



**Universidade do Estado do Rio de Janeiro**

Centro de Educação e Humanidades

Instituto de Letras

Lúcia Deborah Araujo de Salles Cunha

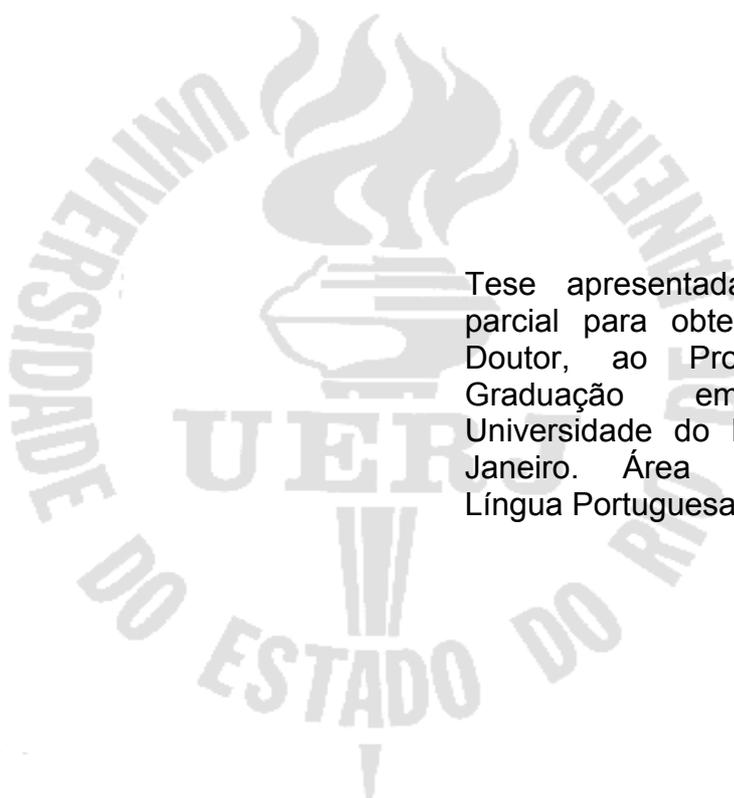
**Brasil brasileiro: o léxico e a identidade nacional**

Rio de Janeiro

2010

Lúcia Deborah Araujo de Salles Cunha

**Brasil brasileiro: o léxico e a identidade nacional**



Tese apresentada, como requisito parcial para obtenção do título de Doutor, ao Programa de Pós-Graduação em Letras, da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Área de concentração: Língua Portuguesa

Orientadora: Profa. Dra. Darcilia Marindir Simões

Rio de Janeiro  
2010

CATALOGAÇÃO NA FONTE  
UERJ/REDE SIRIUS/CEHB

C972 Cunha, Lucia Deborah Araujo de Salles.  
Brasil brasileiro: o léxico e a identidade nacional / Lucia  
Deborah Araujo de Salles Cunha. – 2010.  
173 f.

Orientadora: Darcilia Marindir Pinto Simões.  
Tese (doutorado) – Universidade do Estado do Rio de  
Janeiro, Instituto de Letras.

1. Sociolinguística – Teses. 2. Identidade social (Brasil) –  
Teses. 3. Semiótica – Teses. 4. Cultura – Modelos semióticos –  
Teses. 5. Iconicidade (Linguística) – Teses. 6. Características  
nacionais – Teses. 7. Contexto (Linguística) – Teses. I.  
Simões, Darcilia Marindir Pinto. II. Universidade do Estado do  
Rio de Janeiro. Instituto de Letras. IV. Título.

CDU 800.86

Autorizo, apenas para fins acadêmicos e científicos, a reprodução total ou parcial desta tese

---

Assinatura

---

Data

Lúcia Deborah Araujo de Salles Cunha

**Brasil brasileiro : o léxico e a identidade nacional**

Tese apresentada, como requisito parcial para obtenção do título de Doutor, ao programa de Pós-graduação em Letras da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Área de concentração Língua Portuguesa.

Aprovado em 15 maio de 2010

Banca examinadora:

---

Darcília Marandir Pinto Simões (Orientadora)  
Instituto de Letras da UERJ

---

Tânia Maria Granja Shepherd  
Instituto de Letras da UERJ

---

José Carlos S. Azeredo  
Instituto de Letras da UERJ

---

Maria Suzett Biembengut Santade  
Faculdade de Letras da UNIMEP

---

Eliana Meneses de Melo  
Faculdade de letras da USP

Rio de Janeiro

2010

## DEDICATÓRIA

Aos meus pais, Licio e Tania, mãos firmes sempre segurando as minhas, presença certa em todos os momentos, estímulo precioso em todas as jornadas – pelos seus olhos, enxergo o passado e me faço alguém melhor no presente;

Aos meus filhos, Leonardo, Luísa e Laís, sorrisos da vida em resposta aos meus sonhos, energia divina de vínculo eterno, amor sem explicação e alegria maior dos meus dias – pelos seus olhos, o futuro desponta para mim.

## AGRADECIMENTOS

À energia maior, a que chamamos Deus, por inexplicável e indiscutivelmente se associar a esta produção;

À minha aluna Izadora P. C. Barata, que, inspirada, me deu este tema/problema no momento exato;

Ao meu irmão, Licio Bruno, preferido e único, que me brindou com os meios necessários para produzir e crescer, partilhando e compartilhando as minhas dúvidas, os meus receios e também as minhas certezas;

À minha orientadora, Profa. Dra. Darcília Simões, por acreditar, como eu, que o ser humano é grande, é incrível e é capaz de ser melhor a cada dia e por embarcar numa viagem-desafio que transcende o acadêmico e se inscreve na ordem do amor universal;

À Profa. Dra. Tania Shepherd, pela acolhida, pelos caminhos apontados e, sobretudo, pela disposição em co-orientar este trabalho – sem sua participação, sem suas intervenções benfazejas, não teria sido possível concretizá-lo;

Ao meu amigo e orientador do mestrado, Prof. Dr. José Carlos Azeredo, por tantos desafios propostos, pelas parcerias realizadas e pela amizade que nos faz cúmplices nesta e em outras jornadas;

Às Professoras Dras. Maria Suzett Biembengut Santade e Eliana Meneses de Melo, por terem abrilhantado com seus nomes e inteligências a avaliação deste trabalho, deslocando-se de seus Estados para o Rio de Janeiro, e ao Prof. Dr. Marcelo Diniz, por emprestar seu talento e espírito crítico à banca – ser avaliada por pesquisadores de seu quilate muito me honra;

Ao Prof. Dr. André Crim Valente, pela preciosas ponderações e sugestões por ocasião da concepção do trabalho e pela presença mais que especial na banca de avaliadores;

Aos meus amigos e companheiros de trabalho André Biondo e Roosevelt Anderson – ao primeiro, por ter colocado o livro certo em minhas mãos no momento em que eu mais precisava, dando rumo às minhas reflexões sobre identidade, e ao segundo, pela leitura crítica desse conteúdo, severa e amiga a um só tempo;

À minha ex-aluna e hoje grande amiga Taísa Cristina da Costa Santos, por ter-me facilitado o caminho para os dados do cópuz, com sua competência tecnológica de Engenheira da Computação, e, ao mesmo tempo, ter-me animado em momento de apreensão pelos resultados;

A Ivo Sá, pela versão em inglês do resumo, vista e revista com carinho e amizade;

A minhas amigas Kátia Rebello e Fátima Bispo, companheiras de longa data de desafios e questionamentos, linguísticos ou não, sem as quais eu não teria seguido e muito menos conseguido – a amizade é mesmo um grande motor;

A todos os meus colegas de trabalho - meus *amigos* de trabalho -, pelo apoio dado em momentos difíceis, pela torcida nos momentos decisivos, pela guarida nos momentos de necessidade, pelas reflexões trocadas sobre o tema, pelos abraços nos momentos de insegurança; eu os homenageio nas pessoas de Maruzza Murray, Dinaldo Medeiros e Ivail Muniz (Colégio Zaccaria), Jesen Santos (Colégio Pedro II), Nelson Duarte e Roberto Moreira (Colégio Palas), Mônica Cyríaco (Escola Modelar Cambaúba) e Gilda Korff (Universidade Estácio de Sá);

Aos meus alunos queridos, todos, de todos os tempos, que foram espectadores, alguns, parceiros, outros tantos, e torcedores apaixonados, muitos deles, vibrando e acompanhando cada passo deste caminho, curiosos como filhotes, e agitados como corredeiras, mas, acima de tudo, sendo amigos presentes, sorridentes, aprendizes e professores a um só tempo;

A todos os amigos pessoais, que apoiaram meu percurso profissional e acadêmico, sendo bons ouvintes nos momentos tensos, sendo tolerantes com todas as minhas faltas aos compromissos sociais e vibrando comigo nas conquistas;

Finalmente, a Lício, Tania, Leonardo, Luísa, Laís, Lício Bruno, Adalgisa, Pedro Ivo, Larissa, Danielle, Cid e a toda a minha família grande - Rodrigues de Souza, Ramos de Araujo, Salles Cunha –, pelo estímulo, pela crença, pelo amor constantes.

Há que ter raiz, sim. Mas quem tem demasiada raiz não chega nunca a ganhar asas.

Alguns insistem que a identidade pede pureza e essência. A única maneira de sermos puros, porém, é sermos híbridos. A verdade é que só seremos um se formos muitos. E só seremos felizes se abraçarmos identidades plurais, capazes de reinventarem e se misturarem em imprevisíveis simbioses e combinações.

*Mia Couto*

## RESUMO

CUNHA, Lúcia Deborah Araujo de Salles. *Brasil brasileiro: o léxico e a identidade nacional*. 2010. 173 f. Tese (Doutorado em Língua Portuguesa) – Instituto de Letras, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2010

Esta pesquisa dedica-se a realizar um trabalho com base no diálogo entre teorias semióticas e a Linguística de Córpus, estudando, especificamente, marcas linguísticas que possam caracterizar o perfil do brasileiro e suas características socioculturais plurais. Interessam-nos, sobretudo, os substantivos e adjetivos em função nomeadora e/ou qualificadora dos termos ‘Brasil’ e ‘brasileiro’. Com isso, pretende-se oferecer um panorama bastante próximo da realidade linguística do brasileiro e de sua identidade. Para que os resultados sejam significativos, contamos com o concurso da Linguística de Córpus, servindo-nos de base a obra *Linguística de Corpus* (SARDINHA, 2004). Com a Linguística de Córpus, adotando a pesquisa direcionada pelo córpus (*corpus-driven research*) como metodologia, se pôde levantar, quantificar e tabular os signos em uso, identificando-lhes a frequência e a organização em feixes lexicais para avaliá-los quanto à significância no trato comunicativo. No desenvolvimento da análise e leitura crítica dos dados coletados, amparou-nos a Semiótica de extração peirceana, mais especificamente da Teoria da Iconicidade Verbal (SIMÕES, 2007), que permitiu delinear o potencial icônico das palavras de busca e de seus colocados. Com relação ao conceito de identidade em suas faces filosófica, social e antropológica, fornecem-nos suporte os pensamentos de NIETZSCHE (1991) acerca da necessidade do esquecimento para a construção de uma identidade e de HALL (1998), quanto aos eixos temporais que presidem o processamento discursivo dos fatos históricos e, por conseguinte, da construção identitária. O contraponto entre estes últimos autores contribui para a definição dos gêneros textuais interessantes à pesquisa, basicamente os textos argumentativos, publicados em jornais de grande circulação, no eixo Rio-São Paulo. A respeito da identidade na sociedade em rede, característica da contemporaneidade, apoia-nos obra de CASTELLS (2006). Os estudos específicos sobre a identidade nacional amparam-se sobretudo em DAMATTA (1978 e 1989) e LEITE (2007). A pesquisa demonstrou que a iconicidade lexical vem a ser mais apropriadamente delineada a partir de um universo de dados amplo, ao qual se tem acesso a partir da Linguística de Córpus, sendo, portanto, correto afirmar que os traços componentes da identidade brasileira podem ser apreendidos em seu estágio atual com base na análise de um córpus construído a partir de textos publicados em jornais, representativos das vozes e do pensamento de um estrato social formador de opinião. No contexto de transformações sociais e políticas que ocorrem no Brasil entre os anos 2005 e 2010, a investigação da identidade nacional e a apuração do autoconceito do brasileiro pôde apontar que alguns paradigmas historicamente estabelecidos estão sendo alterados, enquanto outros ainda persistem. O perfil identitário apurado pela pesquisa favorece a construção, por parte do estudioso da linguagem e, mais especificamente, do docente de língua portuguesa, de uma visão atualizada da identidade nacional, no recorte analisado, permitindo um trabalho consciente com as habilidades e competências vinculadas ao desenvolvimento da identidade nacional, conforme orientam os Parâmetros Curriculares Nacionais.

Palavras-chave: Identidade. Linguística de corpus. Língua Portuguesa. Ensino.  
Iconicidade

## ABSTRACT

This research has the purpose to perform a survey based on the dialogue between semiotic theories and Corpus Linguistics, studying, specifically, the language marks that may characterize the profile of the various Brazilian socio-cultural characteristics. Our special interest is to focus on the nouns and adjectives that nominate and / or qualify the terms 'Brazil' and 'Brazilian'. Through this study, we intend to reach a panorama which is very close to the linguistic reality of the Brazilian people and their identity. We have worked with the Corpus Linguistics, based on the book *Corpus Linguistics* (SARDINHA, 2004). We chose the corpus-driven research as a method, which allows raising, quantifying and tabulating the signs in use, in order to identify their frequency and lexical organization in bundles, so that they could be evaluated as to their significance in the communicative scene. The theories and works that bolstered this thesis were the Semiotics by Charles Sanders PEIRCE (2000), the works on semiotics by ECO (2007) and SANTAELLA (1996, 2000 e 2001), and the Theory of Verbal Iconicity (SIMOES, 2007). This one aims to establish the iconic potential of the search words in their context. Regarding the philosophical, social and anthropological readings on identity, this work is supported by the thoughts of NIETZSCHE (1991) in an article on the need of forgetfulness in order to build an identity. Another work which supports our conclusions is HALL's paper (1998) on the timelines that govern the discourse processing of the historical facts, which shows how they interfere in the construction of the identity. The counterpoint between these latter authors contribute to the definition of the text genre relevant to this research – there were used basically argumentative texts, published in major newspapers in Rio and Sao Paulo. Regarding the identity in the network society as a contemporary issue, the work of CASTELLS (2006) was of great help. The studies on the Brazilian identity by DAMATTA (1978 and 1989) and LEITE (2002) also give basis to the considerations of this thesis. The research showed that the lexical iconicity comes to be more appropriately viewed from a broad universe of data, which has been provided by a large corpus (8 million words approximately) dealt with in the Corpus Linguistics methodology. It's therefore correct to say that components of Brazilian identity may be seized in its current state based on the analysis of a corpus built from texts published in newspapers, representing the voices and thoughts of a social stratum and opinion formers. The investigation of national identity and the self-concept of the Brazilian in the context of social and political transformations that have occurred in Brazil between 2005 and 2010 pointed out that some historically established paradigms have been going through a process of change, while others have persisted. The National Curriculum Parameters in Brazil establish topics on national identity to be developed by native teachers of Portuguese language. The results of this work are meant to be helpful to the aforementioned teachers.

Keywords: Identity. Corpus Linguistics. Portuguese Language. Education. Iconicity

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1	Construção da Identidade, segundo Castells	34
Figura 2	Tipos de construção da identidade	39
Figura 3	Reprodução da tela do <i>hotsite</i> para acesso aos filmes <i>Valores do Brasil</i>	61
Figura 4	Cena final do filme publicitário da ABA, <i>Eu sou brasileiro e não desisto nunca</i>	61
Figura 5	Relação Triádica no Signo, segundo Peirce	71
Tabela 1	Elementos da Estrutura Semiótica Peirceana	80
Figura 6	<i>Coexist</i>	82
Tabela 2	Corpora da Língua Portuguesa	101
Figura 5	Jornais de maior tiragem nacional em 2005-2006	104
Figura 6	Jornais de maior tiragem nacional em 2007	104
Figura 7	Jornais de maior tiragem nacional em 2008	105
Figura 8	Perfil do leitor de O Globo	106
Figura 9	Perfil de leitor da Folha de São Paulo	107
Figura 10	Tela do <i>Wordsmith Controller</i>	113
Figura 11	Tela da Ferramenta <i>WordList</i>	114
Figura 12	Tela da Ferramenta <i>Concordance</i>	115
Figura 13	Tela da Ferramenta <i>Keywords</i>	116
Figura 14	<i>WordList</i> , Janela S	120
Figura 15	<i>WordList</i> , Janela F	120
Figura 16	Colocados com <i>Brasil</i> , no ano de 2005	124
Figura 17	Feixes lexicais para <i>Brasil</i> , em 2005	125
Figura 18	Feixe lexical <i>um país como o Brasil</i> em sua iconicidade	126
Tabela 3	Corrupção como cotexto de <i>Brasil</i>	129
Figura 19	Cartaz da Campanha do PT à Presidência da República, em 2002	130
Figura 20	Quadro de resultados para <i>o Brasil é</i> , em 2005	133
Figura 21	Colocados com <i>o brasileiro</i> – 2005	136
Figura 22	Feixe lexical <i>capacidade do brasileiro</i> - 2005	137
Figura 23	Colocados com <i>brasileiro</i> e flexões - 2005	138
Tabela 4	Quadro comparativo dos colocados com <i>Brasil</i> , 2005-2010	140
Figura 24	Charge de Lute sobre Lula e Obama	143
Figura 25	Charge de Mangabeira sobre Lula no G20	144
Figura 26	Chefes de Estado da reunião do G20, em 2009, na Inglaterra	144
Tabela 5	Feixes lexicais para <i>brasileiro</i> , de 2005 a 2010	146
Figura 27	Quadro de colocados com <i>o brasileiro</i> , 2005-2010	150
Figura 28	Feixes lexicais para <i>o brasileiro</i> , 2005-2010	151
Tabela 6	Quadro de Colocados com <i>brasileiros</i> , de 2005 a 2010	153
Tabela 7	Concordância com <i>o brasileiro é</i> , de 2005 a 2010	155

## LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

- CGL** Saussure, F. *Curso de Linguística Geral*. Publicado em 1912, edição usada de 1978
- CMH** DaMatta, R. *Carnavais, malandros e heróis*. Publicado em 1978, edição usada de 1997
- CP** Peirce, C. S. *Collected Papers*. Publicado em 1931, edição usada de 2000
- RB** Holanda, S. *Raízes do Brasil*. Publicado em 1936, edição usada de 1978
- TGS** Eco, U. *Tratado Geral de Semiótica*. Publicado em 1932, edição usada de 2007
- WST** *Wordsmith Tools*, programa desenvolvido por Mike Scott, para a *University of Oxford*

# SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b>	16
<b>1 IDENTIDADE: A MARCA DO RECONHECIMENTO</b>	29
<b>1.1 Conceito de identidade</b>	29
1.1.1 <u>Abordagens ao longo da história</u>	30
1.1.2 <u>Imagem nacional</u>	32
<b>1.2 A construção da identidade e seus tipos</b>	34
1.2.1 <u>A identidade legitimadora</u>	35
1.2.2 <u>A identidade de resistência</u>	36
1.2.3 <u>A identidade de projeto</u>	37
<b>1.3 A construção da identidade na pós-modernidade</b>	39
1.3.1 <u>Nação, nacionalismo, globalização</u>	41
1.3.2 <u>Significados sociais na sociedade em rede: comunas culturais</u>	44
<b>1.4 Brasil: mil faces sob a face neutra</b>	46
1.4.1 <u>As raízes do Brasil</u>	47
1.4.2 <u>Palmeiras e condores</u>	49
1.4.3 <u>A força da 'raça'</u>	51
1.4.4 <u>Carnaval e cordialidade</u>	53
1.4.5 <u>Pandeiros e roda-viva</u>	57
1.4.6 <u>Caras e corrupções</u>	59
<b>2 A SEMIÓTICA COMO CAMINHO</b>	66
<b>2.1 Signo e objeto semiótico: conceitos distintos</b>	67
<b>2.2 Operações Semióticas</b>	68
<b>2.3 A Semiótica de extração peirceana – base teórica</b>	70
2.3.1 <u>O conceito de signo</u>	70
2.3.2 <u>A tríade peirceana</u>	72
2.3.2.1 O ícone	73
2.3.2.2 O índice	76
2.3.2.3 O símbolo	78
2.3.3 <u>A teoria dos interpretantes de Peirce</u>	80

<b>2.4 Semiótica e Cultura</b>	84
2.4.1 <u>Práticas semióticas e ideologia</u>	87
<b>2.5 A Teoria da Iconicidade Verbal de Simões</b>	91
2.5.1 <u>A Estrutura da Teoria</u>	92
2.5.2 <u>A iconicidade lexical</u>	94
2.5.3 <u>Alta ou baixa iconicidade</u>	95
2.5.4 <u>A iconicidade isotópica</u>	97
<b>3 A LINGUÍSTICA DE CÓRPUS COMO FERRAMENTA</b>	98
<b>3.1 Atuação da Linguística de Córpus</b>	98
3.1.1 <u>Breve histórico da Linguística de Córpus</u>	99
3.1.2 <u>A Linguística de Córpus e a Língua Portuguesa</u>	100
<b>3.2 O córpus da pesquisa</b>	102
3.2.1 <u>Os veículos-fonte</u>	102
3.2.1.1 Perfil de <i>O Globo</i>	105
3.2.1.2 Perfil da <i>Folha de São Paulo</i>	106
3.2.2 <u>O direcionamento pelo córpus: <i>corpus-driven research</i></u>	108
<b>3.3 Coletando dados da internet - HTTrack e Parser</b>	109
<b>3.4 Organizando os dados</b>	112
<b>3.5 WordSmith Tools – ferramentas para a descrição linguística</b>	112
3.5.1 <u>Os componentes do WST</u>	113
3.5.2 <u>Manipulando os dados com o WST</u>	117
3.5.2.1 A significância da frequência	117
<b>4 A CARA DO BRASIL</b>	122
<b>4.1 Brasil brasileiro em 2005</b>	123
4.1.1 <u>Brasil, em 2005</u>	123
4.1.2 <u>Brasileiro, em 2005</u>	135
<b>4.2 Brasil brasileiro no córpus geral</b>	139
4.2.1 <u>Brasil, de 2005 a 2010</u>	140

4.2.2	<u>A busca em torno de <i>brasileiro</i> e variações, de 2005 a 2010</u>	146
4.2.2.1	<i>Os brasileiros</i>	153
4.2.2.2	<i>O brasileiro é</i>	154
<b>5</b>	<b>CONCLUSÕES</b>	158
	<b>REFERÊNCIAS</b>	167

## INTRODUÇÃO

### Justificativa

A articulação do pensamento com a expressão e com o meio constitui matéria de estudo para diversas áreas. Pesquisas no campo da cognição produziram o conceito de modelos mentais, representações construídas pela mente, a partir de situações reais percebidas ou imaginárias ou, ainda, através da compreensão de discursos.

Numa interação, diante de um texto, qualquer que seja o seu tipo, os falantes tendem a consolidar uma impressão geral do que ali se trata e, mesmo depois, já distantes do objeto-texto, conseguem recuperar de modo genérico o seu conteúdo. Isso se deve à construção de um modelo mental relativo ao texto, como explica VAN DIJK (2000), ao qual se segue a construção de um modelo de situação (relativo à situação apresentada pelo texto).

Num grupo social, em função de origem comum, vivências comuns e valores construídos sobre uma base sócio-histórica comum, são construídos modelos que passam a funcionar como referência para o grupo e que são compartilhados por seus membros. Assim, um texto que apresente uma cena de briga, evocará o modelo de situação “briga” formado anteriormente pelo usuário da língua ou permitirá a construção desse modelo, caso ainda não exista.

A repetição de modelos tende a produzir uma standardização, uma padronização que, por sua vez, participará da construção de modelos abstratos, mais gerais, já descontextualizados, por se encontrarem afastados da situação original. Produzem-se, assim, estereótipos, com base no que Van Dijk (2000, p.162) chama de “memória semântica” ou “memória social” – são os chamados *frames* e *scripts*, importantes tanto na construção de modelos novos como na reedição/atualização de antigos.

Os modelos de situação assumem destacado papel no que tange a produção e a compreensão do discurso, fornecendo “o tão necessitado ‘ponto de partida’ para a construção de representações semânticas a serem expressas no discurso” (Van Dijk, 2000, p.164) e conduzindo o estabelecimento da coerência, através da recuperação de informações relativas a eventos anteriores e muitas

vezes mescladas com associações subjetivas feitas pelo indivíduo na ocasião da vivência de um evento.

A situação comunicativa caracterizaria um tipo específico de modelo de situação, partindo-se do princípio de que

os usuários da língua constroem também um modelo dinâmico, em contínua mutação (especialmente na conversação) do contexto comunicativo atual. Esse modelo representa as mais relevantes propriedades sociais e pessoais do falante e do ouvinte, incluindo seus (supostos) modelos de situação velhos ou atuais [...] e um conjunto de propriedades relevantes da situação social de fala e texto [...] (VAN DIJK, 2000:165).

Fica assinalada a importância do papel dos modelos de situação na produção de uma cognição não apenas linguística, mas social, na forma de *frames* e *scripts*, derivada do compartilhamento de experiências sociais e de modelos culturais, que representam crenças avaliativas e expressam a subjetividade. Modelos funcionariam como condutores da compreensão do texto, “controlando como [os leitores] representam os eventos e a situação de que o texto trata” (VAN DIJK, 2000, p.173). Nesse sentido, seriam eles responsáveis pelo diálogo entre a dimensão individual e social da compreensão do texto, permitindo, numa visão estrutural, que se lance um olhar atento à base cognitiva de estruturas gramaticais ou textuais.

Na verdade, podemos estender esta visão ao plano da seleção lexical, supondo que, no uso linguístico e nas interações comunicativas, pertencentes à esfera do discurso, também se atualizem modelos determinantes de inserções/exclusões vocabulares, em função das mesmas crenças e dos mesmos valores a que se fez referência anteriormente. Sabemos, com Van Dijk, (2003) que os usos linguísticos socialmente praticados carregam marcas ideológicas, seja por assumirem um posicionamento ideológico específico ou por reunirem informações culturalmente assentadas, que comporiam o arcabouço da comunidade na qual se inscreve o falante. Seriam compostos “*schemata* específicos de grupo, organizados através de categorias que representam nossa identidade, a estrutura social e a posição do grupo” (VAN DIJK, 2003, p.390).

O vocábulo **identidade**, em sua etimologia, veicula o sentido de repetição (presença do sufixo –it, de caráter reiterativo, na forma latina)<sup>1</sup>. Assim, a identidade

---

<sup>1</sup> Segundo o Prof. Me. Luiz Karol, professor de Língua e Literatura Latina da UFRJ, a investigação da etimologia de identidade revela a presença do sufixo –(i)t, que, “em latim, é formador de substantivos abstratos, o que

vem a ser uma espécie de 'igualdade repetida', ao longo do tempo, construída por sucessivas experiências que produzem cristalizações. Nos dizeres de Eni Orlandi (2003), a construção de sentido sociais para as experiências percorre um caminho que vai do apagamento de memórias anteriormente construídas (o já-dito) ao estabelecimento de novos sentidos, após a superação de resistências à novidade. Segundo a autora, é dessa forma, que o sem-sentido se torna sentido, num processo que ela diz ser de simbolização (e que aqui, em consonância com os princípios teóricos abraçados, chamaremos de construção sógnica, ou semiose), no qual ideologia e inconsciente social desempenham importante papel.

Nesse sentido, a leitura crítica das escolhas lexicais, feitas por um grupo social no que tange a um determinado assunto, pode ser reveladora dos modelos subjacentes à atividade comunicativa, como se disse em Salles Cunha (2004:44-45):

(...)há um caldo cultural pleno de crenças, histórias, vivências grupais, que informa e, simultaneamente, forma a expressão individual. Sabemos, por isso, que nenhuma expressão individual é exclusiva – há sempre uma sociedade a falar através dele, ainda que este se coloque contrariamente aos valores daquela.

Levando-se em conta os princípios acima expostos, vemos a prática discursiva como um autêntico ícone de identidades sociais, dos sistemas de conhecimento e crença. Entendemos, no entanto, que a defesa de um determinismo social sobre o discurso (ou vice-versa) resultaria numa abordagem redutora do binômio discurso/sociedade, pelo que uma proposta dialética seria mais adequada. Assim, reconhecendo a dinâmica inerente ao conjunto, consideramos que estariam em relação de mútua referência as seleções lexicais operadas em usos linguísticos socialmente marcados e os substratos sócio-ideológicos – os modelos culturais – característicos de um grupo.

As relações entre pensamento e linguagem têm motivado inúmeros estudos e publicações. Vygotsky, Piaget e outros psicólogos interessados na relação entre linguagem e aprendizagem debruçaram-se sobre o tema, chegando o primeiro a apontar a importância do social no desenvolvimento da fala. Para Vygotsky,

---

sugere um caráter iterativo dessa partícula: uer-it-as (< uerus, verdadeiro), caráter presente em tudo que é verdadeiro". Informação fornecida pelo filólogo, em correspondência, em 21 de novembro de 2009.

(1998), há uma relação tão estreita entre pensamento e linguagem, que não é possível determinar seus limites.

Investigando também o assunto e centrando suas reflexões sobre os vínculos entre *idéia* e *forma*, Claret (1980:32) postula a existência de uma relação dinâmica não opositiva entre esses elementos e afirma que “a língua não é simples sistema de signos destinado a servir de revelador a outro sistema subjacente, que seria o mundo dos nossos pensamentos”. A forma seria um requisito para a própria eclosão do pensar, da idéia – conceito que leva o autor a identificar falar com pensar, reconhecendo na forma um caminho para desenvolver e aprimorar a idéia. Ele lança uma questão sobre que elementos motivariam a seleção lexical e sugere que estudos sintáticos seriam de grande valia.

Entendemos que a sintaxe, se vista isoladamente, apenas assinalaria as possibilidades do sistema para que o falante fizesse suas escolhas e permitiria aferir a gramaticalidade e a aceitabilidade de enunciados produzidos por ele, em função dos elementos recrutados ao sistema. Para aprofundarmos a discussão e atingirmos os modelos subjacentes à atividade linguística, bem como para estudarmos sua significância no campo social, é necessária uma abordagem discursivo-semântica e uma leitura de base semiótica, que revele como as categorias e, mais especificamente, alguns itens lexicais se articulam em situações de interação comunicativa, em função de intencionalidades pessoais e dos modelos representados. A *Teoria da Iconicidade Verbal*, de Simões (2009), que serve de referência e orientação a esta tese, parte da base teórica estabelecida por Peirce em sua *Semiótica* e avança para uma investigação da relação objeto/signo, materializada no texto. Tal relação é vista como uma representação, ela mesma, dos modelos culturais que informam uma sociedade ou um grupo, sendo, portanto, significativa dos padrões subjacentes e permitindo, assim, uma leitura dos valores atualizados nos discursos.

