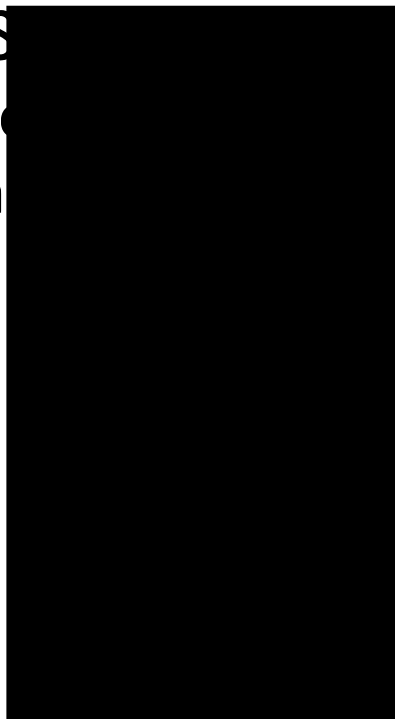




HUMOR PÓS no rastro m



Resumo

O “fazer rir” na pós-modernidade está passando por uma fase de revisão, quase uma *mea-culpa* em relação ao que é risível, levando em conta as especificidades do momento contemporâneo. Esta autocrítica, que relativiza a universalidade da consolidada pauta humorística, desestrutura o universo da piada ao subverter o foco do outro para si próprio. Desta forma, o humor que compartilha das demandas sociais pós-modernas, questiona a aparente inocência das piadas realizadas a partir da representação senso comum sobre os grupos sociais desfavorecidos. Ao virarem o alvo da sátira, estes humoristas evidenciam suas contradições, atos falhos e desejos velados - a simples demonstração de seus “desvios comportamentais” em situações cotidianas - em contraponto com os padrões sociais estabelecidos - fazem rir. Este humor autocrítico questiona conceitos e representações culturais e dá respaldo às reivindicações dos movimentos sociais subjugados, iniciados em meados do século passado.

Abstract

“To make laugh” in post modernity is passing through a revision phase, a guilt relation of things we laugh of, taking in account the specificities of the contemporary moment. This selfcritics, that relativizes the universality of the consolidated humoristic guideline, invers the universe of the joke when subvert the focus of the other to itself. Bu this way, the humour that shares the post modern social demands, questions the apparent innocence of the jokes carried through common sense representation of the disfavored social groups. Being the

¹ Mestre em Educação pela UNIVALI/SC e jornalista do jornal ‘O Diarinho’ de Itajaí/SC.
E-mail: cidarosa@hotmail.com

target of the satire, these humourists evidence its contradictions, defective acts and hidden desires - the simple demonstration of its “mannering shunting lines” in daily situations - in counterpoint with the established social standards - they make to laugh. This selfcritics mood questions cultural concepts and representations and gives endorsement to the claims of the alternative social movements, initiated in middle of the last century.

Palavras-chave

Pós-modernidade; Humor; Autocrítica; Multiculturalismo; Sátira.

Key words

Post Modernity; Humour; Social Movements; Cultural Artifacts.

Introdução

O debate sobre as concepções contemporâneas do humor televisivo ainda não faz parte efetiva da pauta acadêmica sobre mídia-educação, apesar da relevância das representações culturais expressas na linguagem do humor no falar cotidiano. As críticas veiculadas no jornalismo impresso se limitam a qualificar ou desqualificar os artefatos na época do seu lançamento, mas não se estendem na discussão de como a linguagem e as concepções do artefato inserem-se na cultura do telespectador. Estas críticas jornalísticas, porém, proporcionam certos *insights* que podem se constituir em pontos de partida para estudos sobre a produção midiática e o momento contemporâneo, e seus reflexos no campo da educação.

