrentes en la sociedad sobre un determinado grupo. Son esquemas culturales preexistentes, en los que se elige un rasgo peculiar de un tipo conocido y el resto se completa mediante representaciones que expresan el imaginario social. Los estereotipos son favorecidos por los medios de comunicación, la prensa y la literatura, que hacen de las características del grupo estereotipado algo inherente a él y, además, hacen que su comportamiento refleje lo que esperan que haga: sus acciones y formas de ser están predeterminadas. (p. 98)

Sin embargo, aunque el estereotipo esquematiza y categoriza, este procedimiento es indispensable para la cognición, aunque conduzca a una simplificación y a una generalización a veces exagerada, porque necesitamos relacionar lo que vemos con modelos preexistentes para comprender el mundo, hacer predicciones y regular nuestro comportamiento.

Los chistes son el resultado de una identificación: una identidad construida por el otro, representada a través de estereotipos. Possenti (1998) parte de la premisa de que la identidad es social, imaginaria y representada, una representación imaginaria que no significa necesariamente que no se apoye en la realidad. En consecuencia, el estereotipo se concibe como social, imaginario y construido, y se caracteriza por ser una imagen simplificada, eventualmente un simulacro. El autor afirma que los chistes son una forma

muy rica de abordar el tema de la identidad estereotipada. Esto se debe a que estos textos siempre tratan temas socialmente controvertidos y discursos arraigados.

Sobre esta base, podemos considerar que los chistes de Edibar sitúan al personaje como un borracho, dependiente del alcohol, un borracho en el lenguaje popular, que no puede prescindir de la bebida. En un contexto "real", los borrachos actúan de manera correspondiente y son vistos por la sociedad de esa manera. Los chistes de Edibar recogen estos discursos y representaciones de este colectivo y ponen en circulación esta imagen que, la mayoría de las veces es exagerada.

La cuestión principal que se nos plantea es entender hasta qué punto el humor cáustico de Edibar profundiza y refuerza los estereotipos de las funciones sociales de hombres y mujeres, o si, por el contrario, los deconstruye como una crítica social a ciertos modelos y patrones de comportamiento reforzados por la sociedad, basados en ideas generalizadas sobre el comportamiento y las características asociadas al género. ¿El humor de Edibar rompe el estereotipo y no lo afirma ni lo propaga?

Metodología

En este propósito de intentar comprender el humor de Edibar, nos propusimos realizar un Análisis del Discurso de los chistes de Edibar publicados mensualmente en la revista Aspectus². Las tiras o chistes publicados desde junio de 2020 fueron seleccionados por su autor, Lucio Oliveira, especialmente para esta publicación en línea. De junio de 2020 a noviembre de 2021 se publicaron dieciocho chistes, que analizamos según el Análisis del Discurso desarrollado por Eni Orlandi (1990) a partir de los trabajos del filósofo francés Michel Pêcheux.

El análisis del discurso, siguiendo la línea francesa de Pêcheux, es uno de los métodos más utilizados para analizar los discursos, ya sean orales o no. Sin agotarse en el discurso, el análisis busca los probables significados que el discurso asume o puede asumir, sin dejar de considerar al sujeto, su historia, su ideología y el contexto social en el que se inserta. Así, según Orlandi (2010):

El lenguaje sirve para comunicar y no para comunicarse. Las relaciones lingüísticas son relaciones de sujetos y sentidos y sus efectos son múltiples y variados. De ahí la definición de discurso: el discurso es un efecto de sentidos entre hablantes. (p. 21)

² Los chistes de Edibar que sirvieron de base para este estudio están disponibles en línea en el sitio web de la revista Aspectus en la URL: <http://aspectus-online.com/edibar.html>

Podemos decir entonces que la forma en que se concibe se pronuncia, se recibe y se entiende un discurso está vinculada a un determinado tipo de funcionamiento discursivo. Orlandi propone la sistematización de estos tipos, utilizando los criterios de *reversibilidad* y *polisemia*. El criterio de reversibilidad se refiere a la interacción entre los interlocutores, es decir, cuanto mayor sea esta interacción y el intercambio de papeles entre hablante y receptor, mayor será la reversibilidad. El criterio de polisemia, a su vez, se basa en la multiplicidad de significados que rodean al discurso, atribuidos por sus interlocutores (Orlandi, 2010, p. 86).