Considerando, portanto, que a língua é uma representação social e que a fala/escrita são representativas de modelos mentais/culturais atualizados no indivíduo inscrito na sociedade, é plausível supor que o percurso inverso seja bastante revelador, ou seja, partindo-se do produto concreto – o texto – e passando pelos elementos discursivos que tipificam cada ato de fala, seria possível chegar ao modelo cultural que informa o discurso.

É o que ensaia, de modo apenas superficial, Holanda (1977), em seu *Raízes do Brasil* (RB, 1936), ao tecer comentários sobre a linguagem do brasileiro como representação de aspectos característicos de seu ser: “No domínio da linguística, [...] esse modo de ser parece refletir-se em nosso pendor acentuado para o emprego dos diminutivos.” Na obra, esse comentário se articula com a conceituação do brasileiro como “homem cordial” – aquele que se apresenta hospitaleiro, lhamo no trato, generoso.

Esses traços, supostamente definidores do caráter do brasileiro, não seriam, segundo o autor, indícios de civilidade, mas de uma emotividade extremada. O brasileiro, de fato, apresentaria comportamento avesso a rituais formais; portanto, a proclamada cordialidade constituiria apenas um envoltório de sua essência – essa, verdadeiramente outra, como mostra DaMatta (1997), ao concentrar nas figuras do malandro e do herói renunciador inúmeras facetas do brasileiro, com os valores por ele cultivados. No entanto, o autor reconhece a força dos ritos (não dos rituais sociais impostos, mas daqueles profundamente enraizados na cultura nacional, como o carnaval) e neles enxerga um poder dramático, caracterizado pela repetição de modelos que “traduziriam” a identidade brasileira.

Discussões sobre a identidade nacional vêm de longa data:

Pensar a tensão entre identidade nacional e diversidade cultural impõe hoje a necessidade de se levar em consideração essas novas coordenadas teóricas e realidades político-econômicas. E o re-equacionamento da questão da identidade nacional brasileira enfrenta, de início, a desconfiança acerca da própria pertinência da questão. Não seria esta uma questão já resolvida? (MAIA, 2004, p. 5)

As descrições apresentadas por Holanda (1977) e DaMatta (1997), cujas reflexões foram publicadas originalmente em 1936 e 1978, podem não mais corresponder ao conceito do povo acerca do que seja a identidade do brasileiro; afinal, transformações sociais significativas ocorreram, especialmente nas últimas décadas do Século XX – trabalhadores, homens, mulheres, favelados, marginais, muitos malandros, outros tantos carnavais e mesmo alguns heróis participaram de uma ciranda pouco lúdica, perpassada por anos de autoritarismo, seguidos de convulsões sociais urbanas e de um estado de violência que a democracia infante não sabe como tratar. Eleições, *impeachment* de Presidente, conquistas esportivas que elevaram o espírito da população, sucessivos planos econômicos e a

consequente alteração no desenho da pirâmide social são alguns dos fatores que semearam no povo um desejo de mudança. Testemunhou-se a convergência de discursos que mantinham histórica relação antitética (de um lado, a esquerda; de outro, a direita) e que, no início do terceiro milênio, se apresentam trans/desfigurados, nas vozes de partidos e de políticos, revelando-se através de negociatas, arranjos, denúncias – eventos que atuaram de modo erosivo sobre a sociedade e seus valores, projetando o país numa inevitável revisão de suas crenças, de seu próprio caráter, enfim, de sua identidade.

### **O contexto histórico-social**

O Século XXI já nasce com um cenário de sociedade em rede, na qual os elementos locais por vezes dialogam, outras vezes se opõem aos elementos globais. Individualização e globalização são movimentos que se tornam, com frequência, excludentes. Nesse contexto, a identidade, tal como era conhecida, pode parecer coisa do passado; talvez careça mesmo de uma redefinição, mas o que se tem observado é uma necessidade, por parte de alguns povos, de não deixarem de ser eles mesmos, de conservar elementos culturais que os identificam dentre outros povos, resistindo às pressões.

Manuel Castells (2006), em obra dedicada a esse assunto, aponta a construção da identidade como um processo de elaboração de significados. O ponto de partida seriam experiências e memórias coletivas, eventos culturais, história, geografia, biologia, instituições produtivas e reprodutivas, fantasias pessoais, aparatos de poder e revelações de cunho religioso - passando pelo crivo da sociedade, em face das características histórico-sociais de um dado momento, produz-se um conjunto de referências que vem a ser a identidade daquele grupo social ou sociedade.

Umberto Eco (2007) apresenta uma leitura do papel da semiótica que se coaduna plenamente com as ideias de Castells: entende a cultura e a identidade como um grande constructo sógnico, que deve ser analisado à luz da semiótica. Segundo Eco, “é signo tudo quanto possa ser assumido com substituto significante de outra coisa” (ECO, 2007, p.4). E acrescenta: “O processo de significação só se verifica quando existe um código. Um código é um sistema de significação que une entidades presentes e entidades ausentes” (idem, p.6). Assim é que se torna natural

correlacionar os elementos que, da expressão dos indivíduos em sua língua materna, possam ser abstraídos e cujo potencial sógnico seja revelador da cultura, da identidade nacional. Eco advoga, como se verá mais detidamente, que a semiótica constitui a abordagem ideal quando se tem em vista a cultura, podendo mesmo substituir a antropologia cultural.

Com a crise política deflagrada pela denúncia de venda de votos (e de mentalidades), feita por um deputado federal, em junho de 2005, indivíduos e instituições tradicionalmente vistos/conceituados como padrão de ética e de moralidade dissolvem-se ante uma população perplexa e podem estar produzindo, na atualidade, os embriões de um novo conceito de brasileiro.

“Um homem, um meio, uma época serão caracterizados pelos modelos que se propõem e pela maneira pela qual os concebem”, afirma Perelman (1996, p. 414). Tal pensamento não apenas determina quanto os modelos funcionam como pistas para o desvendamento de uma sociedade, como provoca avaliações dos modelos estabelecidos. O autor afirma que o procedimento mimético de um grupo com relação a um modelo está fundado numa premissa de valor, ou seja, por reconhecer alguém/alguma instituição como prestigiosa, o grupo tenderá a reproduzir o seu comportamento. Associando uma situação específica a um padrão de comportamento, produz-se o que se denomina *pattern* (padrão). Padrões poderão ocorrer nos comportamentos sociais e nos discursivos. Entendendo, como se disse anteriormente, a língua como uma representação social, assumimos que os comportamentos linguísticos são de grande importância, podendo revelar ou mesmo velar crenças fundamentais. Neste último caso – o do velamento das crenças fundamentais –, o discurso não estaria como representação da crença, mas como expressão de conveniência e, portanto, os signos presentes teriam poder despistador da ideologia que de fato anima o discurso e da não-correspondência de seu produtor ao modelo propagado. Nos casos em que o comportamento linguístico revela o padrão, supôs-se que a leitura semiótica das escolhas lexicais apontaria as correspondências culturais e identitárias subjacentes, permitindo que se delineasse a identidade nacional – fosse ela, nesse momento, uma reafirmação, uma proposta ou uma reformulação (trataremos adiante dos tipos de identidade propostos por Castells e procuraremos identificar o padrão que corresponde à situação brasileira atual).

Ao se estudar detidamente produções discursivas correspondentes ao período histórico cujo marco inicial é a denúncia de corrupção que deflagrou a chamada “crise do mensalão”, partiu-se da suposição de que seria possível (nisso se baseia nossa hipótese de pesquisa) revelar a existência do que chamaremos ‘ritos léxico-semânticos’, ou seja, a presença repetida de signos que participem de padrões discursivos e sinalizem a presença de um modelo cultural representativo do ser brasileiro.

Para compará-los com o modelo histórico do ser brasileiro, interessou-nos desvendar o processo social-semiótico através do qual o brasileiro constrói de si uma imagem e a faz dialogar com modelos culturais já estabelecidos, atuando sobre a construção de sua própria identidade, seja reafirmando modelos ou redesenhando-os. Para tanto, o cópulo desta pesquisa foi composto de textos argumentativos, representativos de vozes do Brasil – editoriais, artigos, cartas de leitores dirigidas aos jornais de maior tiragem no país, cujos leitores se enquadram no perfil sócio-econômico A/B, ou seja, numa camada escolarizada, com hábito de leitura e com atitude crítica participativa. Considerou-se que essa camada, responsável pela circulação de informações e pela produção das ‘verdades’ a respeito do país e de seu caminho histórico, seria também formadora de opinião, funcionando, senão como paradigma, como sinalizadora dos valores identitários já estabelecidos e das possíveis mudanças a que estejam sujeitos.

### **A tipologia textual sob análise**

Nos trabalhos acerca do tema *identidade*, as narrativas têm sido apontadas como fonte primordial, pelo fato de atuarem como recuperadoras do passado e consolidadoras de valores. As narrativas históricas atuam, ao mesmo tempo, registrando eventos e desprezando outros, numa seleção que Nietzsche (1991) reputa como necessária e inevitável ao processo histórico. Para ele, a construção de uma identidade é um processo metafórico, dado pela afirmação de elementos e pelo esquecimento de outros, que já não colaboram para a unidade nacional ou não correspondem ao sentimento do que o coletivo crê ser ou quer ser. Segundo o filósofo alemão, a formação de um conceito de nação depende do esquecimento, como, aliás, a formação de qualquer conceito.

Tão certo quanto uma folha não é jamais totalmente idêntica a outra, da mesma forma o conceito folha foi formado graças ao abandono deliberado das diferenças individuais, graças a um esquecimento das características. E traz à tona então a representação, como se houvesse na natureza, dentro das folhas, alguma coisa que seria 'a folha'. (NIETZSCHE, 1991, p. 181).

Na verdade, trata-se do processo de construção sígnica, que inclui a identificação com um objeto e, conseqüentemente, para efeito de generalização conceitual, a redução desse objeto a traços essenciais, capazes de representar os que se lhe assemelham em tipo.

Dealtry (2002, p.193) apresenta a aproximação feita por Nietzsche entre os planos discursivo e histórico, ao dizer que, se a construção de um conceito requer o esquecimento deliberado das diferenças, assim “para a construção de uma nação una e homogênea é necessário que a memória e o esquecimento (re)construam periodicamente o passado. Ao escolher lembrar/esquecer de determinados eventos do passado confere-se autenticidade ao presente da nação.” Assim, para que os habitantes de um lugar se sintam uma nação, é preciso que esqueçam diferenças outrora existentes e invistam na construção de uma verdade coletiva, comum, capaz de identificá-los e uni-los numa identidade. É preciso que haja uma vontade coletiva nessa direção. Para Nietzsche, apenas o espaço narrativo teria as condições de promover a apropriação e a reconstrução do passado.

Não há dúvida de que os relatos históricos, essencialmente narrativos, com todas as suas idiossincrasias, determinantes de escolhas, seleções, apagamentos e mesmo distorções ideológicas dos eventos, sejam, de fato, elementos essenciais ao constructo identitário, contudo pretendemos ampliar a tipologia em discussão. Primeiramente, levando em consideração a realidade contemporânea da informação instantânea (ou quase), que, via rádio, televisão, internet ou outra mídia, como celular, permite o relato de um evento tão logo tenha acontecido, engolindo o tradicional lapso entre ocorrência e relato – a história desdobra-se em duas, a dos eventos pertencentes ao passado consolidado e a dos eventos pertencentes ao presente-quase-passado imediato. Em segundo lugar, por meio das mesmas mídias e do espaço que elas concedem à participação do cidadão comum, desenvolve-se a produção de textos reflexivos, de caráter argumentativo-opinativo, acerca dos temas da hora – são comentários, artigos, textos ‘postados’ em blogs, nos quais a história em construção é batida e rebatida, discutida, tanto pelo cidadão comum quanto pelo especialista, pelo jornalista, pelo teórico. Isso nos leva a considerar que, além dos

textos narrativos, como os relatos históricos, interessam à investigação da identidade nacional textos narrativos pontuais, como as notícias, e também outros tipos de texto, como cartas, artigos, comentários, cujo modo de construção se apresenta como argumentativo-opinativo. Tais textos seriam autênticos ícones do desenrolar histórico e, por conseguinte, da forma pela qual os cidadãos, em suas organizações discursivas, compreendem e representam sua nação e a si mesmos. Ampara-nos a visão de Hall (1998), segundo a qual a identidade nacional gira em torno de três grandes eixos temporais: passado, presente e futuro. Desse modo, recomenda-se que o caminho investigativo de sua expressão vá além dos textos narrativos, focalizados no passado, e englobe outros, em diálogo com o presente e com vistas ao futuro.

A opção por textos argumentativos se assenta na convicção de que, se as narrativas conferem caráter histórico a eventos e elementos que participam da identidade nacional, é através dos textos argumentativos que o exercício do questionamento e da crítica se desenvolve melhor. Considerando o contexto nacional de revisão de valores (inicialmente, para apenas depois haver propostas novas), esses textos argumentativos veiculados na mídia tornam-se especialmente interessantes, já que são produzidos por indivíduos que fazem do pensar a sua profissão ou por aqueles que, recusando uma postura de passividade, buscam os espaços midiáticos para se manifestarem criticamente.

## **Relevância**

É, sem dúvida, possível compilar uma quantidade significativa de itens lexicais contextualizados para configurar uma representação legítima, usando-se a Linguística de Córpus e, mais especificamente, os programas dedicados a levantamento e organização de tais itens – o Wordsmith Tools 4.0 é o principal deles. O desafio de aprender e utilizar ferramenta informacional específica não pode ser desprezado – é, em si, tarefa de importância, a exigir do pesquisador atualização e prontidão, mas a sua execução sinaliza possibilidades e caminhos para outros pesquisadores, numa parceria entre a Linguística de Córpus e os estudos de Língua Portuguesa.

Com vistas ao ensino, entendemos, com Pais (2004, p.97), que “embora não constitua uma solução cabal de todos os problemas da sociedade contemporânea, como é evidente, uma contribuição válida será, certamente, prosseguir nos estudos e pesquisas em semiótica das culturas e suas aplicações à educação”. Num momento de redefinição do que é ser brasileiro, motivada pelas tensões internas à sociedade brasileira e sua repercussão no (auto)conceito da nação, ganham importância as pesquisas capazes de colaborar para uma conscientização quanto ao modelo mental que preside a semiose do *ser brasileiro*, para, então, poderem-se definir alvos certos para o ensino da língua materna.

A relevância desta pesquisa se estabelece, finalmente, em função do momento histórico vivido pelo povo brasileiro e pela necessidade que o professor de Língua Portuguesa tem de subsídios teóricos capazes de orientar uma atuação crítica em sala de aula, sobretudo no tocante à construção da cidadania, essencial para o atendimento aos PCN. Além disso, sempre que a academia consegue erguer uma ponte mais sensível entre o uso da língua pátria e a dinâmica da sociedade, oferecendo-a como ferramenta ao professor, ganha-se muito junto aos alunos, uma vez que aos seus olhos se desvela todo o poder da palavra. Esta pesquisa pretende corresponder, ainda que em parte, a essa demanda.

## **Objetivos**

Entender como está se processando, neste momento, a construção identitária brasileira, tomando como paradigmas suas referências históricas e o contexto globalizante das sociedades em rede; estudar, nos discursos produzidos por diferentes segmentos da sociedade, o processo semiótico através do qual o povo brasileiro significa/ressignifica a sua identidade e os modelos culturais que a informam, no curso de um processo de crise de valores que afeta todas as esferas da nação para oferecermos, com sorte, subsídios para os docentes de língua portuguesa – eis o nosso principal objetivo. Nesse caminho de pesquisa, constituíram etapas, especificamente: a) construir um *cópus* de pesquisa significativo, tanto em quantidade quanto em qualidade (esta definida pelo foco do trabalho na identidade e pela tipologia textual pré-definida), compilando textos representativos de vozes da população, como meio para se apreender o discurso que anima tais produções, interessando, especificamente, os textos de caráter

argumentativo, ou seja: editoriais, artigos e cartas de leitores, extraídos de jornais; b) levantar, com o concurso da Linguística de Córpus, os contextos relacionados aos termos **Brasil** e **brasileiro**; c) mapear os substantivos e adjetivos que aparecem como cotextos desses termos, verificando sua frequência e significância; d) proceder a análise de base semiótica, informada pelo pensamento semiótico de Charles Sanders Peirce e de Umberto Eco; pela Teoria da Iconicidade Verbal, de Darcilia Simões (2009), e por pesquisa bibliográfica relativa a discurso, cognição, sociedade e modelos culturais, averiguando o potencial icônico dos dados levantados relativamente à identidade brasileira; e) levantar hipóteses quanto à representação de identidade que o brasileiro faz do que seja ser brasileiro; f) cruzar dados e hipóteses com vistas a depreender a representação de identidade brasileira em vigência.

## **Metodologia**

Como metodologia, selecionamos a pesquisa de base bibliográfica, por entendermos que ela constitui a melhor forma de obter os subsídios teóricos necessários. Em paralelo, efetuamos uma pesquisa de campo, através da coleta de dados para composição do *cópus* inicial. Para tanto, utilizamos recursos da Linguística de Córpus, a saber: programa HTTrack, que rastreia e obtém ocorrências vocabulares a partir de sites de jornais, de onde são extraídos os textos da tipologia que interessa a esta pesquisa, mais especificamente, argumentativos, produzindo um *cópus* significativo em qualidade e tamanho, além de um *parser*, para obtenção e reconfiguração de textos dos sites dos jornais O Globo e Folha de São Paulo, após obtenção de licença; WordSmith Tools 4.0, programa que seleciona, segundo parâmetros, as ocorrências lexicais que interessam à pesquisa, determinando seu contexto e seu cotexto (ambientes estruturais em que ocorrem) e permitindo uma análise preliminar dos dados e a definição do *cópus* de pesquisa.

Segundo os conceitos vigentes, um *cópus* com menos de 80 mil palavras é pequeno; possuindo de 80 a 250 mil palavras, é pequeno-médio; de 250 mil palavras a 1 milhão de palavras, tem-se um *cópus* médio; de 1 milhão a 10 milhões de palavras, caso em que se insere o *cópus* usado nesta pesquisa, é considerado médio-grande; acima de 10 milhões de palavras tem-se um *cópus* grande. Nesta pesquisa, trabalhou-se com um *cópus* composto de 21.353 textos oriundos das

seções 'Opinião' dos jornais O Globo e Folha de São Paulo (que trazem editoriais, cartas dos leitores e artigos), contendo 8.475.666 palavras. Utiliza-se, portanto, nesta pesquisa, com um *córpus* médio-grande.

Os dados obtidos a partir do *córpus*, trabalhados dentro de uma concepção de pesquisa direcionada pelo *córpus* (*corpus-driven research*), foram tabulados com recursos do WST 4.0, filtrados (eliminaram-se ocorrências das palavras *Brasil* e *brasileiro* em nomes próprios, bem como as palavras gramaticais, de baixa iconicidade) para só então serem analisados em suas Concordâncias, estruturas de Colocados e Feixes Lexicais (tais procedimentos estarão descritos no capítulo 3, em que se apresenta a Linguística de *Córpus* como ferramenta essencial deste trabalho). Para finalizar, procedemos à análise crítica do material selecionado, a partir das teorias que informam esta tese, a saber, a Semiótica, com base em Charles Sanders Peirce e Umberto Eco; a Teoria da Iconicidade Verbal, de Darcilia Simões; as concepções acerca da Identidade na Sociedade em Redes, de Manuel Castells.

## 1 IDENTIDADE: A MARCA DO RECONHECIMENTO

*Alguma coisa está fora da ordem  
fora da nova ordem mundial*  
Caetano Veloso

### 1.1 Conceito de identidade

Refletir sobre identidade implica considerar o caráter histórico do ser humano. Seja nas histórias individuais, seja no percurso coletivo da humanidade, a historicidade confere aos indivíduos e aos grupos características, compartilhamento de experiências, construção de saberes que os marcam frente a outros. Ao discriminar-se de uma massa, ganhando contornos próprios, indivíduos e grupos sociais definem sua identidade. Ela não é implantada artificialmente – comportamentos podem ser implantados, mas a identidade não; depende de tempo con-vivido e da capacidade do ser humano de se auto-reconhecer e de reconhecer o outro. A percepção e a vivência da alteridade são condições fundamentais para que se desenvolva alguma espécie de identidade. Naturalmente, as formas pelas quais o binômio eu/outro é vivenciado se modificam em função de variados fatores, componentes do todo social. Esses fatores intervenientes serão detalhados adiante, neste mesmo capítulo. Por ora, basta destacar que existe um vínculo entre as histórias das sociedades e as identidades construídas.

Isso, no entanto, nem sempre esteve tão claro. Com o objetivo de vir a analisar o caráter nacional, LEITE (2007) faz um apanhado da evolução dos estudos ligados ao assunto, empreendendo cuidadosa análise da pertinência científica de alguns postulados, fazendo-os passar pelo crivo da razão e averiguando a existência do universalismo necessário à construção de uma verdade teoricamente consistente. Seu estudo original corresponde a sua tese de doutoramento, defendida em 1954 – anteriormente à formação das sociedades em rede em franco desenvolvimento na virada do Século XX para o XXI e na primeira década deste. Retomaremos sucintamente alguns pontos desse apanhado.

Sua discussão inicial aponta a existência de uma relação entre o sentimento de nacionalidade e a diferenciação entre um grupo e os demais. Para conceber-se e individualizar-se a ponto de ensejar o desenvolvimento do nacionalismo, uma

sociedade precisaria discriminar-se das demais, reconhecendo seus limites, seu perfil, reforçando os traços que a delineiam e rechaçando (ou pelo menos não reforçando) os traços que não reconhece como seus. Desse modo, recortando-se de um todo, tal sociedade poderia chegar a ter uma identidade.

Analisando a relação de um grupo já individualizado com o elemento exterior, supõe o autor duas possíveis reações que, segundo ele, fundam-se na própria realidade animal – a identificação, corporificada na xenofilia, e a rejeição, corporificada na xenofobia. De qualquer modo, seja no desejo de absorver novidades quanto no desejo de se proteger do estranho, há que se definir um ponto de referência, um balizador. Daí se derivaria o conceito de etnocentrismo, que pode, de acordo com Summer (1965, cf. Leite, 2007) desdobrar-se em dois outros conceitos: patriotismo e chauvinismo. O etnocentrismo, desenvolvido a partir de uma atitude chauvinista, seria definido como a visão de um grupo social como centro ou referência relativamente a outros grupos, tornando-se o balizador para avaliar outros grupos sociais, suas realidades, suas condutas.

### 1.1.1 Abordagens ao longo da história

Passeando pelas teorias que se debruçam sobre a questão do nacionalismo e do caráter nacional em geral, não apenas com relação ao Brasil, Leite (2002) relata que as primeiras reflexões se basearam na antropologia do Século XIX, sob grande influência de preceitos biológicos, fundando seus postulados a respeito da distinção entre os povos no conceito de raça.

No Século XX, em revisão encabeçada por Franz Boas, esse conceito é substituído pelo de cultura (raça seria um elemento biológico, hereditário; cultura seria um conceito social, apenas ‘transmissível’ pelas experiências compartilhadas e pela educação). O aspecto psicológico, ainda não contemplado pelas teorias da identidade, começa a ser considerado em estudos de psicologia diferencial, mas não se alcança mais do que algumas descrições subjetivas e frágeis. O advento da psicanálise forneceria material teórico mais interessante e consistente para abordar o aspecto psicológico do caráter nacional. Sua maior contribuição, ainda que indireta, foi a formulação do Complexo de Édipo e as discussões que essa teoria provocou, uma vez que o desenho de família no qual Freud se baseou não é necessariamente uma constante nas sociedades, especialmente nas que não estão

no ocidente ou na Europa. Essa foi a questão levantada por Malinowski, o que deu impulso aos estudos sobre formação da personalidade.

Erich Fromm, nas décadas de 1940 e 1950, refere-se a ideias de Freud (a existência de pulsões que o homem deve controlar para se adaptar ao convívio social) e de Marx (a existência de um estado de necessidade em que vive o homem, pela insuficiência na produção de bens que atendam e satisfaçam a todos, e a premência de que os produtores – o proletariado – tomassem a frente e conduzissem a sociedade para um estado de saciedade pela redistribuição igualitária dos bens), mas constrói uma teoria própria de análise da personalidade nacional. Fromm retoma o mito adâmico e à luz dessa referência interpreta a evolução individual e a social. Segundo ele, o homem seria um ser dilacerado entre duas tendências: a de participação e a de autonomia. Ao mesmo tempo em que deseja sua liberdade, o homem sente nostalgia de uma situação de controle que lhe dava segurança. Colocam-se as seguintes opções: enfrentar os riscos e se lançar rumo à liberdade, reunindo-se a outros homens e à natureza pelo amor e pelo trabalho, ou renunciar à liberdade, buscando segurança. Como um retorno absoluto é impossível após a ‘quebra’ da integração original, a renúncia só se poderia dar a partir de mecanismos de fuga, a saber, o autoritarismo, a destrutividade e o conformismo automático. Esses mecanismos seriam observáveis no nazismo, por exemplo, em que autoritarismo predominou, na democracia, em que predomina o mecanismo do conformismo, e no moralismo, em que predomina a destrutividade de princípios e condutas considerados errôneos. Assim, na visão de Fromm, o caráter social seria definido por aspectos sociais e psicológicos em interação. Essa noção caminha na direção da construção de um conceito de caráter nacional.

Alguns estudiosos desenvolveram análises a respeito do caráter social de algumas nações, motivados sobretudo pela Segunda Guerra Mundial, entre eles Margaret Mead e Ruth Benedict, mas algumas de suas observações, ainda que se mostrassem verossímeis a uma primeira análise, revelaram-se frágeis ou inconsistentes, por amoldarem a teoria aos fatos, perdendo, com isso, a universalidade necessária ao estabelecimento científico de uma teoria. Vários desses estudos apontaram na direção da existência de uma personalidade modal de cada nação, definida pela personalidade quantitativamente predominante num povo (o que seria mensurável por testes psicológicos) – isso não pôde ser comprovado.

O conceito de caráter social, que se desenvolve em seguida, se assemelha ao de personalidade modal, mas inclui a necessidade de adequação do caráter social às necessidades sociais objetivas. O vínculo entre as atitudes de um grupo social e o desenvolvimento de uma personalidade social, objetivo da maior parte dos estudos desenvolvidos no pós-guerra, não foi objetivamente comprovado.

Na segunda metade do Século XX, estudos sobre personalidade e cultura, já desvincilhados dos preceitos evolucionistas de Darwin, se bifurcam entre os estudos de cunho antropológico, que consideram comportamentos, aprendizagens, valores presentes/presentificados no consciente dos povos, e os estudos de cunho psicanalítico, que padrões de comportamento, valores, atitudes são analisados, sobretudo, em função de conteúdos que integram o inconsciente individual e social (em alguns estudos, interessa também o inconsciente coletivo, na acepção que lhe dá Jung, de constructo cultural e psicológico historicamente desenvolvido, que se inscreve no inconsciente dos indivíduos de um mesmo grupo, de forma semelhante).

### 1.1.2 Imagem nacional

Nesse cenário de inseguranças quanto a métodos e comprovações, destaca-se a pesquisa de Lévi-Strauss e a revelação de que, ao se apresentar relatório antropológico contendo uma descrição de um dado povo a seus membros e a um grupo de estrangeiros radicados na terra desse povo, duas reações seriam observáveis: a de aprovação e reconhecimento de características, por parte dos estrangeiros, e a de um desconforto seguido de desaprovação, por parte dos representantes do povo. Independente da acurácia das testagens e dos resultados apresentados nos relatórios antropológicos, emerge da realização dessa experiência um dado importante: a existência de um conjunto de características que compõem um perfil social, a ponto de uma descrição desse perfil ser reconhecida e pareada com o povo observado, até mesmo pelos que apenas têm contato com os resultados. Em outros termos, haveria uma imagem que torna um povo reconhecível por outros. Sobre a construção dessa imagem, uma origem é apontada: a comunicação de massa: “As comunicações de massa apresentam algumas figuras nacionais e, para o leitor ou espectador, a partir delas se formam pelo menos alguns aspectos da imagem de um povo” (LEITE, 2007, p. 143-144)

Manuel Castells (2006), em estudo dedicado à era da informação e ao modo como ela se atualiza na economia, na sociedade e na cultura, dedica todo um volume à reflexão acerca do poder da identidade. Interessa-se ele, sobretudo, pelos processos de construção da identidade e pelos perfis resultantes, tendo em vista os vetores globalizantes que produzem a chamada sociedade em rede. O autor assim define identidade:

No que diz respeito a atores sociais, entendo por identidade o processo de construção de significado com base em um atributo cultural, ou ainda um conjunto de atributos culturais inter-relacionados, o(s) qual(uais) prevalece(m) sobre outras fontes de significado. (CASTELLS, 2006, p.22)

Atento à possível confusão entre identidades e papéis sociais, o autor aponta que estes são definidos por normas sociais e organizam funções, enquanto aquelas resultam de processos de individuação e de ressignificação:

Papéis (por exemplo, ser trabalhador, mãe, vizinho, militante socialista, sindicalista, jogador de basquete, frequentador de uma determinada igreja e fumante, ao mesmo tempo) são definidos por normas estruturadas pelas instituições e organizações da sociedade. (...) Identidades, por sua vez, constituem fontes de significado para os próprios atores, por eles originadas, e construídas por meio de um processo de individuação.(...) identidades são fontes mais importantes de significado do que papéis, por causa do processo de autoconstrução e individuação que envolvem. Em termos mais genéricos, pode-se dizer que identidades organizam significados, enquanto papéis organizam funções. (p.22-23)

Para Castells (2006), o conceito de significação remete à identificação simbólica, por parte de um ator social, da finalidade da ação praticada por ele. Nesse sentido, as identidades, uma vez que envolvem autoconstrução e individuação, constituem elementos ricos em significação, muito mais que os papéis, de aspecto apenas funcional, não constitutivo.

Não há impedimento, segundo o autor, para que papel e identidade convirjam em um ou outro momento, mas há que se distinguir um do outro e saber que tal convergência só se dará nos casos em que um dado papel seja tão valorizado pelo indivíduo, por exemplo, que passe a representar sua identidade. Ilustrando: se uma avó valoriza esse papel social em demasia, pode acabar assumindo-o como identidade, deixando de lado outros traços.