Neste artigo, parti das minhas leituras como consumidora de mídia e percepções sobre os artefatos humorísticos a partir dos anos 70 para conjugar com os *insights* teóricos, entre outros, da vertente pós-crítica da educação, acerca do multiculturalismo e pós-modernidade. Parto do princípio de que o “fazer rir” contemporâneo tem incorporado as transformações sociais ocorridas a partir de meados do século XX, provocadas pela inserção do discurso dos grupos subordinados, vinculadas ao multiculturalismo. Para tanto, elaboro uma parcial historicização do humor televisivo, em que são apontados alguns dos motes preferidos para provocar o riso. É destacado no artigo, a introdução e o tratamento dado aos temas multiculturais, bem como a incorporação da autocrítica nas estratégias do humor atento às demandas sociais na pós-modernidade.

Recorri a Fischer (2001) para demonstrar como a produção de mídia se vale de determinadas técnicas a fim de conquistar certo público a partir dos estudos de Ellsworth (1997), técnicas batizadas pela autora de endereçamento. Em Silva (2000), o autor faz referência ao conceito de performatividade de Butler (1990), evidenciando como a repetição de enunciados os transforma em representações culturais. Repetição que são a principal estratégia dos bordões humorísticos. Kupermann (2001) lança o olhar da psicanálise sobre a sociedade contemporânea, alardeada por parte da intelectualidade como depressiva, e por outra parte, como excessivamente cômica. Em sua visão, ambas análises têm

origem na crise da modernidade. Já Pierucci (2000) contribui para a presente análise ao expor a fragilidade do discurso dos grupos vinculados ao multiculturalismo com ênfase na positivação da diferença.

Desenvolvimento

Até meados dos anos 80, os programas de humor televisivos no Brasil se baseavam, de forma geral, em esquetes com personagens caricatos que representavam de maneira bastante limitada os “tipos” sociais. Estes programas eram bastantes representativos da sociedade onde se situavam e tinham grande audiência, pois espelhavam a mentalidade hegemônica sobre o que era risível. Tudo a que fugisse do padrão de comportamento “normal” era alvo de piada. Este padrão histórico e culturalmente construído era masculino, heterossexual, ocidental, branco e cristão. Um padrão que ainda perdura, mas já sofreu seus abalos graças à briga feroz que pessoas “anormais” travaram nas últimas décadas por espaço e legitimidade.

Mas será possível fazer rir sem ser politicamente correto? Será que o multiculturalismo decretou o fim do humor? Fazer rir se resume a corroborar com a visão hegemônica? O que fazia uma piada engraçada há décadas ainda se mantém? Que relações de poder estão expressas numa inocente tirada humorística? Por que o outro social é tão engraçado?

São estas questões que comecei a levantar ao me dar conta da transformação do humor no cenário contemporâneo. Há pouco tempo, apenas o padrão hegemônico não era alvo de piada nos programas humorísticos. Estes programas eram especialistas em destacar o ridículo nas pessoas que não se enquadravam no modelo de perfeição e normalidade. Os “outros” eram ridicularizados por sua condição social, sexual, racial e étnica; reduzidos a estereótipos que mascaravam a complexidade de sua condição.

A reivindicação por inclusão social de gays, negros e mulheres nos anos 60 levou certo tempo para que fosse ouvida para além dos guetos. Nos anos 80, a TV brasileira começou a dar mostras de que estas questões poderiam entrar na grade de programação, inclusive nos programas humorísticos - ambiente em que se reproduziam ao máximo os ideais do conservadorismo nacional. Abrir espaço para as ‘minorias sociais’ na mídia era o reflexo de um momento de abertura política, com o fim da ditadura militar e da liberdade de expressão.