Orlandi propone así tres tipos de discursos: el lúdico, el polémico y el autoritario. El discurso lúdico es aquel en el que hay total reversibilidad entre los interlocutores y la polisemia está abierta. El discurso polémico es aquel en el que se dan ciertas condiciones de reversibilidad y se controla la polisemia. El discurso autoritario, en cambio, es aquel en el que prácticamente no hay reversibilidad y la polisemia está contenida. Es importante tener en cuenta que ningún discurso encaja totalmente en un solo tipo, ni se trata de una definición estanca ni pretende juzgar a los sujetos del discurso. Lo que se busca con esta tipología es comprender mejor cómo funcionan los discursos en relación con sus condiciones de producción y sus interlocutores.

De este modo, analizaremos el discurso de Edibar, cuyos procedimientos, según Orlandi (2010) son los siguientes:

- a)- a través de paráfrasis y metáforas, intentaremos mostrar los efectos probables e incluso "improbables" de los sentidos del discurso. Y también en lo que respecta principalmente a la pluralidad, a las diversas posibilidades de lecturas que puede asumir o no un discurso;
- b)- a través de la comprensión y el entendimiento de las relaciones de interacción que se establecen entre el sujeto y el contexto sociocultural, es decir, la historia de cada sujeto, el papel que desempeña en la sociedad, la posición social y la ideología que impregnan las relaciones humanas, influyendo en los sujetos para adoptar determinadas actitudes y no otras.

Resultados

Como refiere su creador, Edibar es un canalla (Sousa, 2016). El protagonista de la serie es experto en hacer comentarios con mala intención sobre todo a su mujer y a su suegra. Por ejemplo, "¿Está muerta?", le pregunta a Edimunda cuando ésta le dice a su madre que descanse; "Para estar atada así, sólo puede ser la suegra del faraón", en referencia a una

imagen en la televisión que muestra una momia envuelta en tiras de tela y cuerdas. “La próxima vez llama a un taxi”, respecto a la suegra que se queja de estar todo el día con una escoba en las manos. En esta serie de dieciocho chistes publicados, son recurrentes las bromas hechas a partir del estereotipo de las malas relaciones entre suegras y nueras/yernos. De los dieciocho chistes, siete se refieren a este conflicto específico. Para Edibar la suegra está asociada a una serpiente; a una bruja; al Diablo.

En relación con la situación matrimonial, un estereotipo recurrente en muchos chistes populares, Edibar muestra mucho desprecio por su mujer, Edimunda. En una de las situaciones, su mujer se pregunta si le seguirá gustando cuando esté más pesada y pierda la belleza de su juventud, y él responde con una pregunta: “¿Qué quieres decir? ¿Se pondrá aún peor?”. O en otra situación en la que Edibar muestra una total falta de caballerosidad y mucho egoísmo al no compartir su paraguas cuando una tormenta es inminente. Por otro lado, vemos que Edimunda es la que manda en casa y que Edibar respeta la autoridad de su mujer. Un ejemplo de ello es una situación en la que el protagonista, tras un conflicto doméstico, se ve obligado a dormir en el patio trasero, en la caseta del perro. El estereotipo de las funciones domésticas del hombre y la mujer, donde normalmente se asocia al hombre al sillón, copa en mano frente al televisor y a la mujer a las tareas domésticas, en la cocina o en la limpieza, en los chistes de Edibar aquí analizados, este contexto es poco acentuado. Aunque no hay ninguna situación en la que Edibar realice alguna actividad doméstica que no sea estar sentado o tumbado en el sofá, hay un chiste en el que Edibar se ve obligada a sujetar el televisor y sustituir el soporte correspondiente, porque se ha gastado el dinero que debía comprar el “rack” en cerveza, reforzando la idea estereotipada de que en casa ella es la que manda – de 18 chistes, 4 refuerzan esta idea. Sin embargo, no todos los chistes sitúan a Edimunda exclusivamente en las tareas del hogar: en dos chistes está sosteniendo una silla frente al televisor y sólo en uno está lavando los platos. Edibar, por su parte, en tres de las bromas en las que está en casa, está en el sofá viendo la televisión en dos de ellas, una de ellas junto a Edimunda y la otra está leyendo el periódico en la mesa.

La imagen de Edibar, un tipo que se pasa el día bebiendo es recurrente, ya que en casi todos los chistes en los que aparece, Edibar tiene una cerveza (*breja* en la jerga brasileña) en la mano, aunque sólo en dos tiras, el chiste comienza dentro del bar o cantina donde el protagonista, en teoría, pasa la mayor parte de su tiempo. La única tira de las 18 analizadas en la que no aparece el protagonista, Edibar, es la que refuerza la imagen de la mujer de

mediana edad con problemas de sobrepeso y que no se resiste a ir a la nevera de madrugada a buscar comida.