O entendimento da participação dos significados na construção identitária converge com a face social da teoria semiótica, tal como é concebida por Umberto

Eco em seu *Tratado Geral de Semiótica* (ECO, 2007), que serve de referência a esta tese e estará nas discussões encaminhadas no capítulo 2. Nessa obra, Eco postula que a pesquisa teórica vem a ser uma forma de prática social a serviço da atuação direta sobre a realidade, para sua manutenção consciente ou sua transformação. Segundo ele, “a cultura pode ser integralmente estudada sob o prisma semiótico” (ECO, 2007, p.22) – tal estudo cumpriria a função de “ensejar uma interpretação crítica contínua dos fenômenos de semiose” (ECO, 2007, p.23) e, bem assim, da sociedade e de seus processos de construção de identidades.

## 1.2. A construção da identidade e seus tipos

Retomando Castells (2006), toda identidade seria produto de uma construção (ou de uma reconstrução), restando discutir/estabelecer o modo pelo qual se desenvolve, bem como seu ponto de partida, seus agentes e suas finalidades. Afirma ele que história, geografia, biologia, instituições produtivas e reprodutivas, memória coletiva, fantasias pessoais, além de aparatos de poder e revelações de cunho religioso, fornecem a matéria prima para a construção de identidades. Esta matéria seria trabalhada pelos indivíduos, grupos sociais e sociedades, sob a diretriz de tendências e projetos sociais e segundo a visão de tempo e espaço que tais indivíduos tenham, gerando identidades.

A seguir, apresenta-se um esquema (Esquema1), criado a partir da exposição de Castells, onde se veem representados a matéria prima para a construção das identidades, como os grupos a trabalham e os fatores intervenientes.

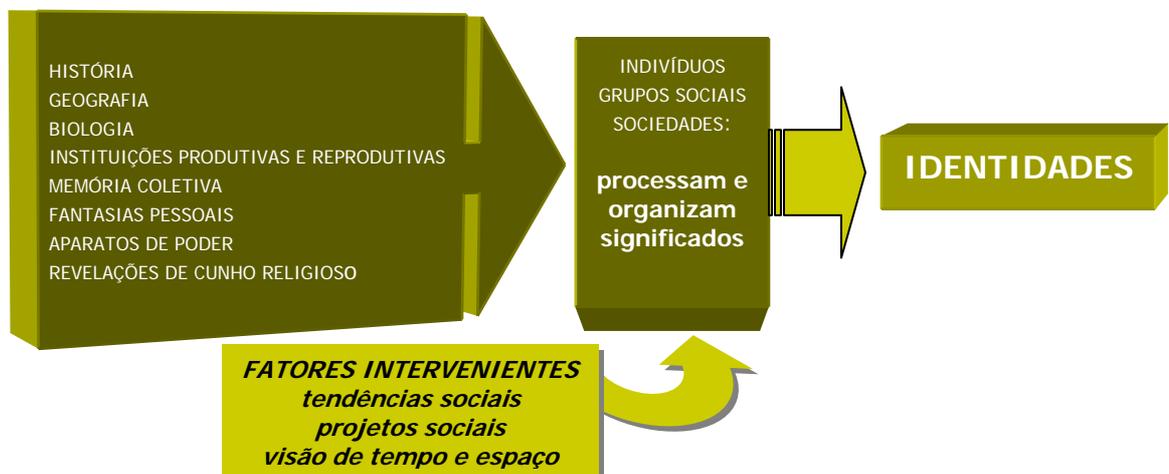


Figura 1: Construção da Identidade, segundo Castells (org. da autora)

A relação entre poder e identidade se desenha desde as interações primordiais que fornecem a matéria prima para que as sociedades processem e organizem significados. Segundo Castells,

(...)em linhas gerais, quem constrói a identidade coletiva, e para que essa identidade é construída, são em grande medida os determinantes do conteúdo simbólico dessa identidade, bem como de seu significado para aqueles que com ela se identificam ou dela se excluem. (CASTELLS, 2006, p.23)

Considerando essa inevitável existência de um contexto marcado por relações de poder - qualquer que seja o processo de construção de identidade-, Castells (2006) produz uma tipologia, composta por três formas de identidade, segundo sua origem e motivação, e aponta, também, os tipos de conjunto social que derivam de cada uma.

Os tipos identificados seguem descritos. Para que a tipologia de Castells não resulte vaga, reproduziremos alguns dos exemplos dados pelo autor.

### 1.2.1 A identidade legitimadora

Introduzida por instituições dominantes de uma sociedade, com vistas a ampliar e racionalizar o domínio que tenham sobre os atores sociais, a *identidade legitimadora* conduz à formação de uma sociedade civil (conjunto de organizações, instituições e atores sociais estruturados e organizados); ainda que de modo conflitante, os atores sociais reproduzem as bases da dominação estrutural em sua identidade, utilizando-se dos aparatos de poder. A constituição de Estados com seus sistemas e os valores/instituições que os legitimam são um exemplo disso.

Castells (2006) ressalta um aspecto semântico que não pode passar em branco: é comum ver-se a expressão **sociedade civil** associada a um valor positivo, frequentemente conotada como uma alusão à democracia, mas o significado atribuído à expressão, que ele usa para conceituar identidade legitimadora, remonta ao conceito de sociedade civil formulado por Gramsci, que a entende como um conjunto de aparatos, como igrejas, sindicatos, partidos, cooperativas, entidades cívicas, etc. Estes, ao mesmo tempo em que prolongam a dinâmica do Estado também estão arraigados entre as pessoas. Em outras palavras, a sociedade teria um caráter que Castells (2006, p.25) denomina “duplo” e precisamente essa

característica a tornaria “um terreno privilegiado de transformações políticas, possibilitando o arrebatamento do Estado sem lançar mão de um ataque direto e violento”. Ocorreria, portanto, um processo de “assemelhamento” entre sociedade e Estado, de tal forma que os limites entre uma e outro não sejam tão visíveis:

A conquista do Estado pelas forças da mudança (digamos as forças do socialismo, no universo ideológico de Gramsci) presentes na sociedade civil é possibilitada justamente pela continuidade da relação entre as instituições da sociedade civil e os aparatos de poder do Estado, organizados em torno de uma identidade semelhante (cidadania, democracia, politização da transformação social, confinamento do poder ao Estado e às suas ramificações, e outras similares). (CASTELLS, 2006, p.25)

Diversas teorias do nacionalismo têm em sua base essa concepção de identidade, sendo as instituições que a sustentam nutridas por valores semelhantes aos do Estado.

### 1.2.2 A identidade de resistência

Originada de atores desvalorizados e/ou estigmatizados pelas forças dominantes, que buscam garantir sua sobrevivência com princípios diferentes dos vigentes nas instituições sociais ou mesmo opostos a estes, a identidade de resistência dá origem a comunas ou comunidades que representam formas de resistência coletiva a situações de opressão. Este é considerado por Castells (2006) o tipo mais importante de construção de identidade na sociedade. Casos de fundamentalismo étnico ou religioso exemplificam essa construção de uma identidade defensiva, que pode vir, tempos depois, a expandir-se para toda a sociedade ou a fragmentar-se.

A identidade de resistência dá origem a formas de resistência coletiva diante de uma opressão que, do contrário, não seria suportável, em geral com base em identidades que, aparentemente, foram definidas com clareza pela história, geografia ou biologia, facilitando assim a “essencialização” dos limites da resistência. (CASTELLS, 2006, p.25)

Nacionalismos fundados na etnia tendem, segundo Castells, a originar um certo sentimento de exclusão e de alienação, seguido de um ressentimento frente à injustiça social. Disso resulta um movimento reativo, que pretende inverter a relação, passando a excluir aqueles que inicialmente excluía os outros. Isso produz uma identidade defensiva que reverte o juízo de valores:

O fundamentalismo religioso, as comunidades territoriais, a auto-afirmação nacionalista ou mesmo o orgulho de denegrir-se a si próprio, invertendo os termos do discurso opressivo (como na cultura das “bichas loucas” de algumas tendências do movimento gay) são todas manifestações do que denomino *exclusão dos que excluem pelos excluídos(...)*(CASTELLS, 2006, p.25)

O destino dessas identidades e seus respectivos grupos sociais dependerá da forma pela qual excluídos e excludentes viabilizem seu diálogo. Com o passar do tempo e a evolução histórica, pode-se manter o convívio numa dinâmica tensa ou ocorrer a fragmentação, dando origem a comunidades que, nos dizeres de Castells, seriam meros eufemismos para disfarçar a existência da exclusão e da tribalização.

Os quilombos da história brasileira podem ser um exemplo interessante desse tipo de construção de identidade. Escravos foram, desde sempre, no país, colocados à margem da sociedade, tendo sido, inclusive, ‘desumanizados’, para que a moral vigente pudesse justificar as práticas sociais e econômicas afetas ao escravagismo. Destituídos de seu caráter humano, nivelados muitas vezes com animais, os escravos foram marginalizados, excluídos. Nem mesmo a abolição os trouxe para um lugar de inclusão. Nessa era escravagista da história do Brasil, formaram-se comunidades quilombolas como proteção e isolamento para escravos fugidos ou mesmo para negros forros que não eram integrados ou não se queriam integrar à estrutura social, na qual se lhes reservavam apenas lugares de servidão e humilhação. Em tais comunidades, o branco passa a ser o excluído, independente de ter uma ideologia escravagista ou não, operando-se a inversão de juízos apontada por Castells.

### 1.2.3 A identidade de projeto

Nesse formato, existe a produção de sujeitos. A identidade de projeto decorre do desejo de transformação de indivíduos em sujeitos, cuja história será ressignificada, segundo um novo projeto de vida, que pode vir a expandir-se,

prolongando-se a partir do indivíduo e atingindo a sociedade. É assim que se produzem sujeitos, não indivíduos; o sujeito, segundo conceito de Alain Touraine<sup>2</sup> (apud CASTELLS, 2006, p.26), é “o desejo de ser um indivíduo, de criar uma história pessoal, de atribuir significado a todo um conjunto de experiências da vida individual”. Ainda no mesmo trecho, esse autor informa que a “transformação de indivíduos em sujeitos resulta da combinação necessária de duas afirmações: a dos indivíduos contra as comunidades e a dos indivíduos contra o mercado”. Desse ponto de vista, sujeitos não seriam indivíduos, ainda que sejam desenvolvidos com base neles: sujeitos seriam o ator social coletivo pelo qual os indivíduos atingem o significado holístico em sua experiência (cf. Touraine, 1992<sup>3</sup>, apud CASTELLS, 2006, p.26). Uma situação social de pressão desenvolveria uma identidade oprimida. O desejo de um novo projeto de vida, de um novo paradigma de existência engendraria sujeitos dos quais se desenvolveria uma identidade de projeto, que afeta não apenas os indivíduos, mas todo um conjunto social em interação.

Castells ilustra com o percurso histórico de liberação das mulheres, refletido em uma série de mudanças sociais que afetam a todos. Oprimidas de várias formas, as mulheres, em um dado momento, veem nascer o desejo de uma outra vida; tornam-se sujeitos de uma transformação, desenvolvendo uma outra identidade, mais assertiva, autônoma, liberada dos antigos paradigmas. Uma vez que as mulheres se liberam de um padrão opressivo, com seus papéis pré-estabelecidos, também homens e crianças liberam-se desse mesmo paradigma e de suas identidades tradicionais. Um desejo de transformação que se torna movimento de mudança e reverbera em todo um conjunto social – essa a identidade de projeto.

Uma vez definidos e exemplificados os tipos de identidade listados por Castells, construiu-se um esquema para permitir melhor visualização de cada tipo, das pré-condições para seu desenvolvimento e do contexto em que se desenvolvem (Figura 2).

Frente a essa proposta de entendimento da identidade e de seus tipos, fica patente que qualquer discussão acerca da identidade não pode, em absoluto, prescindir de uma contextualização. Desse modo, torna-se importante e necessário situar histórica e socialmente a discussão.

---

<sup>2</sup> Touraine, Alain. “La formation du sujet”. In: Dubet, F. e Wieviorka, M. (orgs.) *Penser le sujet*. Paris: Fayard, 1995. p. 21-46

<sup>3</sup> Touraine, A. *Critique de la modernité*. Paris: Fayard, 1992



**Figura 2: Tipos de Construção de Identidade, segundo Castells (org. da autora)**

### 1.3 A construção da identidade na pós-modernidade

Os tipos conformados por Castells talvez não se cheguem a se concretizar num momento como possam tê-lo feito anteriormente. No caso das sociedades em rede, configuradas num contexto de globalização e de interação midiática, a construção de significados de que resulta a identidade se faria em torno de uma identidade primária, estruturadora das demais e autossustentável nos eixos tempo e espaço. Castells apoia-se em Anthony Giddens<sup>4</sup>, que aponta a existência de uma tensão dialética entre influências globalizantes e disposições pessoais, entre global e local, no que tange à construção da identidade na pós-modernidade, resultando na necessidade de os indivíduos negociarem seus estilos de vida, entre as opções apresentadas. Nas palavras de Giddens (*apud* CASTELLS, 2006, p.27), “o planejamento da vida organizada reflexivamente (...) torna-se característica fundamental da estruturação da auto-identidade”. Esse autor sustenta que um ser humano se define pelo conhecimento do que se está fazendo, bem como pelo

<sup>4</sup> Giddens, Anthony. *Modernity and Self-identity: self and society in the Late Modern Age*. Cambridge: Polity Press, 1991.

conhecimento de por que se está fazendo algo. São questões que apontam para fora do indivíduo. Na ordem social pós-tradicional, o próprio ser torna-se projeto reflexivo. A modernidade tardia (denominação para uma época que, segundo Castells, põe termo a uma era) instala uma interconexão entre fatores de extensionalidade de intencionalidade, promovendo uma interação dialética entre o local e o global, colocando, de um lado, as influências globalizantes e, de outro, a esfera pessoal.

Castells (2006), desenvolvendo a partir daí, sustenta que a sociedade em rede se fundamenta na disjunção sistêmica entre local e global e numa nova concepção de tempo e espaço que resulta numa disjunção entre poder e experiência.

Afastando-se progressivamente de noções tradicionais acerca de individualidade, privacidade, localidade, surgem demandas por uma redefinição conceitual; a construção dos significados que participam da identidade passa a acontecer no campo da “reconstrução de identidades defensivas em torno de princípios comunais. A maior parte das ações sociais organiza-se ao redor da oposição entre fluxos não identificados e identidades segregadas” (CASTELLS, 2006, p.27). Entende-se, com isso, que, ao mesmo tempo em que aderem a tendências e novos valores, indivíduos, grupos e sociedades passam a buscar valores comunais, para não se dissolverem completamente nas correntes globalizantes:

Enquanto na modernidade a identidade de projeto fora constituída a partir da sociedade civil (como, por exemplo, no socialismo, com base no movimento trabalhista), na sociedade em rede, a identidade de projeto, se é que se pode desenvolver, origina-se a partir da resistência comunal. É esse o significado real da nova primazia da política de identidade na sociedade em rede. (CASTELLS, 2006, p.28).

No entender de Castells, a modernidade tardia despertou elementos reflexivos dos quais a sociedade em rede parte para promover novos contextos de transformação; as mudanças seriam necessárias ao desenvolvimento de uma identidade coletiva capaz de garantir aos grupos um auto-reconhecimento em meio a forças sociais centrífugas, típicas das tendências globalizantes.

### 1.3.1 Nação, nacionalismo, globalização

A constituição da sociedade em rede e os efeitos da globalização surgiram como uma ameaça às identidades, tais como estabelecidas. Apostou-se mesmo na dissolução completa das identidades locais e no surgimento de um sentimento de 'cidadão do mundo', em substituição ao nacionalismo, tornado inócuo em um mundo sem nações. As tendências globalizantes aí estão, mas as nações não deixaram de existir – nem mesmo nas regiões de mercados comuns, com moeda única e fronteiras abertas. As identidades nacionais persistem e, muitas vezes, mostram-se fortalecidas. Sem dúvida, por força da globalização houve um recrudescimento de valores nacionalistas, contrariando as projeções iniciais:

Essa tendência histórica tem surpreendido alguns observadores, após a morte do nacionalismo ter sido anunciada por uma causa tripla: a globalização da economia e a internacionalização das instituições políticas; o universalismo de uma cultura compartilhada, difundida pela mídia eletrônica, educação, alfabetização, urbanização e modernização; e os ataques desfechados por acadêmicos contra o conceito de nações, consideradas 'comunidades imaginadas' numa versão menos agressiva da teoria antinacionalista, ou 'criações históricas arbitrárias', (...) advindas de movimentos nacionalistas controlados pelas elites em seu projeto de estabelecimento do Estado-nação moderno. (CASTELLS, 2006, p.44)

A respeito do desencontro entre algumas teorias sociais e a realidade da experiência contemporânea, Castells apresenta como explicação o fato de que nações e nacionalismos têm vida própria e, apesar de se inserirem em ideários culturais e projetos políticos, independem da existência de um Estado. O autor enumera algumas nações que não atingiram o perfil de Estado-nação contemporâneo, mas que não deixam de ser nações, porque há uma historicidade e um compartilhamento capazes de produzir "uma forte identidade cultural/territorial que se manifesta como uma forma de caráter nacional" (CASTELLS, 2006, p.46). É por isso que redefinições de Estados, convergências nacionais para mercados comuns não são determinantes de uma extinção ou mesmo redefinição da nação e de seu nacionalismo.

Para abordar adequadamente o nacionalismo contemporâneo, Castells propõe que se observem quatro pontos fundamentais:

- 1) as nações são entidades independentes do Estado (já que o nacionalismo contemporâneo nem sempre está dedicado à construção de um Estado-nação soberano);
- 2) o conceito de Estado-nação mudou; o mero transplante de princípios e práticas europeus para o 3º. mundo não funcionou, porque as nações se formaram em contextos totalmente diferentes e se fundam em outros valores, diferentes daqueles que, no período pós-Revolução Francesa ensejaram a constituição de estados soberanos na Europa;
- 3) o nacionalismo não é um fenômeno advindo das elites, muitas vezes se constituindo como uma reação a elites mundiais. Observa-se, é verdade, um fenômeno característico dos movimentos sociais em geral, a existência de uma liderança mais esclarecida, melhor informada e mais preparada que as massas populares mobilizadas em movimentos nacionalistas; isso não representa que a massa é manipulada e que seus interesses não sejam representados e conduzidos por tais lideranças.
- 4) o nacionalismo contemporâneo é mais reativo que ativo, mais cultural que político, volta-se mais para a defesa de uma cultura já institucionalizada do que para a construção ou defesa de um Estado. As novas instituições políticas criadas ou a recriadas constituiriam “trincheiras defensivas de identidade, e não plataformas de lançamento de soberania política” (CASTELLS, 2006, 47).

O nacionalismo contemporâneo é, portanto, expressão de ações e reações sociais que envolvem tanto as elites quanto as massas e não se atém a um determinado período histórico relativo à construção do Estado-nação – ele se reedita na medida exata das demandas sócio-culturais e funciona como um escudo contra a desintegração da identidade por fatores intervenientes. Disso pode resultar tanto a desconstrução de Estados multinacionais (como se viu na União Soviética) quanto a construção de entidades plurinacionais (como na União Europeia). O nacionalismo se coloca como uma força subjacente.

O surgimento da identidade nacional estaria, assim, vinculado à cultura, à memória coletiva, aos aspectos culturais de uma nação e, naturalmente, assumiria

feições diversas em função dessas variáveis, mantendo-se a máxima de que o nacionalismo é cultural e politicamente construído.

Mergulhando nos fatores que se tornam determinantes do surgimento da identidade nacional, Rubert de Ventos<sup>5</sup> (apud CASTELLS, 2006, p.48) estabelece os seguintes:

- a) fatores primários – etnia, território, religião, idioma (e similares);
- b) fatores gerativos – desenvolvimento dos meios de comunicação e tecnologia, formação das cidades, surgimento de exércitos modernos e monarquias centralizadas;
- c) fatores induzidos – codificação da língua em gramáticas oficiais, crescimento da máquina burocrática e estabelecimento de um sistema nacional de educação;
- d) fatores reativos – defesa das identidades oprimidas e interesses subjugados por um grupo social dominante ou pelo aparato institucional, o que resulta na busca de identidades alternativas na memória coletiva do povo.

Do ponto de vista dos estudiosos da linguagem e dos educadores em geral, interessa destacar a normatização linguística e a organização de um sistema educacional como fatores de identidade nacional, reforçando o poder que têm o idioma e seu ensino no processo de construção da identidade. Essa também é a percepção do estudioso das sociedades:

Lançaria a hipótese de que a língua, principalmente uma língua plenamente desenvolvida, constitui um atributo fundamental de auto-reconhecimento, bem como de estabelecimento de uma fronteira nacional invisível em moldes menos arbitrários que os da territorialidade, e menos exclusivos que os da etnia. (CASTELLS, 2006, p.70)

A língua permaneceria como uma “trincheira de resistência cultural, reduto do significado identificável” (idem), em meio a uma realidade em constante transformação.

Com base nesses princípios, nações podem ser definidas como “comunidades culturais construídas nas mentes e na memória coletiva das pessoas por meio de uma história e de projetos políticos compartilhados” (CASTELLS, 2006,

---

<sup>5</sup> Rubert de Ventos, 1994, sem maiores referências na obra de Castells.

p.69). Por serem construídas culturalmente, ganham expressão e constituição por meio do idioma; por serem construídas nas mentes e na memória coletiva, assentam-se sobre signos culturalmente informados, os símbolos nacionais, e podem se reconstruir por via de seguidos processos de ressignificação, ou seja, de eleição de novos signos, como novos interpretantes<sup>6</sup>.

Vemos, pela exposição das ideias de Castells (2006) e de outros autores a respeito da identidade e do nacionalismo contemporâneo, que, além da educação, a mídia assume papel importante no processo de divulgação e compartilhamento de ideias e experiências, fazendo circularem discursos, valores, significados, gerando fluxos de informação, cujo partilhamento social atua como fator de identidade nacional, especialmente numa realidade em que os conceitos de espaço, tempo e territorialidade se acham reconfigurados.

### 1.3.2 Significados sociais na sociedade em rede: comunas culturais

As sociedades existentes na virada do milênio apresentam reações defensivas a realidades tidas como ameaças à identidade: a globalização e a consequente dissolução da autonomia das instituições, organizações e sistemas de comunicação nas localidades onde as pessoas vivem; a formação de redes e a flexibilidade, que turvam as fronteiras de participação e envolvimento, individualizando as relações sociais de produção e instabilizam as estruturas de trabalho, tempo e espaço; a crise da família patriarcal, que transforma os mecanismos de criação de segurança, socialização, sexualidade e, por extensão, de personalidades.

Quando o mundo se torna grande demais para ser controlado, os atores sociais passam a ter como objetivo fazê-lo retornar ao tamanho compatível como que podem conceber. Quando as redes dissolvem o tempo e o espaço, as pessoas se agarram a espaços físicos, recorrendo à sua memória histórica. Quando o sustentáculo patriarcal da personalidade desmorona, as pessoas passam a reafirmar o valor transcendental da família e da comunidade como sendo a vontade de Deus. (CASTELLS, 2006, p.85)

As comunas culturais formadas tornam-se fontes de significado e identidade porque constroem novos códigos culturais com base no material histórico. Castells (2006) chama atenção para o fato de que os processos de dominação aos quais as

---

<sup>6</sup> Os conceitos de signo e de interpretante serão aprofundados no capítulo 2, item 2.2.1

peças reagem na contemporaneidade estão embutidos nos fluxos de informação e isso conduz a fundamentar a autonomia nos fluxos reversos de informação. Em outras palavras: quando o mundo é virtualizado, as crenças individuais passam a ser um reduto concreto, preservando valores eternos.

É por isso que a língua, bem como as imagens comunais, são tão essenciais para restabelecer a comunicação entre os corpos tornados autônomos, que escapam à dominação de fluxos desprovidos de história, ao mesmo tempo restaurando os padrões de comunicação repletos de significado entre os respectivos integrantes do processo. (CASTELLS, 2006, p.86)

Os movimentos de produção de significados nas comunas culturais se aproximam da identidade de resistência, já que ocorre a ruptura com valores e instituições do Estado original e, em seguida, observa-se um refúgio do grupo em valores de base, tendendo muitas vezes a um fundamentalismo. Esses valores supostamente oferecerão a estrutura para a reconstrução da sociedade. Desse ponto poderá emergir – ou não – uma identidade de projeto, mas isso dependerá da evolução e mesmo da diversificação das comunas culturais. Inicialmente, elas são representadas pelos seguintes grupos: ecologistas, feministas, fundamentalistas religiosos, nacionalistas e localistas. Estes seriam os sujeitos potenciais da Era da Informação. Os sindicatos, no entender de Castells (2006), conquanto tenham representado – e em alguns países ainda representem - importantes forças construtoras de identidades legitimadoras, esvaziaram seu poder para gerar uma identidade de projeto. O autor aponta que os partidos políticos igualmente viram reduzir-se sua capacidade de produzir novos códigos sociais, uma vez que sua práxis e seu discurso estão, de modo geral, assentados sobre as instituições do Estado-nação, esvaziados pela nova lógica globalizante, pela reestruturação do capitalismo e pelo informacionalismo desenfreado. Em suma, as identidades legitimadoras não parecem ter lugar na Era da Informação.

#### 1.4 Brasil: mil faces sob a face neutra

*O Brasil não conhece o Brasil  
O Brasil nunca foi ao Brasil*  
(Aldir Blanc e Maurício Tapajós, *Querelas do Brasil*)

A concepção corrente de que a construção da identidade se faz pelo caminho sócio-cultural (e não racial, climático, regional ou exclusivamente psicológico) exigiu tempo e um grande exercício de ensaio e erro para ser estabelecida. Explicações de toda sorte foram tentadas – como já se apresentou.

A discussão da nacionalidade no Brasil, em todas as suas vertentes – nativismo, nacionalismo ufânico, nacionalismo crítico – não fugiu a esse caminho; contudo, independentemente dos resultados mais ou menos apropriados, da maior ou menor consistência de postulados de autores nossos e até mesmo de autores estrangeiros que se vieram debruçar sobre a identidade brasileira, é fato que todo o exercício empreendido foi produtivo. Seja atingindo um conceito de aplicabilidade indiscutível, seja produzindo postulados paradoxais, pela interveniência de visões pessoais somada à pouca literatura disponível, autores vários rascunharam o retrato do Brasil e os rascunhos menos fiéis contribuíram, de alguma forma, para que houvesse uma aproximação maior da realidade, após o descarte dos erros. Assim é que autores como Sérgio Buarque de Hollanda, Gilberto Freyre, Roberto DaMatta, Silvio Romero, Karl Friedrich von Martius, entre outros, contribuíram – e ainda contribuem, se reconhecermos que permanecem referências nos estudos sobre a sociedade brasileira – fortemente para o avanço das compreensões acerca do Brasil e do brasileiro.

Entendemos, com Castells (2006) e apoiados em Eco (2007) e em teorias de cognição social, que a construção da identidade se realiza pela produção de significados. De um ponto de vista semiótico, que será detalhado no Capítulo 2, percebemos que o modo pelo qual a mente interage com o mundo e o transforma em signos para compreendê-lo é determinada e determinante, ao mesmo tempo, da forma pela qual uma sociedade se auto-concebe e da imagem que apresenta de si para si e de si para as demais sociedades através dos discursos que produz. Por fim, entendemos que tais discursos são eivados de signos de tipos diferentes, sendo os símbolos os representantes das cristalizações que uma sociedade historicamente constrói e que passam a metaforizá-la e metonimizá-la, conforme a situação e a

representação a ela associada. Por esse motivo, faremos um breve sobrevoo por momentos-chave da história cultural do país, tendo em foco esses símbolos – conceitos culturalmente construídos, potencialmente interpretáveis para a sociedade brasileira a ponto de produzirem, em alguma escala, identificação. Seleccionamos pontualmente os seguintes momentos na história da cultura nacional, por serem consensualmente considerados representativos por inúmeros estudiosos não só da cultura ou da história do país, mas também de sua literatura:

- a) início do período colonial;
- b) o nativismo do Século XVIII;
- c) o nacionalismo do Século XIX, em suas faces mais ufanista e mais realista;
- d) o nacionalismo crítico do Modernismo (início do Século XX);
- e) releituras ufanistas e críticas do nacionalismo (2ª. metade do Século XX e contemporaneidade);

Não é propósito deste trabalho mergulhar profundamente nas questões culturais da nação, a ponto de compor um estudo minucioso do percurso cultural brasileiro – e nem poderia sê-lo, uma vez que esse estudo compete a sociólogos e antropólogos, dos quais apenas tomamos de empréstimo algumas ideias e ensinamentos. O que pretendemos é ousar uma aproximação com essas áreas do saber, com vistas a entendermos melhor os aspectos linguísticos afetos à identidade, esses, sim, objetos do nosso interesse especial.

#### 1.4.1 As raízes do Brasil

*Ai, esta terra ainda vai cumprir seu ideal  
Ainda vai tornar-se um imenso Portugal(...)*  
(Chico Buarque e Ruy Guerra, *Fado Tropical*, 1972-3)

As primeiras manifestações acerca da terra brasileira são encontradas na Carta do Achamento do Brasil, de Pero Vaz de Caminha. Nesse texto hoje considerado emblemático da cultura nacional, dois tipos de referências são particularmente interessantes: as que são feitas a respeito da terra e as feitas a respeito dos habitantes. Delas emanam visões cujos desdobramentos persistem na cultura brasileira, seja pela reafirmação, seja pela negação.

O olhar do estrangeiro se encanta pela natureza, pela sua diversidade, pelo clima ameno:

Caminha revela admiração pela variedade da flora tropical e não se esquece de contar os primeiros frutos que dela colheram: 'entre esse arvoredo, que é tanto, tamanho, tão basto e de tantas prumagens, que homem as não pode contar. Há entre ele muitas palmas, de que colhemos muitos e bons palmitos'. (LEITE, 2007, p.196).

Essa visão seria corroborada em cartas de outros autores do período literário nacional que se costuma intitular de Literatura de Informação, ainda que tenha havido relato de perigos naturais, como formigas, escorpiões, aranhas, em Pero de Magalhães Gândavo. De modo geral, o cenário descrito por Caminha é de deslumbrante beleza e exotismo, em meio a fartura de águas e fertilidade do solo: "Águas são muitas; infindas. E em tal maneira é graciosa que, querendo-a aproveitar, dar-se-á nela tudo, por bem das águas que tem (...)"(Caminha, 1998 [1500]). A força dessa imagem na cultura nacional é tanta, que o trecho se incorporou às referências não-acadêmicas sob uma forma alterada, mas verossímil ("em se plantando, tudo dá").