Além de dar espaço às demandas multiculturais, que relativizaram os padrões sociais, o início da década de 90 viu surgir na mídia a prática da autocrítica das instituições. O jornal a Folha de São Paulo foi pioneiro no país a criar na redação o cargo de *ombudsman*. Caio Túlio Costa tinha a missão de expor a fragilidade dos argumentos dos jornalistas nas reportagens, a precária argumentação, as conclusões precipitadas, e o apetite por manchetes em detrimento da exatidão da informação e da ética com as pessoas envolvidas. Ao expor as fraquezas do jornal mais lido do país, a Folha demonstrava a precariedade da mídia e a suposta conotação de verdade a tudo que é veiculado

nela. E a TV não podia fugir deste movimento libertário, em que errar passou a ser possível, e pedir desculpas não era mais do que a obrigação.

Mas voltemos um pouco no tempo, recordando como era o cenário pré-abertura política na TV. Lembro, nos anos 70, do programa “Planeta dos Homens”, que tinha, como abertura mitológica, uma banana sendo descascada por um homem fantasiado de macaco em primeiríssimo plano. Para a surpresa do primo primata, de dentro da banana saía uma mulher seminua, tal qual aquela moça loira em roupa de odalisca em “Jeanne é um Gênio” - o romântico seriado dos anos 60. Mas o “Planeta dos Homens” não tinha nada de ingênuo.

Alusivo ao longa-metragem norte-americano “O Planeta dos Macacos” (que já teve um *remake*), o “Planeta dos Homens” tinha como *slogan* “O macaco tá certo”, acompanhado do homem fantasiado de macaco, piscando para a câmera ao lado da mulher seminua. Neste pequeno recorte do humorístico, já temos indícios para suspeitar do público a que o programa “fala” – exemplo do endereçamento de Ellsworth (1997). Nos estudos sobre mídia-educação, Fischer utiliza o conceito de endereçamento de Ellsworth para demonstrar como os artefatos são elaborados a partir de um complexo de estratégias que buscam a identificação com determinado público. O que interessaria aos homens deste planeta, a que se refere o humorístico? Não seria, certamente, os “homens” no sentido de humanidade, mas apenas as pessoas do sexo masculino, já que o apelo sexual era bastante forte no artefato. Não que as mulheres e crianças de ambos os sexos não assistissem e gostassem do programa, mas o recado da piada contemplava apenas uma parcela do público, considerada prioritária naqueles tempos hegemônicos.

Travestindo a negação em bandeira

Depois de “Planeta dos Homens” estreou o programa “Viva o Gordo” de Jô Soares, que também participava do programa anterior da rede Globo. O programa teve um salto qualitativo no que se refere à ampliação das representações culturais apresentadas porque seu idealizador também não era fazia parte do seletivo grupo padrão. Apesar de ter todos os outros dotes da hegemonia branca, cristã, rica e heterossexual, Jô Soares era gordo, muito mais gordo que se esperava de alguém “normal”. A exemplo de gays, negros e as mulheres, ele extrapolou sua suposta “deformidade”, travestindo de potencialidade sua diferença.

Numa das aberturas de “Viva o Gordo”, Jô se empoleirava num trapézio e fazia movimentos não convencionais para alguém com o seu peso. Depois, ele sobe as escadas de incêndio e salva uma criança de um quarto em chamas. Por último, sobe numa moto e salta por cima de dezenas de carros. É claro que não faltaram efeitos visuais que aumentassem a percepção de que nada era impossível para o humorista obeso. Em entrevista à TV, Jô Soares confessou que era aquilo mesmo que ele queria: mostrar que a pessoa obesa poderia realizar tanto quanto qualquer uma – positivar a diferença.

O sociólogo Antônio Pierucci (2001) fez um alerta sobre as armadilhas de positivação da diferença com o intuito de inclusão social. Segundo ele, a despeito das campanhas que exaltam as virtudes da diversidade cultural, houve um acirramento dos conflitos culturais. Isto porque ele concluiu que marcar a diferença sempre foi a estratégia da direita conservadora para consolidar o padrão e rejeitar o outro social. Ao aumentar a distância entre os signos, radicaliza-se o sentimento de antagonismo. Assim, o “gordo” ficou ainda mais cristalizado como uma categoria social fora do normal.