Lucio Oliveira utiliza a veces una interesante fórmula intertextual, como un diálogo entre textos verbales y no verbales (Lobato Suero & Alves, 2020) con referencias intencionadas a obras en forma de portadas de libros, carteles e incluso imágenes fotográficas en la pantalla de televisión. Son interesantes las referencias visuales al libro *El Exorcista*, de William Peter Blatty o a la película de Sergio Leone *Érase una vez en el Oeste*, que enfatizan la imagen estereotipada de la suegra.

En definitiva, se confirma el retrato que el autor hace de Edibar: un tipo cansado de su matrimonio, de su suegra y que se pasa el día con la cerveza en la mano. Ante esta situación, los chistes se centran siempre en estas imágenes de conflicto casi permanente entre los miembros de la familia: marido, mujer y suegra y los problemas de su dependencia de la bebida.

Debate

Los chistes de Edibar se basan en caricaturas exageradas de los personajes teniendo en cuenta ciertas concepciones en torno a los estereotipos, como la imagen de la suegra, una construcción cultural donde se refuerza la idea de que la convivencia con la suegra nunca puede ser amistosa. Los chistes, las bromas y los comentarios refuerzan constantemente esta mala imagen sobre las suegras. Una imagen falsa, pues se trata de una generalización, ya que hay muchas nueras, yernos y suegras que conviven en armonía.

En cuanto a la dependencia de la bebida, es otra imagen generalizada y estereotipada del típico brasileño, frecuentador del bar de la esquina, según el autor Lucio de Oliveira. El recurso a la exageración y el uso de características específicas de algunos grupos sociales para construir los chistes es recurrente y es una forma de que el humor llegue a una amplia audiencia de la población. Este tema de las audiencias es relevante. ¿Quién es el público de Edibar? Como afirma Possenti (1998), los chistes funcionan en gran medida sobre la base de estereotipos, porque de esta manera se hacen más fácilmente comprensibles para una audiencia común, es decir, para el público en general.

En ciertas situaciones, podemos encontrar algunas similitudes con Homer Simpson, el personaje de la serie *Los Simpson*, creado por Matt Groening, que representa el estereotipo del estadounidense medio que simplemente va al bar con sus amigos, bebe cerveza y ve la televisión. Un tipo grosero, incompetente, torpe, perezoso y descuidado.

Sin embargo, en Edibar, más que las bromas en torno al consumo excesivo de alcohol y la dejadez en su comportamiento, hay sobre todo bromas en torno a la total falta de consideración en su relación con su suegra y su esposa. La mujer que siempre intenta ponerle en orden.

Esta imagen de mujer doméstica y hombre vasgabundo, de refuerzo de los roles sociales de hombres y mujeres, muy transmitida en los medios de comunicación de masas en la primera mitad del siglo pasado y que hoy sigue sirviendo de estereotipo y objeto de humor, puede verse como una crítica al discurso que inserta a la mujer en los límites de su hogar (ya sea cuidando de los hijos y del marido, o realizando las tareas domésticas), mientras que el hombre está destinado a la esfera pública (Lima et al., 2014, p. 208). El humor y el chiste para funcionar correctamente requieren una gran interacción entre los interlocutores, autor y lector, la llamada reversibilidad, según Orlandi (2010). Es esta reversibilidad la que favorece el éxito de la serie entre un amplio público. Los lectores son capaces de reconocer las situaciones y encontrar en el otro esos estereotipos. Las bromas de Edibar, pueden llevarnos a muchos caminos. Podemos preguntarnos si, cuando consideramos que un chiste es gracioso, nos reímos de nosotros mismos o nos reímos de la otra persona, como miembro de un grupo social diferente al nuestro. En una sociedad cada vez más individualista, donde prevalece la definición de objetivos particulares en detrimento de los objetivos colectivos, observamos una gran hegemonía de una llamada clase media, heterogénea, cada vez más difícil de encuadrar. Según Chiari (2020) si se considera el concepto de explotación, la clase media, en algunos momentos explota y en otros momentos parece ser explotada, reflejando caso por caso las diferentes características en base al capitalismo moderno, teniendo en cuenta el continuo social y una constante movilidad social.

Para este tipo de estudio, que busca analizar el discurso del humor, sería importante entender e intentar definir las audiencias de los chistes de Edibar, en las redes sociales y también en los libros y periódicos, así como todo el recorrido y evolución de las características del protagonista de la serie a lo largo de los años. Este análisis también podría dar respuestas interesantes sobre las principales razones que llevan a un número tan grande de fans a seguir y amar los chistes publicados regularmente en las redes sociales. Cuestiones que no se han desarrollado en este estudio, pero que son muy pertinentes.