Quanto aos indígenas encontrados, superados os primeiros estranhamentos da nudez, da língua, do gosto alimentar e dos comportamentos, são descritos por Caminha como afeitos à dança, de trato generoso, conquanto arredo, e são comparados com animais em sua naturalidade e ignorância livresca:

Esses fatos me induzem a pensar que se trate de gente bestial e de pouco saber, e por isso mesmo tão esquiva. Mas, apesar de tudo isso, andam bem curados e muito limpos. E naquilo sempre mais me convenço que são como aves ou animais montesinhos, aos quais faz o ar melhor pena e melhor cabelo que aos mansos, porque os seus corpos são tão limpos, tão gordos e formosos, a não mais poder. (CAMINHA, 1998 [1500], p. 172)

Os aspectos pejorativos associados ao índio (brasileiro original) na Carta do Achamento só seriam revisitados mais tarde, no final do Século XIX. Antes disso, porém, a literatura épica árcade e o romantismo ainda recuperariam os traços indígenas de generosidade, gentileza e beleza, somados a uma certa ingenuidade, dignidade e honradez, em personagens como Moema, Peri e Iracema.

A visão idealizada da natureza perdura pelo período colonial, pontuada por alguns relatos de atitudes de descaso dos portugueses para com a terra, pelo fato de só terem intenção extrativista. A natureza continua celebrada; se a agricultura

não dá alguns produtos, é porque não há agricultores interessados, empenhados nisso.

Nos Séculos XVII e XVIII, a visão deslumbrada diante da natureza vai ganhando pouco a pouco uma noção de pertença, até se configurar no sentimento nativista. Festeja-se a pátria como sinônimo de local de nascimento. Também relatos de corrupção são encontráveis, sobretudo em Gregório de Mattos Guerra, que tanto criticou a Bahia de sua época, mas a imagem mais fortemente marcada no coletivo é a da pujança natural, que a literatura registra: “Aí encontramos a mesma celebração da natureza, desde os peixes até as frutas e os cereais, frequentemente auxiliados – segundo a moda do tempo – por entidades mitológicas, em pacífico convívio com figuras cristãs” (LEITE, 2007, p.207). Alguns autores, como Antonio Cândido (1975) só consideram que comece a existir literatura brasileira a partir do Século XVIII, sendo a produção anterior nomeada como ‘literatura no Brasil’. Essa marca advém da correlação entre o surgimento do nativismo e a produção literária, sinalizando o início da produção de significados em torno da terra brasileira, ainda que apenas como lugar natal, a pátria.

#### 1.4.2 Palmeiras e condores

*Auriverde pendão de minha terra,  
Que a brisa do Brasil beija e balança,  
Estandarte que a luz do sol encerra  
E as promessas divinas da esperança...  
Tu que, da liberdade após a guerra,  
Foste hasteado dos heróis na lança  
Antes te houvessem roto na batalha,  
Que servires a um povo de mortalha!...  
(Castro Alves, Navio negreiro)*

Fatores históricos, como a vinda da família real para o Brasil, em 1808, em a Independência do Brasil, em 1822, foram decisivos para que se desenvolvesse algo maior que o nativismo do Século XVIII. Tornando-se independente, mesmo que ainda estivesse sanguineamente vinculado a Portugal, o Brasil vê alterar-se sua autoimagem e também sua feição frente ao mundo, colocando-se como uma nação entre as demais. Naturalmente, as decisões políticas não foram capazes de produzir instantâneas reconfigurações no trato de outros países com o Brasil, mas disparou-se um processo que iria fortalecer cada vez mais o sentimento nacional. O sentimento nacional que germina nesse momento vem informado pelo nativismo

anterior e, dessa forma, ainda registra o mesmo deslumbramento frente à natureza pródiga – assim aparece a nação no texto-emblema do romantismo de primeira geração, Canção do Exílio, de Gonçalves Dias, inaugurando o nacionalismo ufânico.

Segundo Cândido, o Romantismo brasileiro seguiu uma tendência universal do movimento e foi

(...) tributário do nacionalismo; embora nem todas as suas manifestações concretas se enquadrassem nele, ele foi o espírito diretor que animava a atividade geral da literatura. (...) Sobretudo nos países novos e nos que adquiriram ou tentaram adquirir independência, o nacionalismo foi manifestação de vida, exaltação afetiva, tomada de consciência, afirmação do próprio contra o imposto. Daí a soberania do tema local e sua decisiva importância em tais países, entre os quais nos enquadrámos. (CÂNDIDO, 1975, p.15)

A afirmação de que o Romantismo representa uma tomada de consciência pode parecer paradoxal, se cotejada com o ufanismo, mas trata-se de uma conscientização de ser individual como nação, seguindo logicamente mais uma tendência romântica, a da individualização e do individualismo. Isso se explica na “afirmação do próprio contra o imposto”, boa tradução da ideia, que esse momento da cultura nacional abriga em seu seio, de rejeição ao jugo colonialista. Para constituir-se como nação, o Brasil busca um passado histórico que se distanciasse de Portugal, metrópole da qual o país se deseja apartar. Nesse movimento, o indianismo cumpre o importante papel de representar a jovem nação e de agregar os valores que desde o início foram atribuídos ao indígena, naturalmente magnificados pela lente romântica. Constrói-se, nesse ponto, uma imagem positiva do país: “O indianismo apresentava uma imagem positiva do povo brasileiro: amor à liberdade, apego à terra e a valores individuais” (LEITE, 2007, p.226). Nesse mesmo período histórico, a imprensa se desenvolve, a educação ganha algum impulso e ocorre a ampliação do público leitor:

Embora surja um momento de individualismo, o movimento romântico coincide também com um momento de nacionalismo e de ampliação da educação. O escritor passa a depender não de alguns protetores das classes altas, mas do público, isto é, daqueles que leem as suas obras. O movimento romântico assinala – provavelmente em proporções ainda bem reduzidas, quando se pensa em nossa época – um primeiro momento do que hoje se denomina a comunicação de massa. (LEITE, 2007, p.218)

A escola, sobretudo a fundamental, é, até hoje, propagadora da imagem positiva e idealizada de país que se estabeleceu no romantismo:

(...) no ensino de escolas primárias, essas imagens permanecem até hoje, e não seria difícil encontrar seu eco na letra do Hino Nacional Brasileiro. Apesar de os românticos terem constituído um grupo relativamente pequeno, e apesar da pequena densidade da cultura intelectual do Brasil do Século XIX, a eles coube dar uma definição de Brasil. Esta seria discutida, às vezes aceita, às vezes rejeitada, mas não podia ser ignorada. (LEITE, 2007, p.230)

O papel da imprensa no percurso nacionalista romântico apenas prenunciava uma interação importante entre imprensa e sociedade. A imprensa, já no período romântico, cumpre sua função de informar e, com isso, produzir significados construtores da identidade nacional. O espaço ocupado nos periódicos por escritores, poetas, pensadores veicula um ideário que vai atingir em cheio valores da sociedade patriarcal de feições – ainda – coloniais, e fornecer o gérmen de novos discursos nacionais. Destaque-se o debate encabeçado por José de Alencar acerca da existência possível de uma ‘língua brasileira’; a despeito de algumas posturas mais extremistas e lusófbas, o debate movimentou ideias e, sobretudo, contribuiu para delinear um ser brasileiro distinto do ser português. Novamente, a língua faz seu papel de estruturadora da identidade.

#### 1.4.3 A força da ‘raça’

*Brasil*  
*Meu Brasil brasileiro*  
*Meu mulato inzoneiro*  
*Vou cantar-te nos meus versos*  
*Ô Brasil, samba que dá*  
*Bamboleio que faz gingar*  
*Ô Brasil, do meu amor*  
*Terra de Nosso Senhor*  
*Brasil, Brasil (...)*  
 (Ary Barroso, Aquarela do Brasil, 1939)

Aos poucos e naturalmente, os valores românticos evoluem no Brasil para sonhos abolicionistas e republicanos. Pensar sobre a escravidão no país é adotar uma postura um tanto mais realista (ou menos romântica, talvez); é admitir que o país de palmeiras e sabiás, com mais estrelas e mais flores, tem injustiças, crueldades e muitos escravos. A imagem positiva do país se abate um pouco e tem-

se um processo de conscientização que começa com os condoreiros e segue até o final do Século XIX, com as posturas realistas e, mais ainda, com as naturalistas. Nesse ponto, um conceito vai redefinir a visão de país vigente: a ideia de raça, que chega por meio do cientificismo daquele Século, mais especificamente a partir dos preceitos deterministas e da leitura que se fez, naquele momento, dos estudos evolucionistas de Darwin: “Se o Brasil era evidentemente composto de raças então consideradas inferiores, seria necessário considerar que o país estaria irremediavelmente condenado a ser dominado por raças superiores” (LEITE, 2007, p.242).

O reconhecimento da mestiçagem como característica maior do povo brasileiro vai fundamentar as reflexões que fariam Sílvia Romero e, mais adiante, Gilberto Freyre.

Reproduziremos, a seguir, a definição de brasileiro dada por Romero (1938, p.75, apud LEITE, 2007, p.243), por considerarmos que ela reúne importantes ícones da nacionalidade, como historicamente construída e repassada. No trecho, destacaremos os vocábulos e expressões que caracterizam diretamente o brasileiro, nomeando-lhe os traços e apontando-lhe as ações (ou a falta delas), ou que se aplicam a elementos associados ao brasileiro e, portanto, também atuam como caracterizadores indiretos:

O brasileiro ficou quase um retrato do português. A natureza como agente de transformação, pouco há feito para alterá-lo, tendo a lutar contra a estreiteza do tempo e a civilização europeia. O caboclo [índio], tipo quase perdido, que se vai esvaecendo cada vez mais, mui fracamente contribuiu também nesse sentido. O africano, rebelde aos progressos intelectuais, tem alterado, sem vantagem, nossa fisionomia pretérita. Do consórcio, pois, de velha população latina, bestamente atrasada, bestamente infecunda, e de selvagens africanos, estupidamente indolentes, estupidamente talhados para escravos, surgiu, na máxima parte, este povo, que se diz, que se supõe grande, porque possui, entre outras maravilhas, ‘o mais belo país do mundo’. É necessário buscar na história as condições de sua cultura, de sua civilização. (ROMERO, 1938, p.75, apud LEITE, 2007, p.243)

O quase-retrato que o brasileiro se tornou não tem o verniz europeu, porque este ou foi embaçado pela figura indígena ou sofreu desfigurações pela influência africana, e apresenta-se imitação do estrangeiro, indolente, atrasado, infecundo, selvagem, estúpido, besta. O que haveria de melhor no brasileiro seria sua alma, que só é tida como grande por ter o “mais belo país do mundo” – expressão aspeada no texto de Romero, a deixar sob dúvida uma interpretação de ironia ou de

mera indicação de voz alheia. Talvez, considerado o cientificismo pretendido pelo autor (nem sempre alcançado), a interpretação adequada seja a segunda. De qualquer forma, transfere-se para o espaço físico o valor positivo e sublinha-se a fragilidade e a rusticidade infecunda do elemento humano e social.

Na realidade, essa visão da mestiçagem como um fator fundamental da formação do caráter nacional se enraíza fortemente na cultura brasileira, a despeito do confronto entre a história local e as de outros países de formação semelhante e de resultados diferentes. O clima<sup>7</sup> também é frequentemente apontado como elemento perturbador: aqui visto como seco demais, ali, como úmido demais, ele prejudica (supostamente) a produtividade do habitante, relegando-o a posições de inferioridade e condenando-o à subserviência.

#### 1.4.4 Carnaval e cordialidade

*Vejam esta maravilha de cenário  
é um episódio relicário  
que o artista num sonho genial  
escolheu para este carnaval  
e o asfalto como passarela  
será a tela do Brasil em forma de aquarela*

(Silas de Oliveira, *Aquarela Brasileira*, 1964)

O Século XIX se finda com algumas incursões importantes na cultura popular brasileira, particularmente de Monteiro Lobato e sua obra. Os modernistas, a partir de 1922, inauguram um outro olhar sobre a nação; um olhar crítico, consciente das lacunas na economia, na sociedade, na intelectualidade brasileira, mas ciente de suas possibilidades, valorizando suas raízes mestiças, seu folclore. Desta vez, a valorização não vem apenas pela literatura, mas repercute em todas as formas de arte, mostrando que não se tratava de uma atitude estética isolada, mas de uma demanda geral. A atitude antropofágica faz desses intelectuais brasileiros pessoas que escolhem, que selecionam o que comer, do que se nutrir, o que desprezar e como falar. O folclore brasileiro vem à luz dos meios urbanos, trazido por poetas como Mário e Oswald de Andrade; o brasileiro é macunaimicamente retratado como

---

<sup>7</sup> Segundo Leite (2007), Romero resume e rebate estudos feitos por Buckle (s/ref.) sobre o Brasil. Este autor aponta como características para o desenvolvimento das civilizações antigas: calor e umidade, fertilidade da terra e um vasto sistema fluvial. Observando que o Brasil apresenta tais elementos, Buckle apega-se à explicação de que o vento alísio, por provocar chuvas constantes, geraria um ambiente de tal prodigalidade que o seu habitante ficaria paralisado, sem a necessidade de se movimentar para sobreviver.

herói sem nenhum caráter – e começam a se separar os “ditos” dos feitos<sup>8</sup>. O orgulho regionalista subsequente acrescentaria uma nota de realidade, trazendo à cena artística não apenas temas e paisagens interioranas, mas a linguagem e o pensamento do brasileiro, nos personagens de Graciliano Ramos, José Lins do Rego, Jorge Amado, Guimarães Rosa, entre outros, descortinando um léxico que antes nem se adivinhava. As relações de poder (e também de não poder) vigentes no país são postas à mostra. Afinal, o Brasil era uma república recente, os laços com Portugal haviam sido finalmente cortados e o país buscava uma identidade outra, de república, cuja política se faz a cada dia pelos homens e, em tese, pela democracia, não por algum direito divino. O patriarcado rural sofre abalos, pois o que ele representa destoa dos modernos preceitos de organização da sociedade. Nem por isso o homem cordial, tido como subproduto do patriarcado, deixa de existir:

O princípio moderno de organização social, ao menos idealmente, supõe nas regras que concernem à esfera pública uma extensão de princípios necessariamente impessoais que deveriam nortear o Estado, cujos limitados recursos devem ser igualmente distribuídos. Num limite extremo, a família patriarcal pode representar um sério impedimento àquele modelo de modernização; impedimento esse corporificado na figura do ‘homem cordial’. (ROCHA, 2003b, p.207)

O conceito de ‘homem cordial’, que dá título a um dos capítulos da obra *Raízes do Brasil*, de Sérgio Buarque de Holanda, é compreendido por este autor de uma forma e por Gilberto Freyre, de outra.

Gilberto Freyre vê a cordialidade como resultado de dois fatores: uma busca de sociabilidade, através de uma “técnica de bondade” (a que Cassiano Ricardo também se refere<sup>9</sup>), que remete à lhaneza no trato, e a mestiçagem, que deu ao povo brasileiro a feição que tem. Juntas, mestiçagem e cordialidade, seriam responsáveis pela identidade do brasileiro e por sua sociabilidade com outros povos, respectivamente. Segundo essa visão, o brasileiro seria um povo pacífico, avesso a entrar em conflitos, interessado na mediação.

Holanda (1977) fundamenta seu conceito na raiz da palavra *cordial* (cor, cordis), que evoca o sentido de emotividade, desprendendo-se da ideia de que ser

<sup>8</sup> Referência à seguinte passagem do romance *Macunaíma*, de Mário de Andrade: “No fundo do mato-virgem nasceu ‘o dito’, herói de nossa gente. Era preto e retinto e filho do medo da noite. Houve um momento em que o silêncio foi tão grande escutando o murmurejo do Uraricuera, que a índia Tapanhumas pariu uma criança feia. Essa criança é que chamaram de Macunaíma.”

<sup>9</sup> Sobre as nuances do conceito de cordialidade em Holanda, Freyre e Ricardo, cf. Rocha, 2003b, p.212: “(...) o brasileiro (quando mais polido) sabe tirar partido da própria bondade, e que esse seu *ricorso* se poderia chamar ‘técnica de bondade’ (C. Ricardo).

cordial é ser cortês. Para ele, são mostras de cordialidade (em seu sentido etimológico) tanto o carinho, a amizade, o amor quanto a inimizade, a rejeição, o ódio. O que está sob foco é o caráter emocional do brasileiro: “A inimizade bem pode ser tão cordial como a amizade, nisto que uma e outra nascem do coração, procedem, assim, da esfera do íntimo, do familiar, do privado” (Holanda, 1977, p.107). Na esfera pública, uma inimizade seria melhor nomeada, segundo Holanda, de ‘hostilidade’.

Retomando a discussão acerca do patriarcado no Brasil e seu descompasso com o moderno princípio de organização social, veremos que este aponta na direção da impessoalidade na esfera pública. A cordialidade, entendida no sentido que lhe dá Holanda, representa o oposto a isso, representa a emotividade transpondo a esfera privada e impregnando o trato público. Segundo Rocha (2003b), isso ainda pode ser verificado:

Dominado por seus sentimentos, o homem cordial rejeita as premissas da vida moderna, já que, ao deixar-se levar por impulsos, vive em função de seus próprios interesses. Mediante um provérbio ainda hoje usado, percebemos que os brasileiros permanecem presos a essa lógica: ‘Aos amigos, tudo; aos inimigos, a lei’. (ROCHA, 2003b, p.208)

Este ponto específico da discussão acerca dos traços marcantes da identidade brasileira interessa de perto à nossa pesquisa, que parte de um recorte político marcado por relações como a descrita acima (favorecimentos no caso dos Correios, do Mensalão do PT e do Mensalão do DEM). Como dado de sobrevivência desse discurso, que foi identificado na década de 1930 por Holanda, até a atualidade, veja-se o teor da declaração feita por um corregedor da Câmara dos Deputados, sobre o exercício de sua função de corregedor, extraída de notícia publicada em jornal on line<sup>10</sup>:

---

<sup>10</sup> Notícia publicada no jornal O Globo, seção País, versão on line, em 04/02/2009. Disponível em [www.globoon.com.br](http://www.globoon.com.br), Arquivo Premium.

O GLOBO - País - Publicada em 04/02/2009 às 00h45m

'VÍCIO DA AMIZADE'

### **Novo corregedor não quer investigar deputados**

*Aílton de Freitas*

BRASÍLIA - Um dia após ser eleito 2º vice-presidente da Câmara, e portanto seu corregedor, o deputado Edmar Moreira (DEM-BA) propôs que a Casa não julgue mais os deputados, repassando a tarefa à Justiça. Edmar argumentou que "o vício da amizade" entre os parlamentares acaba, muitas vezes, afetando o processo; por isso, a Câmara deveria julgar a admissibilidade do caso e enviá-lo ao Judiciário.

Pelo artigo 55 da Constituição, o parlamentar é julgado no Congresso por quebra de decoro parlamentar e pode ter o mandato cassado. Seria preciso mudar a Constituição para alterar as regras. (...)

O que o deputado denomina de "vício da amizade" se coaduna com a definição de cordialidade como exagerada emotividade. Identificar a sobrevivência desse discurso é localizar um valor que, de alguma forma, ainda aparece associado ao caráter nacional e que se mostra pela linguagem. Apenas para corroborar a ponte entre teoria do passado e prática do presente, recortamos a seguinte passagem, cuja atualidade pode ser percebida, se relacionada ao comportamento descrito acima:

(...)o homem cordial sente-se um estrangeiro ante a moderação exigida pelas regras universais de comportamento. Nada o incomoda mais do que o meio termo, pois age com base numa organização hierárquica complexa. Como homem de extremos, odeia e ama com a mesma intensidade; deseja e rejeita ao mesmo tempo; pode ser avaro e generoso na mesma proporção. Acima de tudo, opera com dinheiro público como se esse lhe pertencesse.<sup>11</sup> (ROCHA, 2003b, 208)

DaMatta (CMH [1978], 1997) aprofunda um pouco a questão, identificando, sob a aparência, uma rejeição do brasileiro a rituais formais; desse ponto de vista, a cordialidade seria apenas um envoltório de sua essência – essa, bem distinta, com facetas inúmeras, que o autor concentra nas figuras do malandro e do herói renunciador, com os valores por eles cultivados. Não obstante, o autor reconhece que os ritos (não os rituais sociais impostos, mas aqueles profundamente enraizados na cultura nacional, como o carnaval) têm força e carregam um potencial dramático, caracterizado pela repetição de modelos que "traduziriam" a identidade brasileira.

<sup>11</sup> Grifo nosso. Ressalve-se que a conjunção 'e' em itálico foi assim apresentada no original de Rocha.

#### 1.4.5 Pandeiros e roda-viva

*Um rei mal coroado  
 Não queria  
 O amor em seu reinado  
 Pois sabia  
 Não ia ser amado  
 Amor não chora, eu volto um dia*  
 (Geraldo Azevedo e Geraldo Vandré, *Canção da Despedida*)

Duas grandes contribuições são dadas à identidade nacional no Século XX, em sua segunda metade:

- a) o tropicalismo, que trabalha o orgulho nacional pela festa em torno de valores, sons, cores locais, com um renovado tom modernista (retomando, inclusive, propostas estéticas e textos do Modernismo), mas dialogando com aspectos da cultura pop, do rock, com o experimentalismo tão característico do final dos anos 60, início dos 70;
- b) as manifestações político-ideológicas do período da ditadura militar, em textos às vezes panfletários, às vezes de poesia brilhante, que privilegiavam o questionamento dos valores vigentes e propunham os desejados.

O Brasil aparece, portanto, em sua face tropicalista, associado a valores como **gente bronzada** que tem **seu valor** e se impõe no cenário internacional, na letra de *Brasil Pandeiro*, de Assis Valente<sup>12</sup>:

Chegou a hora dessa gente bronzada mostrar seu valor  
 Eu fui à Penha fui pedir à padroeira para me ajudar  
 Salve o Morro do Vintém, pendura a saia que eu quero ver  
 Eu quero ver o Tio Sam tocar pandeiro para o mundo sambar (...)

Ou ainda na síntese do Movimento Tropicalista e da identidade em *Tropicália*<sup>13</sup> (VELOSO, 1968):

*Sobre a cabeça os aviões  
 Sob os meus pés os caminhos  
 Aponta contra os chapadões  
 Meu nariz*

<sup>12</sup> A canção foi composta em 1940, quando Carmem Miranda fazia sucesso, e foi regravada pelos Novos Baianos, em 1972, no disco *Acabou Chorare* (Som Livre).

<sup>13</sup> Canção de Caetano Veloso, do disco *Tropicália ou Panis et circensis*, Gravadora Philips, 1968, Vários artistas.

*Eu organizo o movimento  
Eu oriento o carnaval  
Eu inauguro o monumento  
No planalto central  
Do país*

*Viva a bossa – sa – sa  
Viva a palhoça – ça – ça – ça – ça  
(...)  
Domingo é fino da bossa  
Segunda-feira está na fossa  
Terça-feira vai a roça  
Porém*

*O monumento é bem moderno  
Não disse nada do meu terno  
Que tudo mais vá pro inferno  
Meu bem  
Que tudo mais vá pro inferno  
Meu bem*

*Viva a banda – da – da  
Carmem Miranda – da – da – da – da*

A música foi, sem dúvida, a grande porta-voz da identidade. Num momento em que uma identidade legitimadora procurava se impor, por via das instituições governamentais, com toda a sua máquina e com todo o patrulhamento possível, o contraponto a esse discurso vem na forma de uma identidade de projeto. Dois discursos correm paralelos: o do Brasil-grande e o do Brasil-subdesenvolvido. O da direita e o da esquerda.

O Brasil-grande aparece no discurso neo-ufanista das propagandas institucionais do governo, em slogans (*Brasil: ame-o ou deixe-o*) e em jingles que falam do país como uma terra de amor, trabalho, união, alegria, como este, gravado pelo grupo Os Incríveis:

*Este é um país que vai pra frente...  
Uô Uô Uô Uô Uô...  
De uma gente amiga e tão contente...  
Uô Uô Uô Uô Uô...  
Este é um país que vai pra frente...  
De um povo unido, de grande valor...  
É um país que canta, trabalha e se agiganta...  
É o Brasil do nosso amor!*

O Brasil-subdesenvolvido é apresentado, por exemplo, através das contradições entre a visão ufanista, presente no Hino Nacional, e a realidade sócio-

econômica do país, na canção censurada *Subdesenvolvido*<sup>14</sup>, de Carlos Lyra, da qual transcrevemos trechos:

*O Brasil é uma terra de amores  
Alcatifada de flores  
Onde a brisa fala amores  
Em lindas tardes de abril  
Correi pras bandas do sul  
Debaixo de um céu de anil  
Encontrareis um gigante deitado  
Santa Cruz, hoje o Brasil  
Mas um dia o gigante despertou  
Deixou de ser gigante adormecido  
E dele um anão se levantou  
Era um país subdesenvolvido  
Subdesenvolvido, subdesenvolvido, etc. (refrão)*

*(...)  
Tem personalidade!  
Não se impressiona com facilidade  
Embora pense, dance e cante como desenvolvido  
O povo brasileiro  
Não come como desenvolvido  
Não bebe como desenvolvido  
Vive menos, sofre mais  
Isso é muito importante  
Muito mais do que importante  
Pois difere os brasileiros dos demais  
Pela... personalidade, personalidade  
Personalidade sem igual  
Porém... subdesenvolvida, subdesenvolvida  
E essa é que é a vida nacional!*

#### 1.4.6 Caras e corrupções

*Nas favelas, no senado  
Sujeira pra todo lado  
Ninguém respeita a constituição  
Mas todos acreditam no futuro da nação  
Que país é esse?  
Que país é esse?  
Que país é esse?  
(Renato Russo, *Que país é esse?*)*

Os anos 80 trazem a abertura política e mais espaço para se questionar a identidade, após o silêncio forçado dos anos de chumbo. Na cultura, o Brasil aquarelado por Ary Barroso e re-aquarelado por Silas de Oliveira<sup>15</sup> sobrevive, mas é

<sup>14</sup> Carlos Lyra e Francisco Assis, compacto duplo, CPC/UNE, 1962.

<sup>15</sup> Silas de Oliveira é um dos fundadores da Império Serrano, tradicional escola de samba do Rio de Janeiro. Considerado o pai do samba-enredo, estilo que passaria a ser obrigatório nas composições das escolas, criou o samba-enredo *Aquarela Brasileira* em homenagem à *Aquarela do Brasil*, de Ary Barroso. No Portal Universia, lê-se curiosidade sobre esse samba: “No momento em que a Império Serrano ia entrar na avenida para o desfile, em 9 de fevereiro de 64, chegou à avenida a notícia de que Ary Barroso havia acabado de morrer”, conta Oliveira

visto como máscara por Cazuzza, em Brasil: “Brasil, mostra a tua cara,/quero ver quem paga pra gente ficar assim/Brasil, qual é o teu negócio,/ o nome do teu sócio/confie em mim”. Mas resiste o vínculo do nacionalismo, fiel, ainda marcado pelo senso de inferioridade desenvolvido no Século XIX: “Grande pátria/desimportante/Em nenhum instante/Eu vou te trair/Não, não vou te trair...” (CAZUZA, ROMÉRIO, ISRAEL, disco *Ideologia*, 1988). E são denunciados os descaminhos da nação que alienou de si os seus jovens, esvaziou seus projetos, em *Ideologia* (CAZUZA, FREJAT, 1988)<sup>16</sup>:

*Meu partido  
É um coração partido  
E as ilusões estão todas perdidas  
Os meus sonhos foram todos vendidos  
Tão barato que eu nem acredito  
Eu nem acredito  
Que aquele garoto que ia mudar o mundo  
(Mudar o mundo)  
Frequenta agora as festas do "Grand Monde"*

*Meus heróis morreram de overdose  
Meus inimigos estão no poder  
Ideologia  
Eu quero uma pra viver  
Ideologia  
Eu quero uma pra viver*

*(...)  
Pois aquele garoto que ia mudar o mundo  
(Mudar o mundo)  
Agora assiste a tudo em cima do muro*

*Meus heróis morreram de overdose  
Meus inimigos estão no poder  
Ideologia  
Eu quero uma pra viver  
Ideologia  
Eu quero uma pra viver*

Em 2004, assiste-se a um movimento de valorização da auto-estima do brasileiro, com campanhas pelo resgate de seu autoconceito. A Rede Globo lança uma série de reportagens, intitulada “Identidade Brasil”, que se propõe a abordar aspectos da cultura brasileira, valorizando-a. O Banco do Brasil convida cineastas de renome para produzirem curta-metragens a partir de valores levantados por uma pesquisa, relativamente ao brasileiro. Os valores-título dos filmes são *Fraternidade*,

---

(Portal Universia, disponível em <http://www.universia.com.br/especiais/carnaval/silas.jsp>). Isso teria justificado o 4º lugar da agremiação naquele carnaval. Martinho da Vila regravou e imortalizou o samba.

<sup>16</sup> ©Warner Chappell,63580241

de Jorge Furtado, *Afeto*, de Carla Camurati, *Confiança*, de Beto Brant, *Originalidade*, de Andrucha Waddington, *Alegria*, de Daniel Filho, *Conhecimento*, de Cacá Diegues, e *Identidade*, de Fernando Meireles e Nando Olival<sup>17</sup> (Figura 3). Simultaneamente, a ABA – Associação Brasileira de Anunciantes – inicia, em parceria com várias empresas e com o apoio da SECOM – **Secretaria de Comunicação e Gestão Estratégica da Presidência da República** –, campanha intitulada “O melhor do Brasil é o brasileiro”, cujo texto-justificativa diz:

São Paulo, julho de 2004: inspirada na obra de Câmara Cascudo, a frase "o melhor do Brasil é o brasileiro" simboliza movimento lançado pela ABA - Associação Brasileira de Anunciantes - e dirigido a toda a Nação, com o objetivo de resgatar os níveis de auto-estima do brasileiro, que estão em baixa, e, nesse empuxo, aumentar seu patamar histórico, que nunca foi muito elevado (com raras exceções, como em momentos de grandes conquistas esportivas). (ABA, 2004)



Figura 3: Reprodução da tela do *hotsite* para acesso aos filmes *Valores do Brasil*

Vários filmes publicitários são rodados, tendo como protagonistas figuras emblemáticas no quesito superação, como Herbert Vianna e Ronaldo Fenômeno (ver Figura 4), sob o slogan “Eu sou brasileiro e não desisto nunca”. Por fim, o governo programa festividades diferenciadas em torno do Sete de Setembro<sup>18</sup>, reforçando o senso de independência e de liberdade.