O artista continuou nesta estratégia de positivação em outra abertura, na qual lançou uma humorista obesa - Cláudia Jimenez. Cláudia liderava um balé apenas de mulheres gordinhas, que, apesar do macacão branco avantajado, exibiam suas formas generosas com um forte apelo sexual. Se, de um lado, Jô Soares pretendia levantar a auto-estima das garotas obesas como ele, ao mesmo tempo, segregava a mulher na sua posição de objeto sexual para usufruto dos homens. A positivação da diferença realizada pelo humorista só dizia respeito àquilo que o incomodava: a obesidade. Com relação ao conteúdo das piadas, ainda prevalecia o aspecto sexista.

O olhar hegemônico é reafirmado quando o humorista se metia a interpretar personagens homossexuais. O personagem “Capitão Gay”, por exemplo, é excessivamente efeminado, veste-se de rosa - cor associada ao universo feminino tem como assistente um homem com nome de mulher - Carlos Sueli, cuja fonte de preocupação se resume a futilidades relacionadas ao estereótipo feminino, como manicures, compras e “bofes” (gíria gay relacionado ao homem heterossexual). Porém, não deixa de ser uma investida sobre a representação cultural do super-herói, considerado viril, potente, invencível.

Na mesma época, Chico Anysio fazia muito sucesso na Rede Globo com seu Chico City, um programa realizado numa cidade cenográfica, habitada por personagens risíveis. Assim como Jô, Chico Anysio também se especializou em incorporar tipos caricatos, e também investiu em sua performance como homossexual. Nordestino de nascimento, o humorista tinha predileção pelos personagens estereotipados do universo nordeste brasileiro, sendo assim, a sua representação de homossexual não poderia ser outra senão a do pai-de-santo. Seu personagem “Painho” – referência à denominação popular dos nordestinos com relação aos seus pais – era uma pessoa de personalidade difícil, “afrescalhada”, maledicente, tratava mal sua ‘mucama’ e se corrompia facilmente pelo poder político; além de, é claro, ser pervertida sexualmente.

Se o personagem “Capitão Gay” de Jô Soares ainda trazia um pouco de questionamento sobre os mitos heróicos, o “Painho” de Chico Anysio corroborava com a visão heterossexual e cristã reinantes, ao apontar toda a deformidade comportamental e moral do personagem. Esta constante institucionalização de representações culturais através da linguagem é chamada de performatividade por Butler (1990). Segundo ela, quanto mais se afirma uma representação, mais ela ganha *status* de verdade, por isso as piadas estão longe de serem inocentes. Elas são poderosos veículos de performatividade da linguagem e de exclusão social.

O conceito de performatividade é utilizado pela teoria pós-crítica da educação para demonstrar como os indivíduos são categorizados e representados em seu meio social. O educador Tomaz Tadeu da Silva (2000), por exemplo, faz uso deste conceito para demonstrar como a linguagem expressa relações de poder entre o 'normal social' e os outros. A propriedade performativa da linguagem revela a submissão dos sujeitos 'anormais' ao poder de quem os classifica - os representantes da identidade cultural hegemônica. Desta forma, a linguagem, quando adquire conotação de verdade, através da repetição e ratificação de quem a utiliza, acaba por regula o comportamento dos demais, escondendo o caráter social e culturalmente construído do padrão.

Autocrítica social corrosiva

No final dos anos 80, a "TV Pirata" surgiu como uma alternativa a este tipo de humor conservador, fazendo uma autocrítica mais contundente da TV, sua linguagem e as representações culturais que são veiculadas. Nos quatro anos em que o programa permaneceu no ar, foram apresentados esquetes que satirizavam as representações do universo feminino ("As presidiárias"), do universo masculino ("TV Macho"), das novelas ("Fogo no Rabo" – alusão a "Roda de Fogo"), do jornalismo ("Casal Telejornal"), do programa de debates e da pretensa democracia racial no país. Subvertendo as representações culturais do senso comum, a "TV Pirata" ousava ao trazer de volta a transgressão ao humor de massa.