Volviendo a la pregunta inicial: ¿el humor de Edibar rompe el estereotipo o lo acentúa y propaga? No creemos que sea concluyente. En muchos chistes, la relación de Edibar con la bebida se ve como una exageración, una crítica al borracho, al otro. Como canalla y mal personaje, el protagonista es el antihéroe, no es el ejemplo para seguir. En cuanto a las bromas sobre la suegra y la relación de la pareja, a pesar de las exageraciones, la imagen que se transmite no es sólo la de los comentarios absurdos que Edibar hace sobre su mujer y su suegra. La suegra de Edibar responde a los insultos de su yerno, lo que puede acentuar este estereotipo de que las suegras suelen tener problemas con sus yernos y nueras. Podemos ver los chistes de Edibar como una crítica social a ciertos patrones recurrentes en la sociedad de consumo. El consumo de alcohol, el consumo de televisión y el individualismo dominante en la sociedad actual. Pero, por otro lado, es claro que los chistes de Edibar utilizan un modelo socialmente constituido dentro de los estereotipos clásicos, lo cual, según Silva (2016) se puede concluir que el humor también está rodeado de prejuicios, reflejo de una visión de la sociedad, que aunque percibe estos modelos, se ríe y se divierte de tales condiciones.

Referências

- Amossy, R., & Pierrot, A. H. (2021). *Stéréotypes et clichés-4e éd.: Langue, discours, société*. Armand Colin.
- Ávila, F. G. O. (2012). *Análise do discurso humorístico: condições de produção das piadas de Joãozinho*. Tese de doutorado, Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP). <https://core.ac.uk/download/pdf/296866856.pdf>
- Beira, L., & Rico, C. (2016, March 19). *Série de Tiras BD (4) - Edibar*. Blogue de Banda Desenhada. <http://bloguedebd.blogspot.com/2016/03/series-de-tiras-bd-4-edibar.html>
- Chiari, M. (2020). Os ideias da classe média, o individualismo e as redes sociais na Internet. *Cabo dos Trabalhos*, 23. <https://bit.ly/3CCk6HK>
- Cleto, P. (2019, October 25). *Lúcio Oliveira: “Estava numa missa quando me veio a ideia de criar um personagem beberrão”*. As Leituras do Pedro. <https://bit.ly/3C7HLzH>
- Gatti, M. A. (2013). *A representação da criança no humor: um estudo sobre tiras cômicas e estereótipos*. Tese de Doutorado, Instituto de Estudos da Linguagem, Universidade Estadual de Campinas, (UNICAMP). <http://repositorio.unicamp.br/jspui/handle/REPOSIP/268872>

- Gruda, M. P. P. (2011). Uma análise do discurso do humor. *Travessias*, 5(1). 747-760. <https://e-revista.unioeste.br/index.php/travessias/article/view/4317>
- Lima, P. G., Michelon, F. F., Ferreira, C. F., & Gottinari, S. L. L. M. (2014). Memórias do gênero feminino e do trabalho a partir dos Almanachs de Pelotas (1913-1935). *Paralelo 31*, 2(3). <https://periodicos.ufpel.edu.br/ojs2/index.php/paralelo/article/view/10215>
- Liska, G. J. R. (2012). Análise do discurso humorístico: as marcas sociolinguísticas, culturais e históricas para a/o produção/desvio do significado. *Trem de Letras*, 1(1), 89-98. <https://bit.ly/3bq0Ely>
- Lobato Suero, M. J., & Alves, P. F. (2020). Intertextualidad y la Cultura Visual: Un estudio entre los estudiantes universitarios de Portugal y España. *Revista Multidisciplinar*, 2(1), 49-57. <https://doi.org/10.23882/MJ2026>
- Orlandi, E. P. (2010). *Análise de Discurso: princípios & procedimentos*. Pontes
- Pereira, M. E. (2021). *Estereótipos*. Salvador, BA: Edição do Autor. <https://estereotipos.net/conceitos-basicos/>
- Pinto, H. (2021, October 19). *Entrevista a Lucio Oliveira*. Vinheta 2020. <https://bit.ly/3ENxVE7>
- Possenti, S. (1998). *Os humores da língua: análise linguística de piadas*. Campinas, SP: Mercado de Letras.
- Possenti, S. (2011). *Humor, língua e discurso*. Editora Contexto.
- Propp, V. (1992). *Comicidade e Riso*. Editora Ática.
- Silva, P. C. D. (2016). O uso da figura do estereótipo nos programas de humor na televisão brasileira: uma análise linguístico-discursiva acerca dos efeitos de sentido humorístico em gêneros de humor. *Research, Society and Development*, 3(1), 55-68. <https://doi.org/10.17648/rsd-v3i1.39>
- Sousa, N. P. (2016, May 14). *Lucio Oliveira: entrevista*. Bandas Desenhadas. <https://bit.ly/3CagfkP>