<sup>17</sup> É possível assistir a todos os filmes a partir do site <http://www.planodigital.com.br/portfolio/valores/index.htm>. A campanha foi veiculada no horário nobre da TV aberta entre 23 de dezembro de 2004 a 4 janeiro de 2005. Cada filme custou 13 milhões de reais.

<sup>18</sup> Dia da Independência do Brasil, data nacional.



**Figura 4: Cena final do filme publicitário da ABA, *Eu sou brasileiro e não desisto nunca***

Em artigo de Virginia Salomão (2005), sobre como a identidade nacional é expressa pela mídia na era Lula, tais eventos são postos em discussão, sobretudo a partir da análise de matéria publicada pela Folha de São Paulo, na seção Debates, em que intelectuais convidados avaliam se seriam parte de uma orquestração capitaneada pelo governo, num movimento considerado ‘neonacionalista ufânico’:

O artigo de capa, e que abre o debate, “Nacional por adição: onda de patriotismo patrocinada pelo governo divide intelectuais brasileiros, como José Mutrilo de Carvalho, Manuela Carneiro da Cunha, Francisco de Oliveira e Renato Mezan, traz respostas para a seguinte pergunta: “À luz da recente difusão de slogans como “o melhor do Brasil é o brasileiro”(Câmara Cascudo) e da ênfase dada pelo governo aos festejos do último 7 de setembro, estamos presenciando um “revival” do velho ideário nacionalista, isto é, da exaltação ufanista das virtudes do país?”. (SALOMÃO, 2005, s/pág.)

É com reservas que Salomão (2005) vê as ações da mídia em torno do nacionalismo:

Na realidade, além da evocação dos símbolos de cunho nacional, do patriotismo, das virtudes da etnia brasileira e da sua sedutora cultura, o Estado brasileiro não tem feito senão viver as contradições do capitalismo informacional com o qual tem contracenado. O choque entre uma mentalidade monopolista, calcada no capitalismo industrial [sic], é indissociável nesse jogo caótico de acusações acionado pelos empresários da mídia à guisa dos fluxos de poder, riqueza e informação a que estão atrelados. (SALOMÃO, 2005, s/pág.)

Num cenário em que as identidades sofrem os impactos de uma cultura globalizante, a demarcação de territorialidade desponta como necessidade – talvez nem tanto dos povos, mas de seus dirigentes e dos organismos sociais que os mantêm. Salomão (2005) afirma que a percepção das disjunções entre discurso e realidade se dá de modo bastante diferente, dependendo da camada sócio-econômica sob consideração (a autora afirma que as classes mais intelectualizadas percebem as disjunções, enquanto as camadas populares seriam manipuladas). O

passado recente de regime ditatorial estabelece uma resistência das camadas mais intelectualizadas a manifestações patrióticas, por as associarem a ações de manipulação adotadas pelo governo militar (como já se discutiu no item 1.4.5). Nesse espírito foi que o jornal Folha de São Paulo convidou pensadores para avaliarem o investimento nacionalista da campanha da ABA de 2004.

Segundo o relato que Salomão (2005) faz da matéria do caderno Mais!, da Folha, em que tal discussão se apresenta, os fatos analisados não chegam a comprovar uma campanha manipulatória, conquanto se admita um favorecimento do governo às organizações Globo na forma de auxílio financeiro. Em outras palavras, o arroubo nacionalista não teria sido, de todo, orquestrado pelo governo, mas estimulado por ele.

A autora considera que o governo Lula, na realidade, buscava, em 2004, através de uma associação à mídia, dar ao país uma condução político-econômica capaz de cumprir a função dos Estados nacionais na sociedade em rede, que seria, segundo Castells (200...., p. 353), “conferir legitimidade aos mecanismos de administração supra e subnacional e assegurar a responsabilidade desses mecanismos”. Nesse sentido, cultivar o bom relacionamento com a mídia torna-se fundamental, pois é ela que veicula os sentidos que se pretendem construtivos para a nação. Por sua vez, de acordo com os interesses de cada grupo midiático num dado momento, pode-se assistir a um reforço do discurso governamental, com adesão a seus projetos – como no caso da campanha Valores do Brasil. Mudando, contudo, o contexto e os interesses, pode-se assistir a uma política de escândalos, dos quais a imprensa adepta do jornalismo chamado de *watchdogging*<sup>19</sup> se nutre. Qualquer que seja o caso, deve-se notar a ocorrência de fluxos de informação e, por conseguinte, de poder.

Se as afirmações que pretendiam elevar a autoestima do brasileiro foram mera manobra midiática ou se, de alguma forma, representaram anseios legítimos de setores da sociedade, os intelectuais não conseguiram definir. Os dados emergentes da análise do *cópus* desta pesquisa poderão lançar luz sobre o assunto.

Em 5 de junho de 2005, explodia no país a chamada crise do Mensalão, denominação neológica designativa do esquema de compra de votos de

---

<sup>19</sup> O termo parte do conceito de cão de guarda (*watchdog*) para designar os que se colocam como vigilantes, guardiães da transparência, tendo em vista, sobretudo, os atos governamentais e suas possíveis ilegalidades.

parlamentares, em que mesadas ou ‘mensalões’ seriam pagos para que estes votassem favoravelmente a projetos de interesse do governo. Caracterizada por contínuas denúncias e averiguações por Comissões Parlamentares de Inquérito, a crise contou com a participação decisiva da mídia e projetou uma imagem negativa de políticos e de autoridades da República:

Entre os fatores que explicam a importância adquirida pela crise está a ação dos meios de comunicação de massa. A revista *Veja* iniciou a denúncia de um esquema de corrupção nos Correios, empresa pública gerida por um dos partidos da base de sustentação do governo. O caso ganhou nova dimensão após a entrevista bombástica do então deputado Roberto Jefferson ao jornal *Folha de S.Paulo*, em 6 de junho de 2005. Nela, Jefferson afirmou que o governo pagava mesadas para deputados votarem a seu favor e cunhou o termo “mensalão”. Daí em diante, os principais jornais diários e as revistas semanais de informação passaram a competir por novas denúncias e evidências contra autoridades da República, repetindo a “dobradinha” mídia/CPI que, em 1992, levou ao *impeachment* do presidente Fernando Collor de Melo. (COUTINHO, 2007, p.98)

Pela magnitude do espectro da corrupção, o país viu-se mergulhado numa autêntica crise de identidade. Corrupção, falta de ética, impunidade, falta de decoro, vergonha – expressões que circulam na voz da mídia e na voz do povo. Discursos de indignação e de desesperança marcam o dia-a-dia. Como texto representativo desse momento, selecionamos “Brasil corrupção (unimultiplicidade)”, composto por Ana Carolina e Tom Zé:

Neste Brasil corrupção  
 Pontapé bundão  
 Puto saco de mau cheiro  
 Do Acre ao Rio de Janeiro  
 Neste país de manda-chuvas  
 Cheio de mãos e luvas  
 Tem sempre alguém se dando bem  
 De São Paulo a Belém  
 Eu pego meu violão de guerra  
 Pra responder essa sujeira  
 Como começo de caminho  
 Quero a unimultiplicidade  
 Onde cada homem é sozinho  
 A casa da humanidade  
 Não tenho nada na cabeça  
 A não ser o céu  
 Não nada por sapato  
 A não ser o passo  
 Neste país de pouca renda  
 Senhoras costurando  
 Pela injustiça vão rezando  
 Da Bahia ao Espírito Santo  
 Brasília tem suas estradas  
 Mas eu navego é noutras águas  
 Como começo de caminho  
 Quero a unimultiplicidade  
 Onde cada homem é sozinho

## A casa da humanidade

Os artistas-autores, em exercício de engajamento, atuam como porta-vozes de um discurso oriundo de um segmento da população que rejeita a corrupção, que participa de uma Brasil **de pouca renda, sem nada por sapato, a não ser o passo**, que não transita pelas **estradas** e dutos de Brasília. Armados de seu **violão de guerra**, disparam denúncias contra o Brasil corrupção (o substantivo convertido em adjetivo sugerindo uma característica substancial do país), **puto saco de mau cheiro**, onde há sempre grandes **mãos se dando bem**, sob as **luvas** da impunidade. A resposta à **sujeira** vem na forma de um desejo quase religioso (no sentido etimológico do termo, de religação), que toma como ponto de partida a **unimultiplicidade, onde cada homem é sozinho, a casa da humanidade** – um retorno do homem a si mesmo, à sua individualidade, à sua inteireza, mas com a perspectiva do coletivo. Do confronto semântico entre uni- (único, um) e multi- (muitos), emerge o paradoxo essencial, já apontado por DaMatta (CMH, 1978). De certa forma, parece que a identidade nele reside e só através de um mergulho nesse paradoxo pode ser recomposta. Este é o cenário em que se produzem os textos coletados no cópulus desta pesquisa.

Cumprido o percurso histórico do Século XVI ao XXI, ressalvado o caráter superficial desta viagem, temos um panorama da identidade nacional em ideias, textos, músicas que deram voz a diferentes segmentos sociais e representações ideológicas. Temos também a atmosfera do período que corresponde ao recorte temporal eleito para a coleta de textos. Temos conceitos e teorias gerais sobre identidade. Enfim, temos um retrato falado da identidade nacional, até aqui.

## 2 A SEMIÓTICA COMO CAMINHO

Em nossa pesquisa sobre a identidade, a Semiótica revelou-se um caminho não apenas interessante, mas produtivo. Para se dar conta de fenômenos emergentes do social, é preciso que o pesquisador tenha amparo teórico adequado, de tal forma que o caráter muitas vezes abstrato do fenômeno seja convertido em informação e análise objetivas, garantindo-se, assim, o cientificismo no tratamento do tema e na formulação de hipóteses e conclusões.

Em se tratando, sobretudo, de uma pesquisa que tenha como base informacional os discursos sociais, maior a razão para que se tenha buscado o arcabouço teórico da semiótica.

Adverte-nos, no entanto, Morentin (2008, p.30) que a abordagem dinâmica desses discursos (fluidos, mutáveis, mutantes) exige da semiótica um elenco de operações capazes de revelar como se produz a significação de um dado fenômeno e como ela evolui e se transforma. Esse pesquisador preocupa-se, em seu artigo “Conceito e método da semiótica”, em investigar e estabelecer o lugar desse campo de conhecimento, definindo se é ou não uma ciência e se tem ou não condições de oferecer como resultado de seus estudos informações válidas, cientificamente aproveitáveis. Lembra o autor que a semiótica tem como objeto de estudo o signo e, assumindo que tudo o que é percebido no mundo por um ser humano o é em função de seu caráter semiótico, ou seja, em razão da significação atribuída a tal elemento, nada mais natural que usar da semiótica para compreender variados processos.

A convicção de que tudo no mundo participa de uma construção de significação, ou seja, de uma semiose, implica assumir que, de alguma forma, tudo é signo. Isso acaba por ampliar de tal modo o objeto da semiótica, que passa a lhe faltar especificidade para constituir-se como objeto de uma ciência. Além disso, o fato de que a abordagem semiótica, para ser feita, teria de lançar mão de seu próprio objeto (os signos) inviabiliza, também, o distanciamento objetivante que a ciência requer. Por tudo isso, Morentin (2008) considera que a semiótica seja um área de conhecimento, não exatamente uma ciência.

## 2.1 Signo e objeto semiótico: conceitos distintos

Independentemente dessa discussão de cunho teórico, olhemos para um aspecto importante levantado por Morentin: para que a semiótica – ciência ou não – realize uma abordagem consistente do fenômeno semiótico, é necessário ter um método. Como proposta, o autor apresenta operações a serem realizadas na pesquisa semiótica. Antes de enumerá-las, no entanto, cumpre esclarecer os conceitos de *semiose substituinte* e *semiose substituída*, usados pelo autor na descrição das etapas. Esses conceitos, por sua vez, vinculam-se aos conceitos de *signo* e de *objeto semiótico*.

Para o autor, o signo é um elemento capaz de realizar uma representação e comunicar algo, ou ainda, é o elemento capaz de ensejar uma semiose. O objeto semiótico seria o conteúdo ou elemento a respeito do qual se comunica algo.

Bastaria, no entanto, que houvesse a mudança de contexto para que o mesmo elemento denominado de signo passasse a ser um objeto semiótico. Imagine-se um filme sobre o qual se publica uma crítica. A crítica constituiria uma semiose substituinte - constituída por signos, ela ficaria no lugar de um elemento, o filme, que, por sua vez, seria a semiose substituída – da qual se trata, que se torna um objeto semiótico nesse processo específico. Nas palavras do autor:

Dito de modo mais simples: *o que enuncia é um signo e o que resulta enunciado é um objeto semiótico*. Ou também (entendendo dinamicamente e não em sua possibilidade especular ao termo “substituição”), a semiose substituinte está constituída por signos e a semiose substituída está constituída por objetos semióticos. (MORENTIN, 2008, p.23).

Como se disse anteriormente, o status de uma semiose pode mudar, bastando para isso que a situação em que ela se concretiza também seja mudada. Assim, se alguém fizesse um outro texto comentando a crítica feita ao filme, o quadro passaria a se apresentar da seguinte forma: a crítica ao filme deixaria de ser semiose substituinte e passaria a objeto semiótico, ou seja, semiose substituída; por sua vez, o comentário sobre a crítica ocuparia o lugar de semiose substituinte, uma vez que seu conjunto de signos de alguma forma representaria a crítica.

## 2.2 Operações semióticas

Esclarecidos os conceitos e tipos de semiose, voltemos às operações definidas por Morentin para que a pesquisa semiótica atinja grau de cientificismo, abrangendo adequadamente o fenômeno discursivo em sua dialética:

a) operação de **atribuição** de valor a uma forma – o significante ou representâmen é associado a um valor que resulta da combinação dessa forma junto a outras num dado contexto; assim se pode vir a construir o valor sintático da forma de um signo em uma dada semiose;

b) operação de **substituição** entre, pelo menos, duas semioses – numa, teria função de semiose substituinte, noutra, de semiose substituída; dessa forma, seria construído o valor semântico das formas dos signos de tais semioses (Morentin entende que esse valor semântico nunca poderia ser obtido de apenas uma semiose, mas viria do cotejo entre semioses de características distintas e da diferenciação entre os valores que uma forma assume como signo e com objeto semiótico);

c) operação de **superação** entre, pelo menos, dois pares de semioses (sic)<sup>20</sup>, “de modo tal que uma semiose perde capacidade de substituir, ou seja, de construir os significados dos fenômenos de determinado mundo” (MORENTIN, 2008, p.32); esta operação constituiria o valor pragmático do signo, com suas possibilidades de ampliação dos objetos semióticos gerados e/ou de limitação para gerar novos objetos semióticos.

As operações descritas por Morentin correspondem, na realidade, a testagens relacionadas ao potencial de significância dos signos. Assim, em última análise, o

---

<sup>20</sup> O autor fala em dois pares de semioses, mas aponta, como primeiro par, “(...)signos que perdem sua eficácia para gerar objetos semióticos” e, como segundo par, “novos signos com eficácia para gerar novos objetos semióticos” (MORENTIN, 2008, p.32). Especulamos se o autor pretendia falar em processos que formam um par, por seu caráter antitético (um processo de esvaziamento dos signos, outro de criação de novos).

significado seria o elemento sob investigação. Por significado entende ele que seja ‘o conjunto de interpretações materializadas em determinados discursos, relativas a determinados fenômenos e vigentes em determinado momento de determinada sociedade’ (MORENTIN, 2008, p. 34). Fica claro que é necessário delimitar claramente a sociedade, o momento, os fenômenos e os discursos a serem analisados como materialidade dos significados. Em outros termos, um estudo semiótico requer um recorte claro das instâncias de produção discursiva para que se possa chegar a conclusões pertinentes, usando de rigor científico:

O caráter fundamental que haverá de conferir-lhe rigor ao desenvolvimento que conduza à obtenção desse objetivo consiste em que dita explicação se baseie na textualidade de determinada(s) semiose(s), ou seja, na materialidade de discursos não só verbais, senão também visuais, auditivos (musicais), gestuais, comportamentais, etc. vigentes (ou seja, efetivamente em uso e, em diferente medida, aceitáveis) em determinada sociedade. (MORENTIN, 2008, p. 34)

Por ‘textualidade’ Morentin entende a materialidade textual (ou contextual) dos discursos, não o sistema social, que, por sua virtualidade, pode tão-somente ser recuperado a partir dos textos que derivam dele. Buscando apreendê-lo, o pesquisador que tem a semiótica como ferramenta pode, na verdade, identificar aspectos da cognição social, partilhados num determinado grupo, o qual, por sua vez, constrói sua identidade justamente com base nesse compartilhamento.

Nesse ponto, as reflexões de Morentin se encontram com os objetivos desta tese e com a base estabelecida para a pesquisa, comprovando ser a semiótica um caminho adequado à apreensão de modelos mentais social e cognitivamente construídos quanto ao que seja ser brasileiro. Os recortes recomendados pelo pesquisador estão feitos no escopo da pesquisa: estuda-se o fenômeno da identidade brasileira, no período focal de 2005 a 2010, interessando, especificamente, o processo de transformação por que venha passando o conceito de identidade, num cotejo entre a tradição e a circunstância, sendo, para isso, tomados como materialidade os discursos construídos em textos jornalísticos de caráter argumentativo e, mais especificamente, as ocorrências lexicais carregadas de material semiótico representativo da identidade nacional.

## 2.3 A Semiótica de extração peirceana

A base da Teoria da Iconicidade Verbal, de Simões, que nos orienta a análise, é a teoria semiótica peirceana, mais especificamente seu conceito de signo, em todas as suas potencialidades. Entendida como uma filosofia da representação, a teoria de Charles Sanders Peirce permite e aguarda aplicações nas mais diferentes áreas do conhecimento. A linguagem verbal, sendo uma dessas áreas, pode ser bem estudada e investigada com informações dessa teoria. Mais que isso, torna-se possível desenvolver novas teorias a partir do arcabouço de Peirce e dos aprofundamentos de outros tantos pesquisadores e pensadores, como Eco, Santaella, Simões. Partiremos, portanto, da base da teoria peirceana para, em seguida, apresentarmos brevemente a Teoria da Iconicidade Verbal.

### 2.3.1 O conceito de signo

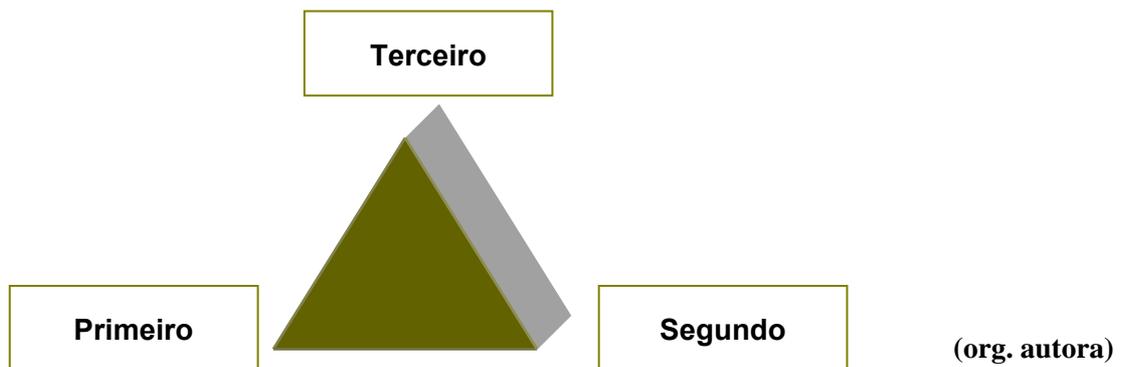
A noção básica da Semiótica é o conceito de signo. Sua definição pode ser feita de acordo com Eco (2007, p.4): “É signo tudo quanto possa ser assumido como substituto significante de outra coisa.” Ou com Derrida “(...) o signo é caracterizado pelo adiamento (da presença) e pela diferença (da ausência, relativamente a outros signos). Essas duas características estão sintetizadas no conceito de *différance* (Derrida, 2000, apud Simões, 2009, p.40). Ou, ainda, de acordo com Peirce (2000, p.46) “Um signo, ou *representâmen*, é aquilo que, sob certo aspecto ou modo, representa algo para alguém.” Esse ‘algo’ que o signo representa é o chamado objeto. O objeto não é representado em sua totalidade, mas dele se produz uma imagem de uma ideia, que vem a ser o fundamento do representâmen. Como, segundo Peirce, esse signo se dirige a alguém, termina por criar nessa mente um signo equivalente, algo como um signo mais desenvolvido, ao que ele denomina *interpretante* do primeiro signo.

Assim se monta a conhecida relação triádica proposta por Peirce, indo além da dicotomia significado/significante, com que Saussure (cf. CLG,1978) pretendia definir o signo. Peirce assim descreve a tríade representâmen, objeto, interpretante: “Um Representâmen é o Primeiro Correlato de uma relação triádica sendo o Segundo Correlato denominado seu Objeto e o possível Terceiro Correlato sendo

denominado seu Interpretante” (PEIRCE, 2000, p.51). Para Peirce, segundo Santaella (2002), é possível analisar o signo:

- a) segundo seu poder para significar, ou seja, em si mesmo, nas propriedades que possui (o representâmen está em foco);
- b) segundo a construção da referência àquilo que ele indica, ao que se refere ou representa (o objeto está em foco);
- c) segundo o tipo de efeito produzido naqueles a quem o signo se dirige, ou seja, no potencial interpretativo que o signo é capaz de evocar (o interpretante está em foco).

Assim se definiria o signo: “(...) um primeiro (algo que se apresenta à mente), ligando um segundo (aquilo que o signo indica, se refere ou representa) a um terceiro (o efeito que o signo irá provocar em um possível intérprete)” (SANTAELLA, 2002, p.7), de modo que esse terceiro se vincule igualmente ao seu objeto, representando-o. Essa relação costuma vir representada em esquema triangular, no qual são representadas as relações triádicas – não apenas pela existência de três vértices, mas pela impossibilidade de existirem relações diádicas no esquema. Por isso, Peirce insiste que o interpretante não pode ser apenas vinculado ao segundo, mas deve surgir igualmente vinculado ao primeiro, representando-o de fato:



**Figura 5: Relação Triádica no Signo, segundo Peirce**

Ainda segundo Santaella (2002), a amplitude do signo peirceano permite que ele se corporifique não apenas em elementos que participem de uma linguagem, mas que se verifique em elementos vários, individualizados (como correr para um ônibus ou abrir uma janela, exemplos da autora), que, num dado contexto, passam a revelar um potencial sígnico. O signo, portanto, ultrapassa o universo languageiro e

se inscreve na ordem do humano: “Signo é aquilo que dá corpo ao pensamento, às emoções, reações etc. (...) Essas externalizações são traduções mais ou menos fiéis de signos internos para signos externos” (SANTAELLA, 2002, p.10). Da mesma forma que o pensamento, as reações, as emoções não precisam ser linguisticamente organizados para que venham a constituir signos, também os efeitos interpretativos podem surgir na forma de uma reação física, gestual, de um suspiro, não necessariamente na forma de um pensamento bem acabado, comunicável por natureza. Assim, qualquer elemento pode vir a ser um signo ou um seu efeito, desde que investido de potencial representativo.

Peirce ainda realiza outras divisões, as tricotomias dos signos (inicialmente três tricotomias, mais tarde ampliadas para dez), das quais decorrem classificações para os signos. Apresentaremos, aqui, as divisões relativas às primeiras três tricotomias, mais estudadas.

A primeira tricotomia reflete as categorias fenomenológicas (qualidade, existência, lei) e reparte os signos de acordo com suas propriedades em *qualissigno* (uma qualidade que é signo; por exemplo, uma melodia que tenha sido criada numa tonalidade menor pode vir a se associar a experiências de tristeza, de introspecção – isso daria à qualidade ‘menor’ um poder de representação compatível com a noção de signo); *sinsigno* (coisa ou evento existente e real que é um signo; por existir, essa coisa ou evento necessariamente se relaciona a outras coisas e eventos, tornando-se uma representação do ser e, simultaneamente, do não-ser) e *legissigno* (algo que tem a propriedade da lei; uma lei seria uma abstração operativa, capaz de agir tão logo encontre um caso singular ao qual se aplique – assim, as palavras, por exemplo, por participarem de um sistema e nele atenderem a papéis e combinações pré-determinadas, são, assim vistas, legissignos).

A segunda tricotomia produz as divisões ícone, índice e símbolo e derivam da relação que o signo tem com o objeto. Como estas divisões interessam mais à pesquisa, serão detalhadas adiante.

### 2.3.2 Ícone, índice, símbolo

Retomando a segunda tricotomia, examinemos as noções de ícone, índice e símbolo. Dissemos anteriormente que essa divisão decorre da relação que o signo tenha com seu objeto, ou seja, depende de seu fundamento fenomenológico

(qualidade, existente ou lei). Decorre daí que, se o fundamento de um signo é um qualissigno, o signo será, na relação com seu objeto, um *ícone*; se o fundamento for um existente, na relação com seu objeto o signo será um *índice*; se o fundamento for uma lei, na relação com seu objeto o signo será um *símbolo* (cf. Santaella, 2002).

Santaella aponta um facilitador para a compreensão das relações do signo com seu objeto – a distinção que Peirce faz entre objeto dinâmico e objeto imediato. Vejamos: o objeto dinâmico seria o elemento a que o signo se reporta, algo que se inscreveria na realidade; o objeto imediato seria o aspecto ou o recorte que se faz dessa realidade e que é capaz de colocar o intérprete em contato com o que crê ser real. O acesso ao objeto dinâmico só se daria por intermédio do objeto imediato. Para exemplificar, Santaella produz a seguinte situação: duas primeiras páginas de jornal (jornais diferentes) teriam um mesmo objeto dinâmico, que seria o conjunto de eventos de destaque num dado momento, e a forma pela qual esse objeto dinâmico é apresentado em cada uma das páginas, o recorte que se faz da realidade, seria seu objeto imediato.

E por que essa análise do objeto seria importante para a compreensão dos conceitos de ícone, índice e símbolo? Justamente porque

[...] dependendo da natureza do fundamento do signo, se é uma qualidade, um existente ou uma lei, também será diferente a natureza do objeto imediato do signo e, conseqüentemente, também será diferente a relação que o signo mantém com o objeto dinâmico (SANTAELLA, 2002, p.16).

**Ícone**, portanto, tem um objeto imediato que apenas **sugere ou evoca** o objeto dinâmico. **Índice** tem um objeto imediato que **indica** seu objeto dinâmico. **Símbolo** tem um objeto imediato que **representa** seu objeto dinâmico.

### 2.3.2.1 O ícone

Ícones são qualissignos que apresentam similaridade a seus objetos. Assim é que imagens, diagramas e metáforas são, por similaridade, signos icônicos. A imagem atualiza sua similaridade pela aparência; o diagrama, pelas relações representadas; a metáfora atualiza sua similaridade pelo significado. Nos programas usados em computadores, especialmente nos que utilizam as estruturas em janela, estão presentes ícones – o nome que se popularizou foi exatamente este – de

atalhos, programas e arquivos. Esses ícones buscam assemelhar-se ao elemento representado, sugerindo ou lembrando o elemento ao qual se chegará, em se clicando sobre o ícone. O organograma de uma empresa, por exemplo, é um ícone dessa instituição, pois representa os setores de sua estrutura em suas relações internas, de tal modo que é possível perceber relações de status e de nivelamento e até mesmo a autonomia de alguns setores pela simples observação do lugar ocupado por eles na estrutura (vertical e horizontalmente) e pelos tipos de linhas que conectam tais elementos (ou mesmo a ausência delas). Por sua vez, a metáfora, produzindo a identificação de um ou mais traços semânticos entre elementos, é capaz de produzir uma representação icônica de um deles. Um bom exemplo pode ser encontrado no texto que segue:

*O Mundo é um Moinho*

*Ainda é cedo amor  
Mal começaste a conhecer a vida  
Já anuncias a hora de partida  
Sem saber mesmo o rumo que irás tomar*

*Preste atenção querida  
Embora eu saiba que estás resolvida  
Em cada esquina cai um pouco tua vida  
Em pouco tempo não serás mais o que és*

*Ouçá-me bem amor  
Preste atenção o mundo é um moinho  
Vai triturar teus sonhos, tão mesquinho.  
Vai reduzir as ilusões a pó*

*Preste atenção querida  
Em cada amor tu herdarás só o cinismo  
Quando notares estás à beira do abismo  
Abismo que cavastes (sic) com teus pés*

(Cartola. In:Cartola (LP), Discos Marcus Pereira, 1976)

Quando Cartola, sambista e compositor, diz que “O mundo é um moinho” e continua dizendo “vai triturar teus sonhos tão mesquinho”, estabelece uma identidade semântica entre ‘mundo’ e ‘moinho’ a partir do traço ‘triturar’. Uma vez vinculado a ambos os elementos, esse traço produz o assemelhamento (não uma semelhança, mas a construção desta) necessário ao desenvolvimento da iconicidade típica da metáfora. Por meio dela, a mente do intérprete pode refazer o caminho em direção ao elemento original, percorrendo os seguintes passos: moinhos trituram, o mundo se assemelha a um moinho, o mundo age como se

triturasse. Recuperando a comparação original, mentalmente estabelecida, chega-se à raiz da metáfora, tal como a define VALENTE (1999), ao apresentar a metáfora dita ‘impura’, decorrente da supressão do termo comparativo de uma símile, e a metáfora ‘pura’, em que apenas um dos termos de comparação original se revela:

A presença ou a ausência do conectivo estabelece a diferença entre símile e metáfora impura. Esta difere, ainda, da metáfora pura, que apresenta apenas um termo da comparação. Assim, a metáfora pura prima pela condensação linguística (sem conectivo e com apenas um termo).(VALENTE, 1999, p.51)

Vemos, no texto de Cartola, exemplo de metáfora impura em “o mundo é um moinho”, expressão em que a conjunção comparativa ‘como’ (*o mundo é como um moinho*) fica implícita. Vemos, também, exemplo do que ele denomina metáfora ‘pura’: “[o mundo] vai triturar teus sonhos tão mesquinho” – ‘mundo’ já aparece associado à capacidade de triturar, que é própria do moinho, sem que a comparação mundo-moinho seja explicitada. Em suma: podemos dizer que o traço semântico **que tritura**, uma qualidade do moinho, passa a ser atribuído ao mundo, numa referência icônica - isto porque, segundo Peirce (2000, §276, p.64), “(...) um signo pode ser icônico, isto é, pode representar seu objeto principalmente através de sua similaridade, não importa qual seja seu modo de ser”.