Lembro perfeitamente como ri, e me assustei com minha própria risada, de um esquete sobre um programa de debates intitulado "Debatendo a Piada", com o intuito de "tirar um sarro" do politicamente correto. A piada se desenrolava numa farmácia e tinha como mote à suposta burrice da mulher loira, que era a balconista. Um antropólogo, vivido pelo ator Ney Latorraca, contestou a piada afirmando que faltava a representatividade negra na história. A mediadora afirmou que o elemento negro estava presente. Apresentado de novo em detalhes, é possível ver no *tape*, um ladrão de cor negra roubando um vídeo-cassete ao fundo. Aí, então, o antropólogo fica satisfeito. O esquete não só questionava o pretenso esclarecimento dos intelectuais, como demonstrava como a sociedade, em sua maioria, ainda vê a pessoa negra. O riso autocrítico da pós-modernidade é nervoso porque expõe a ferida social sem retoques.

Na época, houve até uma rixa entre humoristas da linha de Chico Anysio e aqueles que advogavam por um novo tipo de piada pós-moderna. Dizia-se "novo humor" e "velho humor". Anysio se defendia dizendo que não havia diferença nenhuma, apenas o que era engraçado, continuaria sendo engraçado. Mas engraçado para quem?

Chico Anysio voltou a fazer relativo sucesso com sua "Escolinha do Professor Raimundo", programa baseado num quadro do extinto "Chico City" e que ganhou versão na TV Record sob o nome de "Escolinha do Barulho". O mote das piadas continuava o mesmo: através de personagens caricatos, expor o ridículo

de seu comportamento e segregá-lo indefinidamente no papel do outro no trato social.

Não que a TV Pirata também não recorresse à caricatura. A diferença estava em quem estava sendo caricaturado. No estilo de Chico Anysio, os personagens retratando o caipira, a esotérica, a ninfeta, não mexiam nas representações culturais do senso comum e nem provocava reflexão, talvez, porque faltasse um pouco de transgressão. Ou seja, os personagens faziam exatamente o que os telespectadores já estavam acostumados a vê-los fazendo nas últimas décadas. Já o apresentador da TV Macho, vivido pelo ator Guilherme Karam, mostrava, através de seus cuspes e coçadas no saco, o quão patético e anacrônico pode ser a representação do macho latino-americano. Enquanto um transgredia as normas sociais através da caricatura, o outro apenas performativa o senso comum.

“A Praça é Nossa” é outro programa que persiste na televisão brasileira, a despeito de seu caráter sexista, xenofóbico e homofóbico. Criado nos primórdios da televisão, nos idos dos anos 50, o programa se compõe de um apresentador “normal”, sentado num banco de praça, que é constantemente visitado por personagens estereotipados e risíveis: o travesti histriônico, a velha surda, etc. Da mesma forma que a “Escolinha do Professor Raimundo”, os personagens de “A Praça é Nossa” são caricatos e não questionam coisa alguma, agradando em cheio o público da TV aberta, que liga a TV apenas para se distrair.

Grotescos & Grotescos

Não é à toa que a rede Globo, de olho neste filão, colocou no ar o programa “Zorra Total”, que se apóia nos mesmíssimos ditames pré-abertura política para fazer rir sua audiência: satirizar o outro social através da ridicularização de sua conduta e caricaturização superlativa de seu comportamento. O psicanalista Daniel Kupermann (2001), num ensaio sobre o humor, mapeou os estilos de fazer rir que marcaram os séculos e encontrou em Kayser (1986) um rico material sobre o século XVIII - uma nova estética relacionada à exacerbação da caricatura, batizada de grotesco. O grotesco era a caricatura intensificada pelas desproporções e pelos exageros. Só que, diferentemente do que representou no período Romântico, o grotesco atual não provoca a reflexão com relação às representações de mundo atuais, mas ao contrário, as intensifica. Por isso, adquiriu uma conotação pouco lisonjeira na linguagem contemporânea.

Mas por que estes programas humorísticos criados nos primórdios da TV ainda estariam no ar, e tendo relativo sucesso, a despeito de toda a transformação pela qual passou a sociedade ocidental? Seria um retrocesso à tão proclamada democracia? Um desvio à direita, como tem acontecido em vários países do primeiro mundo? Foi nisso que deu a positivação da diferenças? Segmentar ainda mais os grupos sociais entre os ‘esclarecidos’ pela diversidade e os excluídos de informação privilegiada?

Segundo Kupermann, dois autores descreveram de maneiras opostas e confluentes o que se passa na sociedade contemporânea com relação ao humor de massa. Na leitura psicanalítica e pessimista de Roudinesco (2000), vive-se numa época depressiva, em que o mau humor crônico tornou-se uma epidemia (principalmente no primeiro mundo), levando ela a concluir que falta em nossa cultura, prazer em viver. Já, na visão sócio-antropológica de Lipovetsky (1989), vivemos em uma 'sociedade humorística', em que nada pode ser levado muito a sério, em que é possível rir de tudo. Na conclusão de Kupermann, ambos levam à percepção de que são fruto da "descrença e falência nos ideais universalistas modernos, que tinham possibilitado, até meados do século XX, o engajamento dos indivíduos em projetos comuns, marcados pelo signo do confronto e da revolta contra os sistemas totalizantes (...)". (2001, p.1) Para o psicanalista, ambos chamam a atenção para a ausência de conflitos e a impossibilidade de revolta. Este humor de massa descontraído seria, então, um lubrificante social para uma sociedade sem bandeiras.

De certa forma, o humor autocrítico resgata o confronto, revelando com picardia as relações de poder expressas nas representações humorísticas de massa. Há pouco, saiu do ar um dos únicos programas humorísticos que não limitavam as representações culturais. Ironicamente intitulado de "Os Normais", o programa mostrava através de um casal branco heterossexual de uma cidade grande, o quanto se pode ser fora dos padrões sendo aparentemente tão 'normal'. Os personagens Rui e Vani, vividos pelos atores Luis Fernando Guimarães (que também atuava na TV Pirata) e Fernanda Torres, eram brancos, saudáveis e moravam numa metrópole. A despeito de tanta normalidade, eles evidenciavam a cada episódio seus piores sentimentos, frustrações, dilemas existenciais, desejos proibidos e um unânime deslumbramento pelo consumo. Apesar de todo o contexto do episódio ser risível, eram os protagonistas os alvos das piadas. Eles mostravam aos telespectadores que a 'normalidade' é uma convenção social, e que de perto, ninguém é tão normal assim.

O final precoce do programa evidencia outro fenômeno pós-moderno: o da obsolescência. Por melhor que seja o produto, impossível permanecer por muito tempo no ar por causa da necessidade da indústria cultural de renovar seus produtos.

Mas parece que um programa humorístico com características pós-modernas foge a este destino cruel: o desenho norte-americano para adultos "Os Simpsons". A exemplo da cantora Madonna, que consegue se reinventar a cada temporada, "Os Simpsons" conseguem ser atuais, mesmo estando há quase 20 anos no ar, por causa do inquestionável talento do criador Matt Groening em atualizá-lo de acordo com o movimento da sociedade capitalista contemporânea.

Se o foco das piadas em seus primeiros programas era o relacionamento conflituoso da família média americana, hoje, o foco volta-se para as conseqüências de uma sociedade baseada no consumo, refletida no cotidiano de pessoas comuns da classe trabalhadora. E com uma grande dose de caricatura a fim de que as pessoas possam ver, através do exagero, suas atitudes através daqueles personagens.