Peirce ainda registra alguns aspectos relativos ao ícone que serão de extrema importância para a abordagem desta tese. Um deles é que “(...) a única maneira de comunicar diretamente uma ideia é através de um ícone” (CP, 2000, §278, p.64). O outro é que “(...) uma importante propriedade peculiar ao ícone é a de que, através de sua observação direta, outras verdades relativas a seu objeto podem ser descobertas além das que bastam para determinar sua construção” (CP, 2000, §279, p.65). Faremos uma breve discussão dessas afirmações, para, mais adiante, retomá-las, quando da discussão do interpretante e da Teoria da Iconicidade Verbal.

Talvez o aspecto mais importante da teoria semiótica de Peirce, numa leitura inicial, seja exatamente a descrição do caminho mente → expressão, aí incluídos os processos cerebrais que permitem e concretizam as representações. Trata-se, na verdade, de discussão que vem ocupando inúmeros pensadores, filósofos e pesquisadores desde a Antiguidade. Escapando às minúcias do binômio pensamento/linguagem neste momento, é inevitável admitir que, de alguma forma, a

percepção puramente sensorial se traduz em Ideia (usamos, aqui, a maiúscula para intencionalmente distinguir essa formação primordial daquela que poderá ganhar expressão) e que esta, por sua vez, traduz-se, por mecanismos de associação e representação de base sígnica, em uma ideia factível de expressão. Esse é o momento da construção do signo icônico (que Peirce chamará de degenerado, hipoícone, mas que por postura metodologicamente justificada, na tentativa de simplificar um pouco a apresentação da teoria, se tem denominado genericamente ícone). É o momento em que uma mente criadora percebe qualidades a partir de uma abstração, algo como uma ideia pura, não sígnica, e conforma tal percepção a uma representação, a um signo icônico. Esta a justificativa para que só seja possível transmitir ideias através de ícones.

Avançando mais um pouco na discussão, encontramos o que Peirce denominou de “capacidade de revelar verdades insuspeitadas” (CP, 2000, §279, p.65) do ícone e vemos que estudá-lo detidamente, em todo o seu potencial significativo e nas qualidades que assinala ao objeto, acaba por sugerir mais do que ele efetivamente mostra. Se considerarmos que o ícone tem com o objeto dinâmico uma relação de semelhança (não de igualdade, já que isso o transformaria no próprio objeto), natural é admitir-se a existência de aspectos desse objeto que não estão representados pelo ícone, mas apenas evocados, sugeridos. A sugestão abre uma porta para um espectro de possibilidades a respeito do objeto e permite que se desenvolvam leituras, inferências a seu respeito. Considerando que, neste trabalho, se elegeu o ícone como elemento primordial de nossas observações, cabe sublinhar essa capacidade de revelar outros aspectos do objeto, porque nela repousará nossa leitura. Feito um apanhado das escolhas lexicais dos usuários do idioma, em seus textos opinativos, com relação às representações afetas à identidade nacional, dele emergirão ícones dessa identidade – e, deles, um espectro de leituras semióticas.

### 2.3.2.2 O índice

Com relação ao índice, o que o define é a sua capacidade de indicar a existência de um outro existente. O signo indicial deve ser, ele mesmo, um existente, para poder funcionar como índice de outro elemento. Entre o signo e seu objeto deve-se estabelecer uma relação de contiguidade – essa a palavra-chave para se entender o conceito. Um exemplo clássico para índice é o da fumaça como

indicação de fogo – a fumaça tem uma relação de contiguidade com o fogo (embora nada determine a exclusividade dessa relação, ou seja, fumaça também tem relação de contiguidade com o gelo e pode funcionar com índice deste). A fotografia 3x4 de um indivíduo o representa pela imagem e é, em relação ao indivíduo representado, um signo indicial, pois dá pistas de quem aquele é, além de ser criada a partir da relação de causa e efeito (imagem & sensibilizador).

Neste ponto, pode surgir algum questionamento quanto à utilização do termo 'imagem', tanto na conceituação de ícone como na de índice, produzindo aparente inconsistência. É importante reconhecer que há, de alguma maneira, um potencial icônico inerente ao índice, mas que a esse potencial se acrescenta a referida relação de contiguidade. Isso significa que a foto, exemplo discutido, é um signo capaz de conduzir o intérprete a algo que não necessariamente imita o objeto (o que seria papel do ícone), senão constrói uma relação de causalidade, de vínculo por contiguidade com esse objeto (relação indicial). Recorta-se, portanto, o sentido de 'imagem': no caso do ícone, a imagem é um assemelhado do objeto representado pela qualidade; no caso do índice, existe uma relação de contiguidade que se estabelece pela pertinência do índice ao objeto - ele não apenas se assemelha, mas é parte desse objeto. Por isso, um ícone de computador, cuja aparência busca assemelhar-se a alguma qualidade ou aspecto do objeto, é uma imagem com características semióticas diferentes daquelas que tem a fotografia, por ser esta um existente indicando outro existente e sendo, de fato, parte dele.

Assim, retomando o paralelo entre os tipos de signos e as figuras de linguagem, se a metáfora é icônica, a metonímia é indicial. Entendida como uma transferência de sentido que se opera através de um elemento que mantenha relação de pertinência com outro, a ponto de indicá-lo, a metonímia exemplifica a atuação do signo indicial. Tomemos como exemplo um chaveiro. Ele pode ser visto como representação de possibilidades, de abertura de portas, de poder de solução. Ao funcionar assim, o chaveiro seria um ícone de todas as características listadas. Mas, sabendo que tal chaveiro é sempre e continuamente usado pela pessoa A, a simples visualização desse elemento sobre uma mesa ganha outro significado: passa a indicar a presença da pessoa A nas proximidades. De outro modo: uma vez associado por contiguidade à pessoa A, por estar sempre sendo portado por ela, o chaveiro passa a ser um índice dessa pessoa e de sua presença. Não importa se, de fato, ela está ou não presente – ela pode ter esquecido o chaveiro e ter ido

embora -, mas ele está associado a um interpretante que sinaliza a presença de A, em algum momento, por ali. Esse é o potencial indicial de um signo.

### 2.3.2.3 O símbolo

Como legissigno, o símbolo tem como fundamento a lei. Hinos, bandeiras, brasões são representações autorizadas pela lei. Convenções sociais produzem representações culturais que são individualizadas em legissignos. O objeto imediato dos símbolos é, portanto, o modo como ele representa o objeto dinâmico (nação, time, família etc.). Por força de uma convenção (tácita ou explícita) o símbolo se generaliza e ganha força de lei. Um exemplo disso é o alfabeto – não se pode “redesenhar” uma letra totalmente, ainda que variações caligráficas sejam admitidas, sob pena de se sair completamente do sistema; também na ortografia a lei se coloca - não é permitido modificar a norma ortográfica, após seu estabelecimento, sem que isso resulte de uma determinação da comunidade falante (a produção do Acordo Ortográfico de 2009, pelo tempo que exigiu para sua negociação e pelo impacto causado nas comunidades lusófonas, ilustra bem as limitações impostas pelo legissigno).

Resumindo a discussão, tomemos por empréstimo mais estas palavras de Santaella: “Enquanto o ícone sugere através de associações por semelhança e o índice indica através de uma conexão de fato, existencial, o símbolo representa através de uma lei” (2002, p.20).

Para justificar sua conceituação de símbolo, Peirce (CP, 2000) faz uma viagem aos significados historicamente atribuídos à forma, para encontrar na raiz grega aquele que melhor se aplica à realidade deste signo. O verbo grego *συμβαλλειν* significa “lançar junto” e era frequentemente aplicado a situações em que se firmavam contratos ou se faziam convenções. Daí ser o símbolo (*συμβολον*) o contrato, a convenção em si. O autor ainda recupera a informação de que, para Aristóteles, o substantivo é um símbolo, ou seja, um signo convencional. De fato, Peirce afirma que

[...] qualquer palavra comum, como ‘dar’, ‘pássaro’, ‘casamento’, é exemplo de símbolo. O símbolo é aplicável a tudo o que possa concretizar a ideia ligada à palavra: em si mesmo, não identifica essas coisas. Não nos mostra um pássaro, nem realiza, diante de nossos olhos, uma doação ou um casamento, mas supõe que

somos capazes de imaginar essas coisas, e a elas associar a palavra. (CP, 2000, §298, p.73)

Em síntese, o símbolo denota uma espécie de coisa – de certa forma, denota sua substância. No uso da linguagem, a relação entre o signo simbólico e o que denota precisa estar partilhada socialmente, se a comunicação clara for um objetivo pretendido. Este aspecto socializado e socializante do símbolo, aliado à progressão entre os tipos de signos, que passaremos a discutir, serão norteadores das leituras que faremos, no capítulo de análise do córpus.

Peirce apresenta uma progressão entre as três ordens de signos, ícone, índice e símbolo. Retomaremos algumas palavras do autor, dada a precisão na forma pela qual apresenta a progressão. Peirce (CP, 2000, §299, p.73) diz que o ícone não apresenta, de forma alguma, conexão dinâmica com o objeto que representa – ocorre, tão-somente, que as qualidades do ícone, por se assemelharem às do objeto, “excitam sensações análogas na mente para a qual é uma semelhança”, sem que isso represente conexão direta. Já o índice está conectado, fisicamente ligado ao objeto que representa, formando com ele um “par orgânico, porém a mente do interpretante nada tem a ver com essa conexão, exceto o fato de registrá-la, depois de ser estabelecida”. A ligação estabelecida no nível indicial se estende ao plano simbólico, mas isso se dá “por força da ideia da mente-que-usa-o-símbolo, sem a qual essa conexão não existiria”.

Neste ponto, instala-se a discussão que desenvolveremos no próximo tópico, relativa à teoria dos interpretantes, já que a progressão entre as ordens de signos sugere um caminho evolutivo, de desenvolvimento mesmo, a construção do signo parte de uma experiência que se traduz no nível icônico e segue, corporificando-se mais e mais, passando pelo índice, até atingir um estágio de significação pronto para a comunicação, para o partilhamento social, que é o símbolo. Ícones evocam, índices apontam, mas o símbolo efetivamente representa. É por isso que Peirce afirma que ícones e índices nada afirmam – a função declarativa, de que a comunicação basicamente se reveste, é própria do símbolo.

Antes, porém, de aprofundar essas questões, para melhor visualização dos conceitos já apresentados e, de certa forma, para uma síntese dos aspectos relativos a ícone, índice e símbolo e suas relações com seus objetos dinâmicos, as informações sobre cada ordem sígnica foram reunidas num quadro resumitivo (Tabela 1):

Tabela 1: Elementos da estrutura semiótica peirceana (org. autora)

ELEMENTOS DA ESTRUTURA SEMIÓTICA PEIRCEANA				
SIGNO	OBJETO IMEDIATO > interno ao signo; modo como o signo representa, se assemelha, sugere ou evoca aquilo a que se refere	AÇÃO	OBJETO DINÂMICO > algo a que o signo se reporta	TIPOS
<b>ÍCONE</b> <b>qualissigno</b>	<b>Descritivo</b> , determina o objeto dinâmico, declarando seus caracteres, suas qualidades	<b>Sugere, evoca</b> o objeto dinâmico por <b>similaridade</b>	É um possível, a própria qualidade que o ícone representa:  o <b>signo</b> é <b>abstrativo</b>	<b>Imagem</b> <b>similaridade</b> <b>no nível da aparência</b> <b>Diagrama</b> <b>similaridade</b> <b>entre relações internas</b> <b>Metáfora</b> <b>similaridade</b> <b>semântica</b>
<b>ÍNDICE</b> <b>sin-signo</b>	<b>Designativo</b> , dirige a retina mental do intérprete para o objeto dinâmico	<b>Indica</b> o objeto dinâmico por uma conexão de fato, por uma <b>contiguidade</b>	É uma ocorrência, um ato concreto, existente:  o <b>signo</b> é <b>concretivo</b>	
<b>SÍMBOLO</b> <b>legissigno</b>	<b>Copulante</b> , expressa a relação lógica entre o Objeto Imediato e o Objeto Dinâmico.	<b>Representa</b> o objeto dinâmico através de uma <b>convenção</b> que lhe dá suporte	É um necessitante, uma lei:  o <b>signo</b> é <b>coletivo</b>	

### 2.3.3 A teoria dos interpretantes de Peirce

Peirce identificou a existência de três interpretantes, de forma análoga ao que havia feito relativamente aos objetos, que dividiu em dois (justamente pelo fato de ser a relação entre o signo e o objeto essencialmente dual, o que justificaria existirem o objeto imediato, inerente ao próprio signo, e o objeto dinâmico, ao qual o signo se reporta). No caso do interpretante, elemento que, por assim dizer, ‘fecha’ a

tríade semiótica, a relação estabelecida é triádica, havendo no mínimo três etapas para que o processo interpretativo se concretize.

Ainda uma vez, importa distinguir interpretante de intérprete. Eco destaca o perigo de se confundirem esses conceitos da teoria peirceana e assim os relaciona: “Interpretante é aquilo que assegura a validade do signo mesmo na ausência do intérprete” (ECO, TGS, 2007, p. 58). Santaella (2002) reconhece o lugar do intérprete no processo interpretativo, mas alerta que este vai muito além do intérprete. Para melhor entender o interpretante, deve-se reconhecer a existência de um interpretante imediato, que vem a ser o potencial interpretativo do signo – “sua interpretabilidade ainda no nível abstrato, antes de o signo encontrar um intérprete qualquer em que esse potencial se efetive” (SANTAELLA, 2002, p.25).

O primeiro nível de interpretante seria, portanto, o do *interpretante imediato*, inerente ao signo. Ele possibilita ao signo conter um potencial interpretativo anterior ao intérprete, como se disse. Todos os produtos que se oferecem à interpretação teriam, numa primeira instância, esse potencial, aguardando que um intérprete o desperte e atualize. Nesse sentido, livros, filmes, pinturas, equações, fórmulas e outras manifestações da produção mental humana são potencialmente interpretáveis, bastando, para que isso se dê, que uma mente se apresente e interaja com as produções. Neste momento, o que era apenas potencial pode tornar-se factual.

Tem-se, partindo daí, o segundo nível do interpretante, o *interpretante dinâmico*. Trata-se de uma dimensão psicológica do interpretante, já que se relaciona ao efeito que o signo realmente produz sobre um intérprete. Existe uma relação entre as categorias de primeiridade, secundidade e terceiridade, afetas aos signos, e o interpretante – cada tipo de signo estaria vinculado a um tipo de interpretante dinâmico, provocando efeitos de características diferentes.

O primeiro efeito que um signo pode vir a provocar em um intérprete é mais intensamente causado por ícones, capazes de movimentar o sentimento, colocando-o em destaque – daí seu caráter sentimental. Músicas, poemas, filmes (até mesmo alguns dos filmes publicitários), algumas fotografias, excitam o aspecto sentimental do intérprete por terem esse interpretante emocional – uma carga significativa carregada de elementos psicológicos vinculados à emoção. É claro que a atualização dessa carga dependerá do tipo de mente que se apresente para participar do processo interpretativo, mas potencialmente ela está lá. É comum

encontrarmos pessoas que se emocionam diante de uma produção que não chega sequer a tocar sentimentalmente um outro intérprete, mas os elementos essenciais à produção do efeito emocional lá estão, no bojo do signo (caso contrário, ninguém os perceberia) – o que varia, nessas circunstâncias, é o intérprete, com sua bagagem pessoal, e o processamento do material sígnico.

O segundo efeito, de caráter energético, se dá na forma de uma ação física ou mental, uma vez que ao intérprete se exigirá um esforço, um gasto de energia. Esse efeito é naturalmente comum aos índices, considerada sua função de apontar, de direcionar a retina mental do intérprete, como diz Santaella (2002), para algum ponto, movimentando-o nessa direção.

O terceiro e último efeito do interpretante dinâmico, de caráter lógico, ocorre quando a interpretação do signo se dá por meio de uma regra anteriormente internalizada pelo intérprete. Considerando que o símbolo representa um objeto a partir de uma convenção, de um contrato socialmente firmado (mesmo tacitamente em certos casos), deduz-se que o efeito do símbolo sobre o intérprete implique, necessariamente, a ativação desse material previamente negociado. É a partir dele que a mente do intérprete poderá conferir legitimidade ao signo, revelando todo o seu potencial simbólico. Vejamos um exemplo: em espetáculos mundo afora, a banda *U2* veicula mensagens de convergência entre culturas e de aceitação da diferença na coexistência de referenciais historicamente opostos ou excludentes, como a cultura judaica, a cristã e a muçulmana. Nesses espetáculos, é projetada em grandes telas a seguinte imagem, representada pela figura 6:



**Figura 6: Coexist**

Disponível em <http://oagitador.zip.net/images/coexist.jpg>

Nessa imagem, temos um interessante jogo com a palavra *coexistir* (inglês, *coexist*) e com os símbolos que identificam as culturas mencionadas anteriormente (a saber, a lua simboliza a cultura muçulmana, a estrela de Davi simboliza a cultura judaica e a cruz, a cultura cristã). Para adequadamente interpretar a imagem, o intérprete é exigido de diferentes formas: deve conhecer a palavra do inglês,

‘coexist’, e seu significado (*viver com, existir com diferentes pacificamente*); deve reconhecer cada símbolo (o reconhecimento dos símbolos já inclui a atribuição de significado, uma vez que só assim ele pode existir, por meio de uma convenção compartilhada, ou seja, através do conhecido) e também precisa ter conhecimento de mundo para entender por que um apelo de coexistência está sendo dirigido a tais culturas (sem dispor das informações sobre a histórica dificuldade de convivência e de entendimento entre membros dessas culturas, sem conhecer as histórias dos conflitos decorrentes de tais dificuldades e sem conhecer os interesses político-econômico-sociais que envolvem as culturas referidas por via dos símbolos, uma interpretação plena não é possível). Por fim, o intérprete é chamado a operar uma transparência entre os símbolos usados e as letras substituídas, para que a mensagem principal seja lida. Isso mostra o tanto de regras previamente convencionadas a serem postas em uso pelo intérprete para que o interpretante lógico seja atualizado. Santaella (2002) informa que este interpretante se realiza por uma regra associativa – na verdade, num exemplo como o visto, por uma série de regras associativas combinadas para um fim interpretativo.

A atuação peculiar do intérprete frente ao símbolo tipifica esse signo como o único a ser triádico de fato:

A lei que lhe dá fundamento tem de estar internalizada na mente de quem o interpreta, sem o que o símbolo não pode significar. O hino nacional só simboliza o Brasil para quem internalizou essa convenção. Por isso mesmo, para agir como signo, o símbolo independe de uma conexão factual com seu objeto (caso do índice), assim como independe de qualquer semelhança com seu objeto (caso do ícone). (SANTAELLA, 2002, p.25)

O *interpretante lógico*, tal como Peirce o concebeu, inclui, por fim, um conceito de grande importância – o interpretante lógico último, que respeita a mudanças de hábito. Esse conceito vem flexibilizar o aparente engessamento produzido pela ideia de que o símbolo se assenta sobre convenções, sobre construções sociais acabadas. Caso não houvesse brechas para reformulações, transformações, não haveria evolução na linguagem – e aí estaria a teoria semiótica diante de um impasse, já que ocorrem evoluções no modo de ver e representar coisas, isto é inegável. Desse modo, a teoria, ao incluir o interpretante lógico último como essa possibilidade de reformular o já estabelecido, dá conta da realidade dos processos de significação e de interpretação, abrindo os símbolos para as releituras necessárias, que podem tanto ser provocadas pela própria evolução da sociedade,

como pela re-inserção do símbolo num espaço artístico, literário, poético, em que os significados são mais circunstantes.

O terceiro e último nível de interpretante é chamado *interpretante final*, que diz respeito ao “resultado interpretativo a que todo intérprete estaria destinado a chegar se os interpretantes dinâmicos do signo fossem levados até seu limite último” (SANTAELLA, 2002, p.26). Como essa exploração máxima dos interpretantes é uma abstração, o interpretante final torna-se meramente conceitual. Neste, mais uma vez, três subníveis podem ser encontrados: rema, dicente e argumento. O signo terá um interpretante remático quando estiver revestido de possibilidade qualitativa. Qualissignos icônicos implicam interpretantes remáticos, uma vez que o rema é uma conjectura, uma hipótese interpretativa.

Já o dicente vem a ser um signo de existência real, logo não é um ícone. Dicientes são interpretantes de sinsignos indiciais.

O argumento, por sua vez, é um signo de lei, sua base está nas relações lógicas de que o símbolo se nutre.

Nos dizeres de Santaella (2002, p.27),

(...) um rema é um signo que é entendido como representando seu objeto apenas em seus caracteres; um dici-signo é um signo que é entendido como representando seu objeto com respeito à existência real e que um argumento é um signo que é entendido como representando seu objeto em seu caráter de signo.”

## 2.4 Semiótica e Cultura

Refinando as relações entre semiótica e cultura, examinemos alguns dos pensamentos de Umberto Eco, na obra *Tratado Geral de Semiótica* (2007). Ele elabora duas hipóteses a respeito do vínculo entre semiótica e cultura; uma é mais radical, outra mais lassa. A hipótese mais radical estabelece que a semiótica permite entender melhor uma cultura, por considerar os processos de construção do significado, tornando-se mesmo uma Teoria Geral da Cultura, em substituição à antropologia cultural. Ressalva, no entanto, que abordar a cultura como um evento semiótico não significa equacionar a vida material em termos de eventos mentais, mas, na realidade, assumir que a cultura e, bem assim, os objetos, comportamentos e valores que a constituem funcionam em obediência a leis semióticas. Não houvesse um processo semiótico, tais elementos não seriam parte do constructo

cultural, porque não representariam esta ou aquela sociedade ou grupo social e sua identidade.

A hipótese mais lassa entende, em princípio, que qualquer aspecto da cultura pode vir a ser uma entidade semântica, na medida em que seja conteúdo de alguma comunicação. Segundo o autor, um olhar mais cuidadoso revelaria outros aspectos dessa hipótese:

(...)os sistemas de significados (enquanto unidades culturais que se tornam conteúdos de possíveis comunicações) são organizados em estruturas (campos e eixos semânticos) que seguem as mesmas regras semióticas identificadas para os sistemas de significantes. (ECO, 2007, p.21)

Trata-se, em outros termos, de considerar a existência de dois eixos, um de caráter específico, sintagmático, outro de caráter opositivo, paradigmático. Dessa forma, os casos em que uma análise puramente semiótica não fosse realizável, poderiam ser abordados pelo viés semântico – o que inscreveria a análise numa macro-área semiótica, de qualquer jeito. Ele exemplifica: o conceito **automóvel** é uma entidade semântica ao se relacionar ao significante <automóvel> e também ao se opor a <carro>, <bicicleta>, etc. Esse seria o aspecto semântico. Além dele, temos também que **automóvel** se associa a **modernidade**, **status**, **poder**, entre outros conceitos/valores circulantes na sociedade – ou seja, temos uma construção semiótica. Em sua argumentação, Eco termina por remeter a segunda hipótese à primeira, concluindo pela total possibilidade de se estudar a cultura sob um prisma semiótico.

Em pleno acordo com Eco, entendemos que abordar a cultura e a questão da identidade por um viés semiótico é não somente pertinente como indispensável, a se querer atingir uma compreensão dos significados circulantes e de como se organizam e se individualizam, a ponto de discriminarmos esta ou aquela cultura, esta ou aquela identidade. Segundo esse autor, a pesquisa teórica é uma forma de prática social. Se é assim e se a sua função é (ou deve ser) produzir elementos/condições para a compreensão e conseqüente transformação do estado de coisas (assumindo-se, com Eco, que nenhuma pesquisa é feita para não resultar em nada), então a justificativa de nossa pesquisa está, desde já, estabelecida, uma vez que, ao debruçar-se sobre a identidade, decidindo fazê-lo por um viés semiótico, esta tese poderá lançar alguma luz sobre a cultura brasileira, mais especificamente

sobre seu caminho de mutação no que tange à identidade, no quinquênio 2005-2010.

Delineia-se como possibilidade decorrente da pesquisa a produção de condições para compreender melhor a identidade brasileira a partir do universo do falar, do significar, do comunicar e, sobretudo, do fazer – ou seja, podem-se produzir as condições para surpreender a cognição social acerca da identidade em todos os processos semióticos disponíveis, não apenas os aqui investigados.

Os reflexos desta pesquisa devem, inclusive, atingir o fazer pedagógico, mais especificamente o ensino da língua materna. A escola brasileira tem inequívoco compromisso com o estímulo à cidadania consciente - crítica, portanto -, assumido textualmente nos Parâmetros Curriculares Nacionais (PCN). Espera-se, portanto, do professor em geral e, mais especificamente, do professor de Língua Portuguesa que trabalhe e fortaleça a identidade nacional por um viés crítico e cidadão.

Ora, qualquer incursão crítica exige uma diferenciação mínima entre o que critica e o que é criticado. No campo da cultura, isso significa lançar lume sobre os fatos históricos, seus valores e as respectivas cristalizações conceituais inculcadas nos indivíduos (ou, se pretendermos abonar qualquer intenção manipulatória, podemos falar apenas em significados partilhados historicamente por esses indivíduos) e as reproduções que esses indivíduos façam de tais conteúdos, com ou sem questionamento. Adotar postura crítica significa encarar os vetores ideológicos orientadores da construção da identidade e seus possíveis (des)caminhos; significa ver/rever conteúdos identitários nos quais a escola persiste, como reprodutora de paradigmas, para então – e só então – estender o olhar ao fluxo subjacente, ao magma cultural em que se fundem história e desejo de transformação e do qual pode advir uma destruição construtiva e fertilizante.

Há uma energia fundamental – *energeia* (ενεργεια) - em cada povo, a qual é suscetível de oscilações. Como elemento primal, explode esporadicamente, sempre que a base da identidade se vê atingida e ameaçada, e dispara questionamentos cuja função maior é a preservação desse próprio povo, ainda que transmutado por acontecimentos históricos – o povo mudaria sempre para ser sempre ele mesmo, como forma de garantir sua sobrevivência, evitando dissolver-se no tempo.

Ao estudarmos os aspectos semióticos da identidade, examinamos o organismo social vivo em sua cultura, em sua luta para ser quem é, não obstante as intervenções políticas e ideológicas, não obstante as pressões de outras culturas

para absorvê-lo. Estudar a identidade é abrir novas trilhas no terreno da cultura, disponibilizando-as a outras gerações e à escola, para que as transformem em largos caminhos.

Em diferentes momentos da história brasileira, ouviram-se gritos de nacionalidade (não dizemos de nacionalismo, porque não focalizamos o lado ideológico, neste momento, mas a essência da manifestação identitária), já perceptíveis no embrionário nativismo árcade e claramente presentes nos textos ufanistas românticos, nos discursos inflamados condoreiros, no carnaval crítico modernista, nas cores e nas tonalidades do discurso da tropicália, nos gritos mudos em face da ditadura, na cara pintada da nova república redirecionada, nas indagações estupefatas de uma democracia recente frente ao massacre da ética como valor, por parte de políticos corruptos. O que somos, a face que desejamos mostrar, mais até, o que queremos ser em contraponto ao que fomos – todos esses elementos emergem da forma pela qual significamos a identidade brasileira e nos associamos (ou não) a ela. Da crise dos valores surgem as perguntas e, destas, indicadores da identidade nacional em seu contínuo e natural caminho de reconstrução.

#### 2.4.1 Práticas semióticas e ideologia

Discutindo os espaços da prática, da teoria e sua suposta dicotomia, Santaella (1996) vai buscar nos postulados de R. H. Srour<sup>21</sup> subsídios para sustentar que o objeto da Semiótica não é o levantamento e consequente classificação de signos, tão-somente, mas “(...) o perscrutar acurado dos modos como a consciência-pensamento opera, transformando qualquer coisa que se lhe apresenta” (SANTAELLA, 1996, p. 65) e convertendo-a em signos. Esse recorte impõe consolidar a visão de que a construção e o exercício do pensamento sejam elementos produtores de realidades; fica esvaziada, por conseguinte, a dicotomia teoria/prática, para dar lugar a uma confluência dessas instâncias. A produção do conhecimento, realizada através do exercício do pensamento e da consequente significação (aqui tomada no sentido de tornar signo), representa uma intervenção intelectual sobre objetos simbólicos – é um processo abstrativo que se passa na

---

<sup>21</sup> R. H. Srour, em livros como *Modos de produção: elementos da problemática* e *Classes, regimes, ideologias*.

cabeça dos chamados agentes sociais e se desdobra sobre a realidade, ou ainda melhor, sobre as representações mentais dos objetos concretos.

Ainda amparada por Srouf, Santaella (1996) discute especificamente o conhecimento científico em sua produção e o subdivide em dois planos: o do conhecimento abstrato de qualquer fenômeno, tomado em sua generalidade, e o do conhecimento concreto, relativo a um objeto concreto e individual. Os conceitos que expressam as generalidades abstratas seriam os **conceitos formais**; aqueles que expressam fenômenos concretos seriam os **conceitos singulares**. Importa reconhecer essas instâncias para compreender que, de um ponto de vista cognitivo, é necessário produzir e sistematizar conceitos formais para chegar a configurar conceitos singulares. Os conceitos formais seriam, segundo ela, fornecedores de conhecimento abstrato a respeito de qualquer objeto real possível da mesma espécie. Teriam caráter genérico e generalizante. Em outros termos:

(...) a prática cognitiva se desenvolve em duas frentes indissociáveis: produz conceitos formais, ou seja, conhecimentos abstratos de objetos que não têm existência concreta porque são generalidades abstratas, e investe-os na produção de conceitos singulares, isto é, conhecimentos concretos de objetos reais e únicos. (SROUR, apud SANTAELLA, 1996, p.66)

A produção de conhecimento é uma prática cognitiva, e compreender os seus caminhos torna-se essencial para que a dimensão da prática semiótica também seja compreendida. Vejamos a semiótica peirceana como equivalente a uma rede de conceitos formais que atuam como ferramentas de indagação com vistas à produção de conceitos singulares; estes, por sua vez, vêm evidenciar qual o funcionamento, quais os modos de operação e o “engendramento de sistemas concretos de signos” (SANTAELLA, 1996, p.67). A partir desse paradigma, o pensamento, interpretação de sistemas semióticos, pode ser entendido como um conjunto de espaços produtivos, de “práticas vitais, relações que confrontam agentes coletivos, mediadas por meios materiais e inseridas num processo de produção específico e relativamente autônomo: a produção cultural” (ibidem).

Por não ser a prática semiótica desligada da realidade cultural – ao contrário, ela é interativa e transformadora -, é que a linguagem, igualmente, em todo o seu caráter semiotizante, assume papel agenciador e se afasta de qualquer atuação meramente especular. Ainda que conservadora em sua essência (ou em seu recorte), a linguagem não é apenas um reflexo da realidade cultural; mais que isso, é

representação, é expressão que ultrapassa o nível do fenômeno e se inscreve no processamento cognitivo da realidade, chegando a produzir novas realidades. Através dela, pode ser feita uma leitura cultural e, principalmente, ideológica, uma vez que práticas sociais repetitivas – aquelas que já se agregam à própria definição de uma dada sociedade e, por conseguinte, à sua identidade – tendem a impregnar os sistemas sógnicos dos traços ideológicos que lhe são inerentes. A tendência seria de conservação ininterrupta, não fosse a mutabilidade dos grupos e a possibilidade de reler criticamente, sempre, as sociedades e os sistemas sógnicos que as representam e traduzem, ensejando a quebra de discursos ideologicamente hegemônicos.

O caráter essencialmente relacional do signo desaconselha, por si, leituras estanques e aponta, necessariamente, para a importância de se analisar socioculturalmente as produções sógnicas, identificando-lhes as marcas ideológicas (entendendo-se ideologia, aqui, de modo abrangente, como estatutos sociais que identificam um ou mais grupos e representam suas convicções) e reconhecendo-lhes as instâncias de poder – tanto o poder estabelecido como o de transformação. Isto se justifica porque “os sistemas sógnicos se encontram num cruzamento de superfícies de linguagem que compõe o conjunto das práticas semióticas de cada cultura historicamente determinada” (SANTAELLA, 1996, p.69).

Todo produto cultural seria, portanto, objeto de estudo da semiótica. Por produto cultural (que é proposto como o correspondente ao conceito de manifestações ideológicas de Verón<sup>22</sup>), Santaella entende todas as mensagens configuradas:

1) os textos (codificações verbais-auditivas, verbais-visuais, verbo-voco-visuais, visuais, auditivas, áudio-visuais); 2) a organização do espaço social (arquitetura, urbanismo e programação urbana, além de todo o campo dos objetos utilitários que ocupam tal espaço, segundo regras e configurações específicas); 3) as ações dos agentes coletivos e suas normas (os usos, os costumes, os sistemas de comportamento institucional, técnica e profissionalizante definíveis, os sistemas de ação política organizada, os rituais, as condutas de consumo etc. (SANTAELLA, 1996, p.70)

Para estudar semioticamente variados produtos culturais, como se vê, a interdisciplinaridade se torna mais que desejável – torna-se essencial. O recurso a outras áreas de conhecimento, que não a propriamente linguística, colabora para revelar o entorno social que engendra esta ou aquela manifestação. Assim é que a Antropologia, a Ciência Política, a Sociologia, a Psicologia, a Filosofia, para

---

<sup>22</sup>VERÓN, E. “Condiciones de producción, modelos generativos y manifestación ideológica”. In: *El proceso ideológico*, Buenos Aires, Tiempo Contemporáneo, 1971, p.269, cf. Santaella, 1996, p. 69.

mencionar algumas áreas de conhecimento que interagem mais frequentemente com a Semiótica, oferecem cabedal teórico e informativo a ser aproveitado nos estudos dos sistemas sógnicos. Não recorrer a uma abordagem interdisciplinar é abortar a possibilidade de realizar leituras pertinentes para empreender um exercício inócua de análise setorizada, cujos resultados se tornarão altamente discutíveis. A linguagem é social e como tal deve ser encarada. Não se pode, sobretudo, deixar de considerar as forças que atuam sobre o sistema social, marcando-o política e ideologicamente. Para Santaella (1996), só se concebe produzir uma prática semiótica como uma atividade (des)organizadora, de caráter transformador. Esse o alerta feito por ela, ao afirmar que

para os teóricos da linguagem, se coloca como uma das questões de base enfrentar a reflexão, sem desvios e escusas, das condições reais em que sociedades de dominação têm colocado as produções sógnicas. (...) em tais sociedades, qualquer criação de linguagem só procede sob o desígnio da ruptura e da transgressão. (SANTAELLA, 1996, p.71)

Pensar sobre a linguagem é, portanto, sinônimo de produzir uma semióse que, por sua vez, deve assumir seu papel de desconstrutora/construtora, sempre partindo de uma visão crítica das ordens e das forças sociais e revelando, sobretudo, os constructos ideológicos cuja função seja perpetuar relações sociais de dominação.

Os estereótipos sociais encontram sua contrapartida na linguagem, materializando-se em símbolos que carregam a lei – o valor estabelecido, convencionalizado, refratário à mudança, mantenedor das estruturas de poder que direcionam um determinado grupo social. Através da sua percepção e estudo, pode-se desenhar a ideologia dominante. Contudo, ao mesmo tempo em que forças conservadoras atuam, é sempre possível identificar fatores de resistência ideológica, característicos dos movimentos de mudança, de desconstrução da tradição e do poder instituído para o estabelecimento de novas diretrizes. Naturalmente, a história torna esse percurso espiralado, num ir-e-vir de valores que sempre representa evolução e jamais retorna ao mesmíssimo ponto: a sociedade circula e sobe níveis.

O momento em que novas representações mentais se insinuam, em que uma sociedade (ou parte dela) revê valores, conscientemente ou não, materializa-se nos signos icônicos. A iconicidade transita no emocional, no perceptual; precede a ação propriamente dita, de caráter indicial, e prenuncia a construção de novos contratos, de valor simbólico. O ícone é, portanto, capaz de revelar o que ainda não se ousou

dizer, propriamente, já que dialoga com uma dimensão qualitativa da percepção. Por isso, a se desejar capturar os vetores ideológicos de uma sociedade, sobretudo aqueles que atuam no redirecionamento do *estado-de-coisas*, deve-se priorizar o estudo dos signos icônicos.

## **2.5 A Teoria da Iconicidade Verbal de Simões**

Ao apresentar sua Teoria da Iconicidade Verbal, Simões (2009) faz um passeio pela teoria semiótica de Peirce e por suas aplicações, com o concurso do pensamento de Santaella (1996, 2000, 2001) sobre o assunto. A autora reflete, também, sobre as relações entre semiótica, ideologia e ensino, destacando a importância do estudo e da pesquisa nessa área, com vistas ao desenvolvimento dos caminhos pedagógicos para a língua materna. Considerando que, no capítulo precedente e neste mesmo capítulo, já tivemos oportunidade de apresentar reflexões semelhantes, e tendo já discutido os princípios e conceitos que fornecem a base para o conjunto teórico organizado pela autora, seguiremos para a apresentação da Teoria da Iconicidade Verbal.

Simões (2009) parte da convicção de que as unidades lexicais, por seu caráter icônico, são capazes de fazer emergir “valores de natureza semiótica e semântica” (SIMÕES, 2009, pág. 59). À Semântica, caberia estudar as significações concretizadas e em uso num dado sistema linguístico; à Semiótica, caberia estudar o processo de produção de sentido “a partir da análise das funções-valores que os signos eleitos pelo produtor do texto adquirem na trama textual” (ibidem). Há, portanto, um vínculo estreito entre o léxico de um dado texto e as semioses que dele se possam extrair. Como o léxico está intimamente relacionado com a história cultural e social de uma comunidade de falantes, natural é que, da mesma forma, as semioses propiciadas pela análise lexical repercutam as marcas sócio-históricoculturais da comunidade. Já vimos que existem diferentes tipos de signos, cada um deles emprestando suas características a um tipo específico de construção semiótica, que se desdobra dos níveis mais sutis, instáveis, aos mais cristalizados e culturalmente enraizados. Assim é que encontramos signos que corroboram o percurso histórico e reforçam os valores assumidos por uma comunidade, representando-a em suas tradições e em sua identidade construída; ao mesmo tempo, encontramos signos cuja constituição assinala tendências de mudança nos

conceitos circulantes numa sociedade e, por conseguinte, nos valores que a orientam. Os primeiros têm caráter simbólico, os últimos, caráter icônico. A forma pela qual o estudo desses signos se torna representativa é descrita com clareza por Simões:

A função lexicológico-semiótica faz das *palavras* (signos atualizados em contextos frasais) *signos evocadores de imagens*, impregna-as de conceitos (emergentes da cultura em que se inserem) por meio dos quais o redator tenta estimular a imaginação do leitor. A mente interpretadora se tornará tanto mais capaz de produzir imagens sob o estímulo do texto quanto mais icônicos ou indiciais forem os signos com que é tecido o texto, pois, a *semiose* é um processo de produção de significados. (SIMÕES, 2009, pág. 59-60)

A iconicidade é, portanto, apresentada como a porta para a produção de imagens, o alimento para a mente interpretadora, porquanto lhe dá elementos os quais pode relacionar a outros, produzindo sucessivas semioses e construindo, pouco a pouco, novos conceitos e saberes. O objeto semiótico é não somente representado, mas retroalimentado de significados, reconstruído, como resultado das referidas semioses. Assim Eco (2007) situa a Semiótica no tecido social e, da mesma forma, Simões (2009) vincula as duas instâncias, expandindo, especificamente, suas considerações ao campo do ensino. Daí seu interesse em investigar a relação entre signo e objeto, o que fundamenta a Teoria da Iconicidade Verbal:

A partir da relação entre signo e objeto (ícone, índice e símbolo), vimos desenvolvendo a Teoria da Iconicidade Verbal. Esta tem como objetivo maior subsidiar o entendimento da semiose textual e das consequências semióticas derivadas da interação entre sujeito e texto, sob as interferências do contexto de produção da interlocução. (SIMÕES, p. 60)

### 2.5.1 A Estrutura da Teoria

Considerando que no objeto-texto materializa-se o diálogo entre os processos cognitivos e a estrutura textual, supõe a autora que, da análise da relação entre signo e objeto, emergiriam os projetos comunicativos — que subjazem à estrutura — motivadores da produção textual. Quanto mais polissêmicos os textos, maior a gama de matrizes interpretativas autorizadas pela trama textual — por isso a referência a projetos, no plural.

Retomando a visão de Eco (2007), segundo a qual o ser humano vive num determinado modelo cultural que lhe orienta as interpretações acerca do mundo que o cerca, Simões (2009) enxerga o texto escrito como uma imagem visual capaz de documentar os caminhos pelos quais o raciocínio organizou as experiências no campo verbal-material. Assim, a iconicidade textual assinalaria as imagens mentais que teriam presidido a produção textual e que seriam ativáveis através da leitura. Essas imagens, por sua vez, representariam o conjunto de referências culturais que contextualizam e informam a produção do usuário. Nesse ponto, a autora destaca que não importam tanto as condições de verdade envolvidas na produção do texto, mas sua verossimilhança, já que não são os fatos a interessar, mas os valores e sentidos que do texto emergem: “Tanto mais icônico será o texto, quanto mais fácil de formular-se-lhe um sentido, independentemente das condições de verdade ou falsidade; considerando-se apenas o potencial de verossimilhança” (SIMÕES, 2009, pág. 73).

Em síntese, a descrição da Teoria da Iconicidade verbal se assenta, segundo Simões (2009, p. 77), nas seguintes premissas:

1. O signo verbal é uma imagem (sonora ou visual);
2. A seleção e a combinação produzem a iconicidade textual no nível diagramático;
3. O projeto comunicativo funda-se na verossimilhança e visa à eficácia textual;
4. O texto deve também ser analisado em seus atributos plásticos;
5. A eficiência do projeto de dizer é a comunicação de uma mensagem verdadeira ou falaciosa;
6. Há íntima relação entre a iconicidade da imagem textual e a cognição e
7. As imagens textuais ativam imagens mentais (espaços cognitivos) que deflagram raciocínios.

Sendo o ícone a construção primeira nas semioses e constituindo ele uma representação “plástica, modelar (por similaridade) de uma ideia ou ideologia” (SIMÕES, 2009, pág. 77), é natural que sua atuação possa ser percebida e estudada não apenas na superfície textual, mas na estrutura gramatical e na trama textual. Interessam, portanto, aos estudos semióticos que investigam a iconicidade:

[...] a seleção vocabular como representativa de usos e costumes diversos; a colocação dos termos nos enunciados como imagem das opções de enfoque ou das posições discursivas; a eleição do gênero e do tipo textual como indicador da relevância dos itens temáticos e lexicais contemplados no texto, etc. Também o projeto do texto, sua arquitetura visual ou sonora, é material icônico a ser observado. (SIMÕES, 2009, pág. 78)

Esses aspectos da Teoria da Iconicidade Verbal justificam sua eleição por esta pesquisa, bem como a utilização da Linguística de Córpus como ferramenta que permite averiguar as ocorrências e recorrências vocabulares, as colocações (dadas pelo concordanciador), os colocados (que apontam os cotextos) e os feixes lexicais (expressões que se cristalizam e se repetem no uso e, justamente por isso, tornam-se representativas dos modelos cognitivos circulantes).

Para desenvolver a aplicação de sua Teoria, Simões (2009) especifica tipos de iconicidade a serem observados: 1- diagramática (relativa aos esquemas e diagramas que representam os raciocínios envolvidos nos processos comunicativos e estruturam cognitivamente o projeto textual, indutiva ou dedutivamente), 2 - lexical (voltada para as eleições, recorrências e co-ocorrências lexicais). 3 - isotópica (concretizada nos eixos semânticos descritos pelas escolhas lexicais, orientadores da leitura do texto), 4 - alta ou baixa iconicidade (dada em função das eleições feitas e de sua representatividade), 5 - eleição de signos orientadores e desorientadores (resultantes do caráter argumentativo do texto e dos projetos comunicativos dirigidos à construções que se configurem verdadeiras ou falaciosas).

### 2.5.2 A iconicidade lexical

Como esta pesquisa parte, por eleição, de um universo lexical contextualizado e das semioses por ele provocadas, a iconicidade lexical desperta nosso grande interesse, dentre as demais considerações da autora da Teoria da Iconicidade Verbal, sobretudo pelo papel que esse tipo de iconicidade desempenha na construção de isotopias.

Por iconicidade lexical entende-se o potencial sígnico de itens lexicais para ativar imagens mentais. A energia mental que orienta a produção de um texto (e, portanto, orienta igualmente as escolhas lexicais) subjaz aos itens lexicais desse mesmo texto, podendo ser recuperada por meio da análise destes. Ao mesmo tempo, os itens lexicais com que se constrói o texto vão acionar imagens mentais no leitor/enunciário, comunicando mais do que a sua própria significação básica, uma vez que, na instância de recepção, o interpretante do signo se manifesta, em diálogo com o material semiótico-cultural de que disponha o leitor/enunciário. Desse modo, os mundos linguísticos e culturais internos a cada instância – de produção e de recepção – são colocados em contato pela mediação do signo icônico, que veicula

imagens, sentidos, possibilidades interpretativas ativáveis. Assim, combinando elementos em tessituras morfossintáticas, pode o falante projetar na materialidade do texto<sup>23</sup> o universo semiótico que o informa:

Para nós, o vocabulário ativado no texto (emergente do paradigmático para o sintagmático) organiza-se em pistas icônicas (representativas, fundadas na similaridade, de fundo analógico) e indiciais (indutoras, fundadas na contiguidade, consecutivas). Explicamos a estruturação sintática como o arranjo das peças icônicas e indiciais de cuja combinação formar-se-ão as imagens semântico-pragmáticas que subsidiarão a leitura e a compreensão.

Há que se buscar, então, pistas icônicas e indiciais para realizar a leitura. Fiquemos, por ora, na iconicidade. A identificação de pistas não se dá aleatoriamente; não há um leitor tabula rasa, nem mesmo o leitor iniciante, pois este, ao adentrar o universo da leitura, traz já uma bagagem linguística de anos de atividade oral (é isso o que lhe permite ler textos não-verbais com desenvoltura<sup>24</sup>).

Considerando que as palavras não acontecem no texto verbal separadamente, individualmente, mas dialogam com as outras palavras do texto e, com grande frequência, estruturam-se em feixes lexicais, a iconicidade diagramática estará, naturalmente, envolvida na análise, pois que raciocínios ideologicamente informados e culturalmente balizados presidirão as semioses, sejam mais singelas ou mais complexas, produzindo a tessitura do texto (ressalve-se a redundância da expressão).

### 2.5.3 Alta ou baixa iconicidade

O potencial icônico dos signos interessa particularmente a esta pesquisa, já que se debruça sobre o dito com vistas ao não-dito. O fator que estabeleceria, então, a iconicidade, bem como o seu grau, é apontado por Simões (2009): seria o tipo de escolha do enunciador em função de seu projeto comunicativo. Tal escolha seria tão mais adequada e, portanto, eficaz, quanto melhor seu manejo do sistema linguístico e das possibilidades ofertadas:

<sup>23</sup> Importante lembrar que, por ser o texto verbal o foco desta pesquisa, nossas considerações sobre ele recaem, o que não obsta em nada a aplicação dos conceitos sob discussão a outras ordens textuais, inclusive os que não trabalham com recursos verbais.

<sup>24</sup> Sobre os textos não-verbais e sua exploração semiótica no ensino, leia-se SIMÕES, Darcília. *Semiótica e ensino. Alfabetização pela imagem*. Rio de Janeiro: Dialogarts. 2009. (In [www.dialogarts.uerj.br](http://www.dialogarts.uerj.br))

(...) temos como alta iconicidade a realização de um projeto comunicativo, porém, sem compromisso com valores de verdade. Já a baixa iconicidade é resultante do mau uso do código linguístico. Para concretizar a alta iconicidade, impõe-se domínio verbal tal que permita a eleição dos signos adequados ao cumprimento do projeto do texto. (SIMÕES, 2009, p. 96)

Ao vincular o grau de iconicidade ao bom ou mau uso linguístico — adequação ao contexto e ao tema —, devemos ter em mente o domínio do código linguístico balizado pela finalidade comunicativa. Assim, um falante que não domine variedades linguísticas além da informalidade, pode, mesmo assim, produzir um texto de alta iconicidade (note-se que xingamentos em geral possuem alta iconicidade, a despeito de se inscreverem na variedade vulgar e não requererem do falante maior sofisticação). Paralelamente, um falante bastante escolarizado pode vir, num dado momento, a operar mal com o código linguístico, elegendo equivocadamente os signos e produzindo distorções em seu projeto comunicativo original — vê-se isso com frequência nas falas de personalidades públicas e nos inevitáveis esclarecimentos que se seguem às declarações ‘desastradas’.

Dessa forma, entendemos que a baixa e a alta iconicidade dependem, de fato, do bom ou mau uso que se faça do código e da amplitude do repertório do falante, mas não que estejam intrinsecamente ligadas ao domínio da variedade padrão — uma vez que a alta iconicidade pode depender justamente de se recrutarem recursos vulgares, como no caso exemplificado. Em outras palavras, a iconicidade depende do grau de domínio verbal. É claro que, em se tratando de textos mais complexos, sobretudo os que são produzidos na modalidade escrita, encontraremos uma equação direta entre grau de iconicidade e domínio do sistema, sendo este requerido para que se alcance o resultado desejado. Claro está, também, que, quanto maior o conhecimento de um falante a respeito de sua língua, tanto mais à vontade estará para recrutar recursos em um universo linguístico amplo, o que naturalmente favorece (ainda que não garanta) a construção de um texto (em sentido amplo) com plena eficácia comunicativa. Preparar o indivíduo para dispor do que lhe faculta o sistema em uso é função inquestionável — embora não exclusiva - da escola (a exclusividade escolar é a norma culta, porque esta não é adquirível de modo sistemático fora da escola).

#### 2.5.4 A iconicidade isotópica

Como esse tipo de iconicidade estabelece o recorte temático nos textos, partindo, naturalmente, das escolhas lexicais e de suas combinações, também recai sobre ele nosso interesse. A premissa de que partimos é a de que modelos culturais subjacentes à estrutura textual possam ser apreendidos pela análise semiótica, feita posteriormente a um levantamento léxico-semântico. Pretendemos, como já foi assumido, investigar a identidade nacional a partir desses procedimentos, dedicando nosso olhar para o que a iconicidade lexical movimenta em termos de sentidos – novos ou renovados – quanto à identidade, em diálogo com as tradições e valores implantados historicamente na sociedade brasileira. Dessa forma, supomos poder surpreender o ‘desenho’ (ou talvez, mais adequadamente, o rascunho) da identidade nacional dentro de um recorte contemporâneo.

Os traços semânticos de que se reveste a identidade histórica já foram mapeados por pesquisadores como Holanda (RB, 1936), DaMatta (CMH, 1978), Leite (CNB, 1954) e já foram discutidos no capítulo 1. Esse conjunto de informações pode ser referendado ou alterado, conforme o teor ideológico dos textos. De qualquer modo, atuam como balizadores, como paradigmas de identidade, a definirem isotopias com referência às quais a iconicidade lexical será investigada nos textos que compõem o cópulus deste trabalho. As questões que se impõem, nesse contexto, são:

- (a) o mapeamento lexical reproduz o modelo cultural historicamente construído, confirmando uma identidade já estabelecida ou**
- (b) o mapeamento lexical sugere iconicamente a desconstrução do modelo tradicional e a consequente construção de um outro modelo de identidade?**

Naturalmente, as isotopias se definirão pelos caminhos ideológicos definidores da já chamada ‘personalidade nacional’, trilhados por gerações antigas e novas e por suas escolhas. A cultura não é estática, a história se move constantemente – se o faz consolidando ainda mais os valores estabelecidos ou relendo-se e reescrevendo-se, os signos o revelarão.

### 3 A LINGUÍSTICA DE CÓRPUS COMO FERRAMENTA

Data do Século XIX o diálogo inicial entre Linguística e os estudos de línguas. É bem verdade que tal diálogo nem sempre foi muito fluido, mercê das resistências naturais ao que é novo e, sobretudo, ao que vem transformar e mesmo reformar paradigmas já plenamente cristalizados. Vencidas as primeiras etapas, está claro hoje que é imprescindível investir na parceria intensa entre as diferentes ciências da linguagem para desenvolver estudos cientificamente embasados e com aplicabilidade no contexto das línguas.

#### 3.1 Atuação da Linguística de Córpus

A pesquisa experimental, com a ida a campo, foram conquistas relativamente recentes dos pesquisadores de língua portuguesa – em 1963, Nelson Rossi publicava seu *Atlas Prévio dos Falares Baianos*, resultante de um pesado trabalho de campo e do esforço dedicado de pesquisadores, que se embrenharam pela Bahia, anotando ‘no braço’ todos os dados de seu córpus. Um trabalho gigante, sobretudo se consideradas as condições para sua produção (ou, mais precisamente, a falta delas). Mesmo reconhecendo o pioneirismo da obra e a magnitude da pesquisa, pode-se questionar se os dados colhidos foram representativos a ponto de espelhar a realidade ou se apenas forneceram uma visão parcial dos falares baianos, em que pesem os limites da época. A coleta de dados em quantidade, desafio com que se deparavam todos os pesquisadores até muito recentemente, hoje se torna um problema a menos: é o que demonstram as pesquisas desenvolvidas em Linguística de Córpus. Essa área do conhecimento trata do uso de corpora computadorizados e parte, para compor esses corpora, de textos coletados, sejam eles escritos ou transcritos de falas:

A Linguística de Córpus ocupa-se da coleta e da exploração de corpora, ou conjunto de dados linguísticos textuais coletados criteriosamente, com o propósito de servirem para a pesquisa de uma língua ou variedade linguística. Como tal, dedica-se à exploração da linguagem por meio de evidências empíricas, extraídas por computador. (SARDINHA, 2004:3)

Com ferramental adequado, segundo o autor, podem os vários pesquisadores da linguagem e das línguas, especificamente, alcançar patamares mais elevados em termos de representatividade de suas pesquisas, uma vez que suas conclusões abarcarão um quantitativo realmente grande de construções textuais e realizações (uma pesquisa básica de um termo retorna até 16 mil linhas).

Neste trabalho, colocaremos a Linguística de Córpus sempre em diálogo com a língua portuguesa, não porque seja esse par o único possível, mas por força de nossa eleição. Interessam-nos de perto a língua portuguesa e os estudos que sobre ela se desenvolvem, sobretudo pela possibilidade de serem revertidos para um ensino mais consistente e eficaz. Teremos como base sobre esse assunto a obra Linguística de Córpus, de Tony Berber Sardinha, que realiza uma apresentação geral de que, de forma didática.

Há dois caminhos básicos, duas metodologias para se trabalhar com um córpus numa pesquisa: através de uma abordagem baseada em córpus (*corpus-based research*) ou por uma abordagem direcionada pelo córpus (*corpus-driven research*). A metodologia de pesquisa baseada em córpus se vale do córpus principalmente para expor, testar, exemplificar teorias e descrições que foram formuladas antes de os corpora se tornarem disponíveis para estudar a linguagem. Já a metodologia direcionada pelo córpus parte de sua observação e do levantamento de evidências: a observação leva à hipótese, que leva à generalização; por fim, pode-se rever os fundamentos teóricos em função de todo o trabalho feito, confirmando-os ou não.

Os dados que emergem dos corpora são analisados e isso conduz à formulação de descrições, cujo perfil variará conforme o foco da pesquisa (mais lexical, mais sintática, mais discursiva, etc.).

### 3.1.1 Breve histórico da Linguística de Córpus

A pesquisa com corpora é bem anterior ao computador, remontando à antiga Grécia, quando Alexandre, o Grande definiu o Córpus Helenístico (SARDINHA, 2004). Sua compilação e estudo eram manuais. Com o desenvolvimento dos computadores mainframe, no início dos anos 1960, a pesquisa linguística pode ganhar nova feição. O primeiro córpus linguístico eletrônico, datado de 1964, continha um milhão de palavras - era o *Brown University Standard Corpus of*

*Present-day American English*. A tecnologia da época era a de cartões perfurados e a dificuldade para reunir e informatizar tal quantidade de dados ainda era enorme. O paradigma vigente, introduzido anos antes pelas pesquisas de Chomsky<sup>25</sup>, focalizadas no binômio competência e desempenho, determinava a introspecção como forma de acesso aos dados a serem investigados, uma vez que eles estariam na mente do falante - por conseguinte, estariam também na mente do pesquisador. Nesse contexto, a pesquisa objetiva de dados e sua informatização encontraram grande resistência nos anos 1960 - reação não muito diferente da que ainda se verifica no início do Século XXI, sobretudo se considerada a aplicação dessa área ao ensino de línguas; apenas, no presente, o prognóstico está mais favorável à Linguística de Córpus.

A popularização dos microcomputadores e dos computadores pessoais, a partir dos anos 1980, ampliou as possibilidades de pesquisa - hoje é possível que um pesquisador realize, individualmente, em seu próprio estúdio, pesquisas com milhares (e até milhões) de dados. Para isso, conta não apenas com o equipamento, mas com programas específicos, que lhe permitem coletar, organizar, analisar dados de ordem linguística, realizando uma pesquisa não apenas representativa, mas atualizada, com base em produções textuais que refletem a língua viva.

### 3.1.2 A linguística de córpus e a língua portuguesa

No Brasil, essa área se encontra engatinhando. As pesquisas em curso dedicam-se mais fortemente ao Processamento de Linguagem Natural, à Lexicografia (o uso de Linguística de Córpus na produção de dicionários é uma realidade mundo afora) e à Linguística Computacional. Sardinha afirma que a aplicação da Linguística de Córpus ao ensino é ainda embrionária, especialmente no Brasil.

A maior quantidade de corpora eletrônicos disponíveis está relacionada à língua inglesa, já que as primeiras pesquisas foram americanas e inglesas. Uma lista interessante pode ser obtida em SARDINHA (2004). O mesmo autor traça uma cronologia das compilações de corpora portugueses, partindo dos anos 1960, em

---

<sup>25</sup> Noam Chomsky publicou Syntactic Structures em 1958.

Portugal. O primeiro córpus de caráter eletrônico teria sido o *Frequency dictionary of Portuguese words*, com 500 mil palavras, originadas de publicações entre os anos 20 e 40 do Século passado. Na atualidade, já há alguns outros corpora eletrônicos, com destaque para o Banco de Português, da PUC-SP, que apresenta 233 milhões de palavras representativas do português brasileiro falado e escrito, conforme se vê na tabela 2.

**Tabela 2: Corpora da Língua Portuguesa**

<b>Córpus</b>	<b>Palavras</b>	<b>Composição</b>	<b>Localização</b>
<b>Banco de Português</b>	233 milhões	Português brasileiro, escrito e falado	PUC/SP
<b>Borba-Ramsey Corpus of Brazilian Portuguese**</b>	1,67 milhão	Português brasileiro, escrito	Brigham Young University
<b>CETEM (Córpus de Extractos de Textos Electrónicos MCT)/ Público</b>	229 milhões	Jornal português, "público"	Projeto Linguateca
<b>COMET (Córpus Multilíngue para Ensino e Tradução) *</b>	5 milhões	Parte referente ao português escrito comparável com inglês	USP
<b>CORDIAL (Córpus de Discurso para a Análise de Língua e Literatura)</b>	Não disponível	Português escrito	UFMG
<b>Córpus UNESP/Araraquara/ Usos do Português*</b>	200 milhões	Português brasileiro, escrito	UNESP, Araraquara
<b>CR-LW (Córpus de Referência Lácio-Web) *</b>	5 milhões	Português escrito	USP, NILC
<b>CRPC (Córpus de Referência do Português Contemporâneo)</b>	152,6 milhões	Português dos vários países lusófonos, com predominância da variedade europeia	CLUL- Centro de Linguística da Universidade de Lisboa
<b>Historical Portuguese Prose**</b>	2,8 milhões	Português escrito (1300 a 1900)	Brigham Young University
<b>Modern Newspaper**</b>	28 milhões	Português escrito, jornalístico e entrevistas publicadas em jornais	Brigham Young University
<b>Modern Portuguese**</b>	315 mil	Português literário (romances)	Brigham Young University
<b>Córpus do Português Brasileiro Contemporâneo</b>	100 milhões	Português brasileiro, escrito e falado	UNESP, Araraquara
<b>NILC*</b>	35 milhões	Português brasileiro, escrito	NILC (USP,

			UFSCAR, UNESP Araraquara
<b>NUPIILL (Núcleo de Pesquisas em Informática, Linguística e Letras) **</b>	Não disponível	Português escrito	UFSC
*Pinheiro, Oliveira, Tagnin, Aluísio: <a href="http://www.nilc.icmc.usp.br/iiiencontro/programação">http://www.nilc.icmc.usp.br/iiiencontro/programação</a>			
** Davies, Mark: <a href="http://davies-linguistics.byu.edu/personal/texts.asp">http://davies-linguistics.byu.edu/personal/texts.asp</a>			

(Sardinha, 2004, p. 9-10)

### 3.2 O **córpus** da pesquisa

As pesquisas linguísticas que se utilizam de grandes corpora e pretendem processá-los eletronicamente enfrentam algumas questões que afetam o estudo em aspectos práticos, de um lado, e teóricos, de outro.