Com o passar dos anos, o personagem Hommer, que é o chefe da família, ganhou espaço no programa ao personificar o americano comum: gordo, careca, viciado em TV, burro e inseqüente. Não é à toa que o personagem foi eleito em pesquisa recente, como sendo a figura que os norte-americanos mais se identificam. Seria Hommer um grotesco romântico? Um Dom Quixote pós-moderno?

Mas não é apenas a TV e o consumismo que são criticados no desenho com doses fartas de humor negro no desenho. Toda a máquina que estrutura a sociedade americana, e por conseqüência, toda a sociedade ocidental, é alvo de piada: a escola, o congresso nacional, a indústria, a medicina, a ciência, a publicidade, os padrões estéticos, os vícios, a indústria cultural. Só que a sátira *simpsoniana* nem de longe lembra a crítica contundente dos teóricos alinhados à modernidade, que buscavam a transformação social através da conscientização e revolução nos costumes. A crítica pós-moderna incorpora o discurso de quem está sendo criticado, de maneira irônica. A função aqui, não é derrubar instituições, mas explicitar o risível da vida através da crise moderna, com boas doses de sarcasmo.

Considerações Finais

Os estudos em mídia-educação têm demonstrado que os artefatos midiáticos não se constituem apenas em fonte de entretenimento, mas em poderosos veículos pedagógicos de formas culturais. E a linha pós-crítica da educação procurou resgatar a contribuição da sociedade na elaboração destes artefatos, mostrando que a relação não é de pura passividade, mas de troca. Esta percepção é possível de ser observada nos programas humorísticos da TV aberta, que ora avançam na questão multicultural de abrir espaço para outras representações culturais, ora retrocedem, de acordo com o movimento social trazido nos índices de audiência.

Este movimento de vem e vai está se direcionando a uma nova segmentação de mercado, em que a percepção senso comum sobre os grupos sociais tem maior espaço na TV aberta, enquanto uma visão mais abrangente sobre todas as representações culturais possíveis é detectada na TV a cabo ou por satélite, cujo público de maior poder aquisitivo, a grosso modo, também é mais exigente no que se refere à inovação da linguagem televisiva.

Este fosso de representações encontrado na mídia tem reflexos na questão educacional, na medida que os estudantes de escolas públicas, em geral, só têm acesso ao discurso senso comum da TV aberta. Estas representações *performatizadas* pela mídia são reproduzidas pelos estudantes, que ficam cada vez mais distantes das discussões sociais trazidas pela mídia diferenciada. Trabalhar os temas vinculados à pós-modernidade e multiculturalismo dentro da escola é uma maneira de minimizar o problema e democratizar o acesso à mídia de qualidade, cuja preocupação central não é comercial, mas artística.

Referências

BUTLER, J. **Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity**. New York: Routledge, 1990.

ELLSWORTH, E. **Teaching Positions: difference, pedagogy and the power of address**. New York: Teachers College / Columbia University, 1997.

FISCHER, R. M. B. **Televisão & Educação: fruir e pensar a TV**. Belo Horizonte: Autêntica, 2001.

KAYSER, W. **O grotesco**. São Paulo: Perspectiva, 1986.

KUPERMANN, D. **Humor: o necessário, o esquecido, o suficiente**. VI Fórum Brasileiro de Psicanálise da Unisinos - São Leopoldo. Disponível em: <<http://www.gradiva.com.br/grotesco2.htm>>. Acesso em: 10/07/2004.

LIPOVETSKY, G. **A era do vazio**. Lisboa: Relógio D'água, 1989.

PIERUCCI, A. F. **Ciladas da Diferença**. São Paulo: USP/Editora 34, 2000.

ROUDINESCO, E. **Por que psicanálise?** Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2000.

SILVA, T. T. A produção social da identidade e diferença. In: SILVA, T. T. (org.). **Identidade e Diferença – A perspectiva dos estudos culturais**. Petrópolis: Vozes, 2000.