A primeira diz respeito a como engendrar o **córpus** – se os dados a serem coletados já existem eletronicamente, basta reuni-los, caso contrário, será necessário digitalizá-los. Em termos de tempo e custo da pesquisa, essa primeira questão pode tornar-se crucial. O custo para digitalização de textos, por exemplo, é alto e o tempo necessário para realizar a tarefa é longo.

Uma outra questão é o acesso aos dados, considerados os direitos autorais. A rede mundial tem-se mostrado profícua em recursos, mas é frequente a existência de barreiras à obtenção de textos, ainda que de periódicos. A maioria dos grandes jornais brasileiros, por exemplo, limita a obtenção de textos publicados; há um limite bastante restritivo para não-assinantes (cerca de sete dias retroativos), um outro, pouco mais extenso, para assinantes (alguns meses) e, a partir daí, ocorre a venda de matérias - a preços proibitivos para pesquisadores em geral, particularmente se considerarmos que a pesquisa em Linguística de **Córpus** lida com uma quantidade significativa de dados. Nesta pesquisa, foram encontrados alguns óbices quanto à obtenção dos textos necessários, e foi por meio de colaborações, além de dedicada pesquisa eletrônica, que chegamos a construir o **córpus**.

#### 3.2.1 Os veículos-fonte

Como já se afirmou, a opção pela coleta de dados a partir de jornais de grande circulação, com público leitor predominantemente das classes A e B, é

motivada pelo papel exercido por veículos e leitores na circulação de informações e conceitos que, por sua vez, não apenas assinalam os processos semióticos em curso na sociedade como, ao mesmo tempo, reiteram os valores já construídos. Nos dizeres de Melo (2007, p.1), “é pelo discurso jornalístico que passam os fatos e opiniões sobre os episódios do nosso cotidiano social e político”. Isso justifica a escolha da imprensa jornalística como fonte.

A seguir, apresentamos um breve perfil dos jornais pesquisados, a fim de caracterizar os segmentos sócio-econômicos por eles atingidos, bem como sua linha editorial, ainda que em linhas gerais. Dessa forma, pode-se justificar a escolha dos veículos usados na pesquisa e ter uma visão de como eles representam o segmento que, segundo os estudos sobre identidade já revisados, tem grande força formadora de opinião, embora não exerça esse papel com exclusividade.

Antes, porém, de especificarmos características de cada um desses veículos, façamos um panorama nacional dos jornais mais lidos. A Associação Nacional de Jornais publica, em seu site<sup>26</sup>, históricos relativos ao meio jornal, análises mercadológicas e resultados estatísticos de pesquisas feitas nacionalmente. Com base nos dados e tabelas apresentados pela Associação, foram elaborados gráficos que demonstram o comportamento dos cinco jornais mais lidos no país, de 2005 a 2008<sup>27</sup>, no segmento de veículos de circulação paga – o que exclui os periódicos distribuídos gratuitamente.

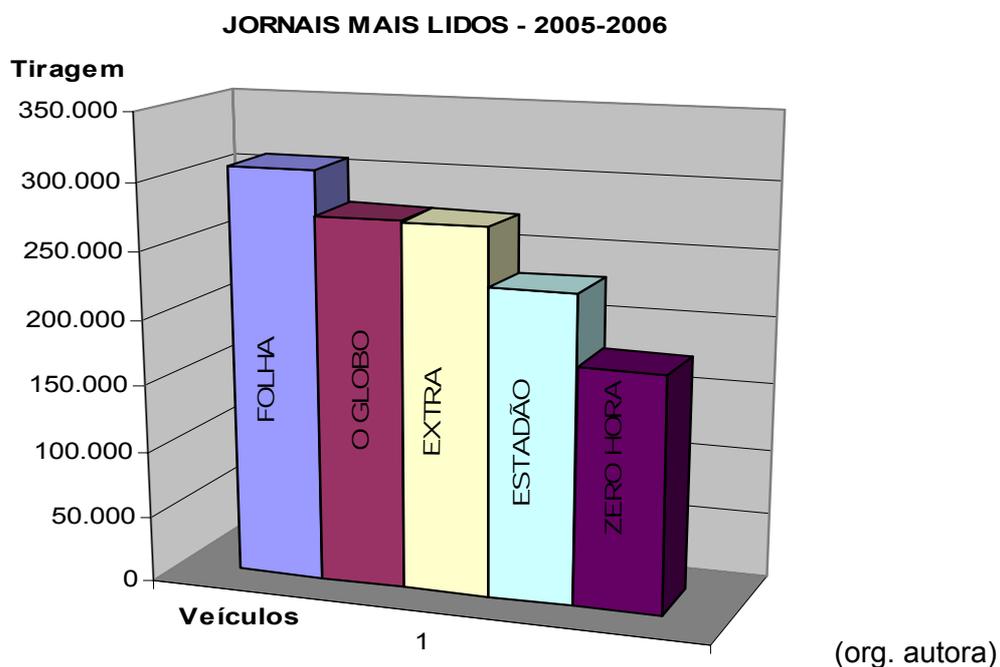
Os jornais *Folha de São Paulo* e *O Globo* estiveram, de 2003 a 2007, na liderança nacional quanto à tiragem. O gráfico da Figura 5 demonstra a situação em 2005 e 2006. Em 2007, ocorre uma mudança no quadro, com a inclusão, entre os cinco mais lidos, do jornal *Super Notícia*, um tabloide de Belo Horizonte, como se vê no gráfico da Figura 6. Exatamente esse veículo passa a ocupar, em 2008, o 2º lugar, seguido do jornal *Extra*, deslocando o jornal *O Globo* para a 4ª. posição entre os mais lidos, conforme demonstra o gráfico da Figura 7. A mudança não chega a afetar o paradigma firmado por esta pesquisa para selecionar as fontes de seu corpus, já que os jornais *Super Notícia* e *Extra* atuam num segmento sócio-econômico diferente daquele em que atuam a *Folha de São Paulo* e *O Globo*. Assim, dentro do recorte social feito pela pesquisa e considerado o perfil do leitor típico dos jornais pesquisados, que será detalhado adiante, o jornal *O Globo*

---

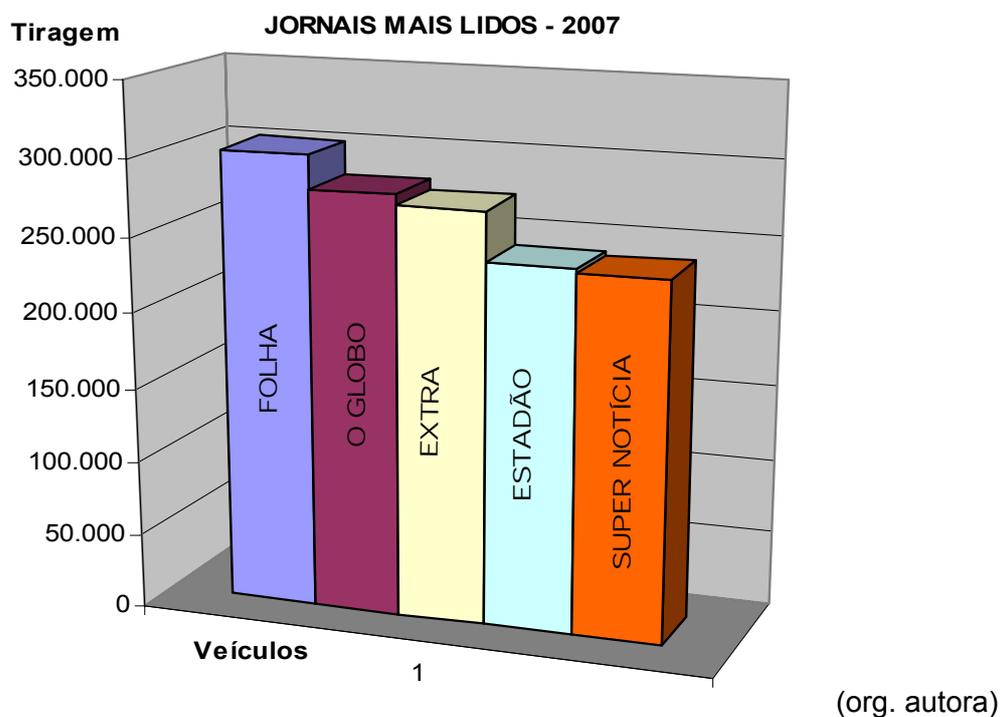
<sup>26</sup> Associação Nacional de Jornais, [www.anj.org.br](http://www.anj.org.br)

<sup>27</sup> Até a conclusão desta tese, não haviam sido disponibilizados os dados relativos ao ano de 2009.

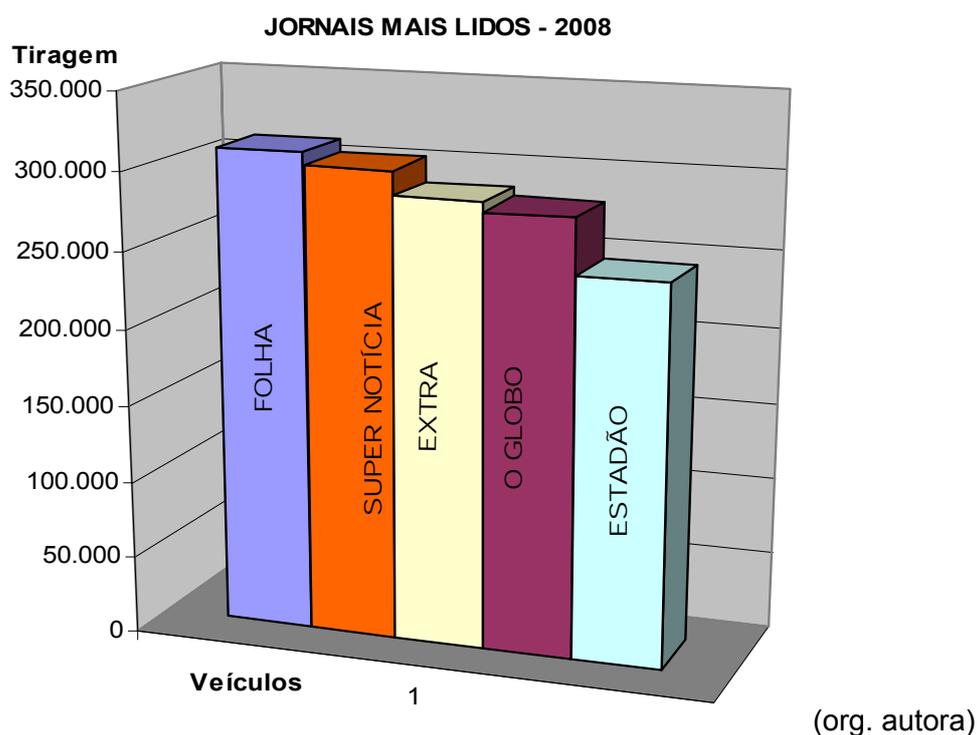
continua a ser, no seu segmento, o 2º mais lido, superado apenas pela *Folha de São Paulo*.



**Figura 5: Jornais de maior tiragem nacional em 2005-2006**



**Figura 6: Jornais de maior tiragem nacional em 2007**

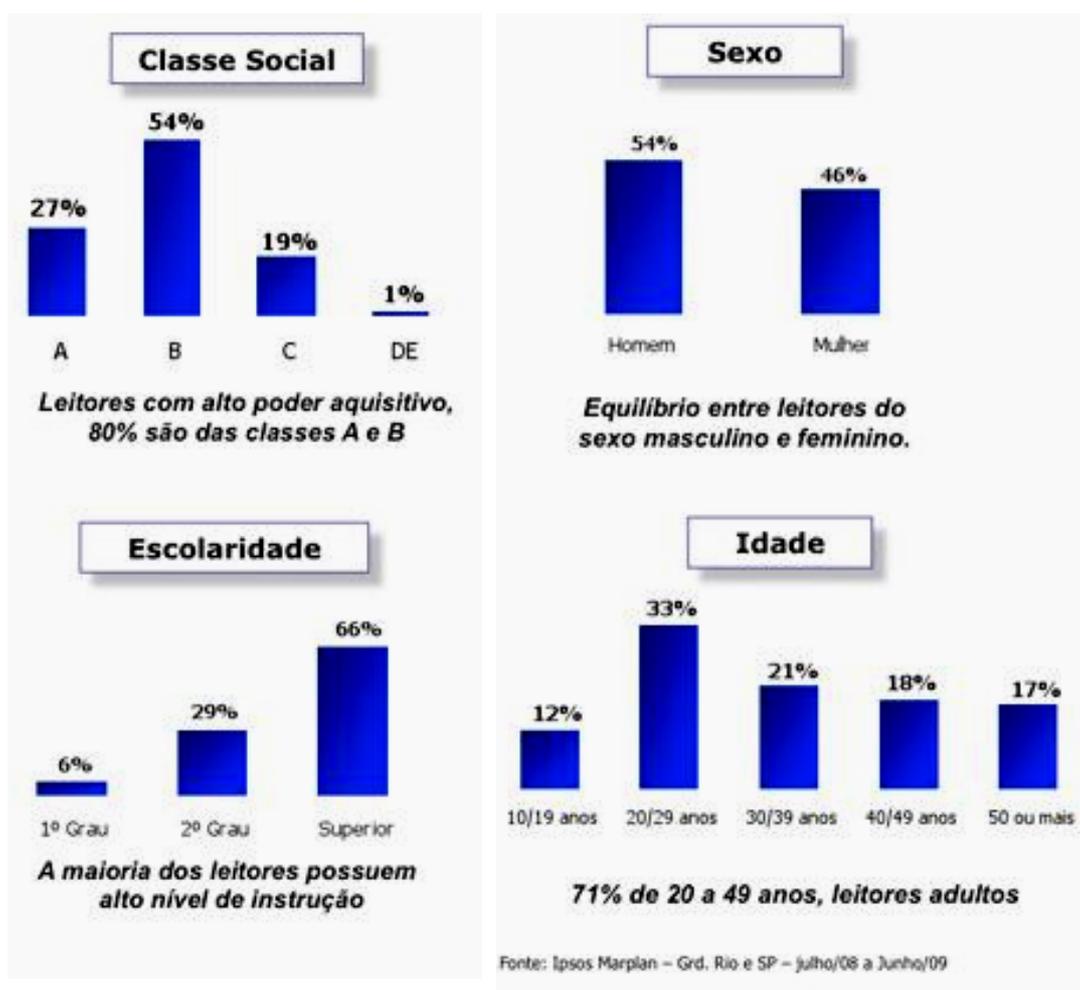


**Figura 7: Jornais de maior tiragem nacional em 2008**

### 3.2.1.1 O Globo

O *Globo* é o segundo jornal mais lido do país<sup>28</sup>, com uma tiragem média de 285.124 exemplares. Seus leitores, equanimemente distribuídos entre homens e mulheres, possuem alto nível de instrução (66% têm nível superior) e alto poder aquisitivo (80% estão nas classes A e B), com idade variando entre 20 e 49, entre os leitores adultos, que representam 71% do total (Figura 8). São, portanto, representantes da população ativa e intelectualmente preparada do país. A seção Opinião, que serve de base ao corpus desta pesquisa, é lida por 611.000 dos 1.568.000 leitores do jornal.

<sup>28</sup> Esta posição se refere ao segmento sócio-econômico considerado nesta pesquisa.



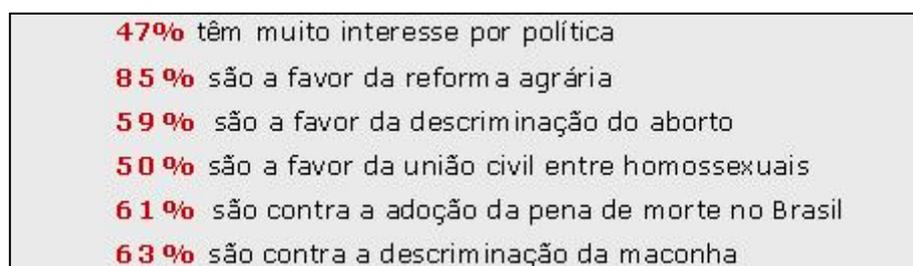
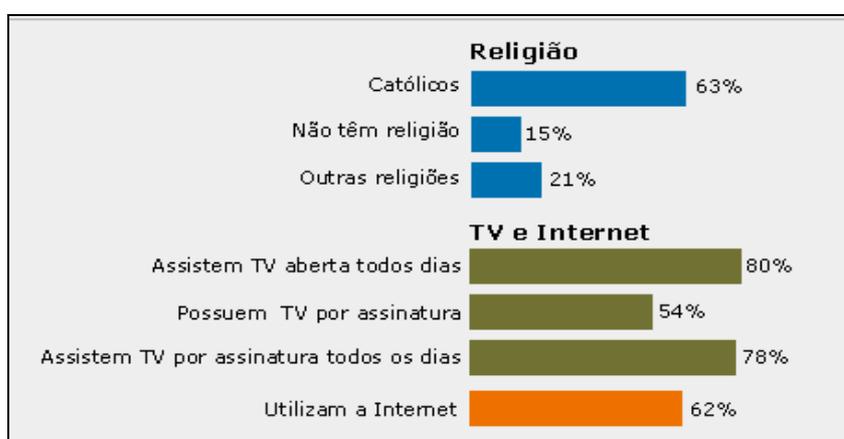
Fonte: [www.infoglobo.com.br/perfildoleitor](http://www.infoglobo.com.br/perfildoleitor)

**Figura 8: Perfil do leitor de *O Globo***

### 3.2.1.2 Folha de São Paulo

A *Folha de São Paulo* é o jornal mais lido no país, com uma tiragem média de 298.267 exemplares. Seus leitores também se distribuem equanimente entre homens e mulheres e igualmente possuem alto nível de instrução (47% têm nível superior e 13% fizeram pós-graduação, este último, um percentual em ascensão) e alto poder aquisitivo (53% têm renda individual até 15 salários mínimos e 36% têm renda familiar superior a 30 salários mínimos – estão, portanto, nas classes A e B). O leitor da *Folha* é um pouco mais velho que o de *O Globo*, com idade variando entre 30 e 49 anos. Representam, da mesma forma que *O Globo*, a parcela da população do país que é economicamente ativa e intelectualmente preparada. Em artigo da editoria de Opinião sobre o perfil do leitor desse veículo, encontra-se referência à relação entre o jornal e a formação de opinião no país: “Para o diretor

de Redação da **Folha**, Otavio Frias Filho, o fato de o leitor estar ficando mais velho e mais instruído reflete a inserção do jornal no *establishment* da opinião pública brasileira. É a realização de um objetivo antigo da **Folha**." (Mota, 2000). Pesquisas têm demonstrado, segundo esse mesmo artigo, que o leitor da *Folha* tem um perfil liberal quanto a questões polêmicas, como a descriminalização de drogas e o aborto (Figura 9).



**Figura 9: Perfil do leitor da Folha de São Paulo**

Fonte: Pesquisa "Perfil do Leitor 2000", realizada pelo Datafolha, em todo o país.

### 3.2.2 O direcionamento pelo córpus: *corpus-driven research*

Esta tese utiliza a metodologia direcionada pelo córpus (*corpus-driven*), já que o único interesse determinado anteriormente ao córpus foram as palavras de busca<sup>29</sup>, sendo que mesmo esse aspecto esteve sob reavaliação, a partir das primeiras experiências com o córpus coletado. Baseados na premissa de que o recorte temporal, a tipologia textual, bem como os veículos selecionados para extração de textos favoreceriam a identificação de vocábulos e construções interessantes para a hipótese de pesquisa, optamos pela metodologia direcionada pelo córpus, considerando que ela proveria os melhores caminhos, permitindo um certo empirismo necessário ao que se questiona: (1) Como o brasileiro conceitua a si e ao seu país na atualidade? (2) Qual a identidade nacional circulante nos meios escolarizados brasileiros?

Em artigo sobre o desenvolvimento de corpora linguísticos, Sinclair (2004) adverte que é importante evitar perfeccionismos na construção do córpus, uma vez que, por se tratar a construção de córpus<sup>30</sup> de uma ciência inexata, ninguém poderá dizer ao certo qual é o conjunto ideal. Por isso, recomenda o autor que se produza o melhor córpus possível. É claro que isso não libera o pesquisador de se preocupar em adotar diretrizes claras para a construção do seu córpus – apenas sinaliza a realidade singularmente complexa de se recortar um corpo de dados de um universo de informações e a inerente falibilidade (ao menos parcial) do processo. Por isso mesmo o autor recomenda que os estudos a partir de corpora sejam indicativos de uma tendência ou de um padrão. Não se deve, segundo ele, lidar com os resultados da análise de modo estrito, mas contemplar a sua falibilidade dentro de sua confiabilidade. A confiabilidade de um córpus é estabelecida pela autenticidade e pela representatividade dos dados compilados.

Um córpus deve ter documentos discretos, texto linear e separável das porções não-textuais (Sinclair, 2004). Os documentos devem, além disso, ser preparados para serem manipulados através de programas de tratamento linguístico. Textos compilados a partir da rede mundial precisam ser convertidos, de modo a

---

<sup>29</sup> Referência às palavras 'Brasil' e 'brasileiro'. O conceito de 'palavra de busca' será discutido adiante e discriminado do conceito de 'palavra-chave'.

<sup>30</sup> *Corpus building*

serem reconhecidos e processados. Para isso, devem ser retiradas todas as marcas características dos formatos para internet – o programa trabalhará com textos simples, no formato TXT. Isso implica a realização de um processo de limpeza nos textos, de modo a eliminar figuras, *links*, *tags* e outras marcas da linguagem HTML, típica da internet. Isso é uma dificuldade a mais. É fácil realizar *downloads* de textos diretamente da internet, mas tratá-los, preparando-os para serem reconhecidos pelos programas de análise linguística, requer tempo e conhecimento.

Neste ponto, encontramos uma bifurcação: deve o pesquisador desenvolver novas técnicas e adquirir novos conhecimentos, a fim de realizar essas tarefas ou deve estabelecer parcerias com profissionais da computação? Observa-se, entre os linguistas, uma disposição para mergulhar na área da informática e da computação, desenvolvendo saberes para lidar com seus próprios corpora. Contudo, é notório que, hoje, a interdisciplinaridade é fator de grande interesse da sociedade e mostra-se produtiva, quando parcerias são feitas, agilizando procedimentos. Um excelente exemplo disso é oferecido pelo Projeto Tycho Brahe, desenvolvido pelo Instituto de Estudos da Linguagem da Unicamp (IEL-Universidade Estadual de Campinas), que congregou pesquisadores da área da Linguística, Filologia e da Computação, com a parceria do Instituto de Matemática e Estatística da Universidade de São Paulo (IME-USP), o qual conferiu suporte operacional e consultoria computacional à produção desse *cópus* anotado do português medieval<sup>31</sup>. A questão demanda reflexões por parte dos envolvidos e a disposição de assumir os limites de cada área, reconhecendo os espaços que podem ser ocupados de modo autônomo pelo pesquisador usuário da informática e os que devem ser trilhados com o apoio de parceria competente.

### 3.3 Coletando dados da internet – HTTrack e Parser

Inicialmente, foi utilizado HTTrack (WinHTTrack Website Copier 3.43-4, desenvolvido por Xavier Roche, em versão traduzida para o português por Paulo

---

<sup>31</sup> O *Cópus Histórico do Português Tycho Brahe* é um *cópus* eletrônico anotado, composto de textos em português escritos por autores nascidos entre 1380 e 1845. Atualmente, 52 textos (2.357.626 palavras) estão disponíveis para pesquisa livre, com um sistema de anotação linguística em duas etapas: anotação morfológica (aplicada em 28 textos); e anotação sintática (aplicada em 8 textos). O *Cópus* é desenvolvido junto ao projeto temático *Padrões Rítmicos, Fixação de Parâmetros & Mudança Linguística*. Está disponível para pesquisadores, gratuitamente, para fins acadêmicos e pedagógicos, por meio de ftp anônimo, em [ime.usp.br](http://ime.usp.br) no diretório *~tycho/corpus*.

Neto) para compilar os textos necessários. Esse programa é um *site copier*, capaz de obter dados a partir de portais da internet e tem sido um grande aliado nas pesquisas em Linguística de Córpus. Contudo, nos últimos anos, as empresas de comunicação que mantêm periódicos na rede mundial desenvolveram barreiras e criaram mecanismos de travamento a esse tipo de programa, de modo que apenas parte dos dados desejados pôde ser obtida por meio dessa ferramenta. Foi realizada, então, uma mineração de textos da web<sup>32</sup>, com auxílio de alguns algoritmos da Engenharia de Computação<sup>33</sup>; eles permitiram dialogar com os portais dos periódicos, obter autorização, identificar os textos da época recortada pela pesquisa – de 2005 a 2010 - e compilá-los.

Para a obtenção dos dados, foram cumpridas três etapas:

1<sup>a</sup>- Submissão de uma consulta para o site do jornal, cujos parâmetros foram o período desejado para as matérias e a editoria (Opinião); tal consulta retornou listas contendo referências (*links*) para todas as matérias que se enquadravam nos parâmetros;

2<sup>a</sup>.- Processamento das listas de matérias: a cada link de matéria encontrado nas listas, toda a página da matéria era baixada e armazenada localmente.

3<sup>a</sup>.- Análise sintática (*parsing*) das páginas das matérias em si: a página HTML de cada matéria foi "garimpada" por meio de análise sintática de modo a extrair-se somente o conteúdo de interesse (data, título da matéria e autor - quando disponíveis - e o corpo da matéria) e armazená-lo em um arquivo de texto simples, que é o tipo de entrada aceito pelo programa de descrição linguística WordSmith Tools.

Alguns arquivos puderam ser obtidos através do HTTrack, para o que se cumpriram as seguintes etapas:

---

<sup>32</sup> Em informática, usa-se o termo 'text mining' para indicar essa atividade 'mineradora' de textos, feita com auxílio de programas.

<sup>33</sup> Para concretizar a coleta, contamos com suporte profissional de Engenheiros da Computação que voluntariamente se associaram a esta pesquisa.

- 1<sup>a</sup>. – Especificação dos sites desejados;
- 2<sup>a</sup>. – Exclusão de formatos de arquivo não desejados, tais como os de imagem e vídeo;
- 3<sup>a</sup>. – Obtenção dos arquivos *mirror* em html (espelhos da página da internet);
- 4<sup>a</sup>. – Limpeza dos textos para eliminação de códigos html, com utilização de um *parser*, e a transformação dos caracteres html em acentuação simples;
- 5<sup>a</sup>. – Conversão dos textos para o formato txt, adequado à leitura pelo programa Wordsmith Tools.

Os textos, como já se disse, foram compilados a partir da seção Opinião dos jornais *O Globo* e *Folha de São Paulo*. Essa seção engloba os editoriais, as cartas dos leitores e textos de articulistas convidados – todos textos de caráter argumentativo. Ocasionais ocorrências textuais advindas de colunas de autocrítica dos jornais foram excluídas, já que seu caráter essencialmente metalinguístico naturalmente distancia tais produções dos objetivos desta pesquisa.

Formou-se um *cópus* composto de 21.353 textos, contendo 8.475.666 palavras – ou seja, usou-se um *cópus* médio-grande, segundo critérios de classificação já apresentados na parte introdutória deste trabalho, de recorte sócio-cultural e temporal específicos.

Foram selecionadas como palavras de busca da pesquisa os vocábulos *Brasil* e *brasileiro* (e flexões). Desprezaram-se as ocorrências de *Brasil* e *brasileiro* em que esses vocábulos participavam de nomes próprios (como *Ordem dos Advogados do Brasil* ou *Colégio Brasileiro de Cirurgiões*) – consideramos que essas denominações cristalizadas não se reportam à identidade nacional com a forma significativa que interessa à pesquisa, funcionando como meros localizadores das instituições que nomeiam.

Seria não somente interessante, mas possível, ampliar esse elenco com vocábulos como *nacional*, *nação*, *país*, *pátria*, *terra*, mas isso produziria uma extensão muito significativa dos horizontes da pesquisa, fugindo às possibilidades concretas desta tese. Por isso, optou-se pelo foco nos vocábulos-chave, mais diretamente representativos do vínculo identitário, uma vez que são, respectivamente, a denominação do país e o adjetivo pátrio correspondente

(consideraram-se igualmente as ocorrências de conversão do adjetivo em substantivo e vice-versa). Foi uma opção de carácter metodológico que, de forma alguma, se supõe suficiente para um amplo estudo da identidade, mas que se coaduna com a realidade e as possibilidades desta pesquisa específica.

### **3.4 Organizando os dados**

Uma vez realizados os procedimentos de compilação e preparação do formato dos textos, procedeu-se à organização dos arquivos, separados em pastas para melhor acesso. Assim, separamos os arquivos dos jornais O Globo e Folha de São Paulo em diferentes pastas, nas quais os textos ainda foram hierarquizados por datas (ano de publicação) em subpastas. Desta forma, pretendeu-se não apenas produzir conjuntos menores de dados, para agilizar seu tratamento, como preservar a identificação da origem e da época de publicação de cada arquivo. Acrescenta-se que, individualmente, cada arquivo conserva sua referência de data e seção. Acreditamos que tal medida preventiva seja necessária para realizar desambiguações e também para que o cópuz cumpra sua função de estar pronto para possíveis estudos subsequentes, de características próprias, para os quais a referência correta precisa estar disponível.

Passou-se, então, a submeter o cópuz a ferramentas informacionais, de modo a se obterem dados linguísticos representativos das coocorrências com as palavras de busca.

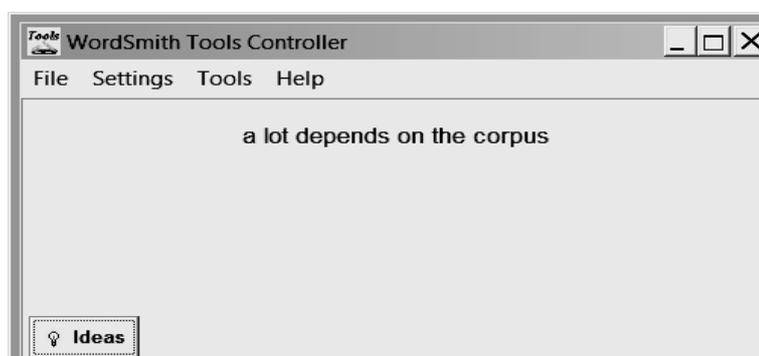
### **3.5 WordSmith Tools – ferramentas para a descrição linguística**

Para proceder à descrição linguística do material compilado, foi utilizado o programa WordSmith Tools (aqui denominado WST), desenvolvido por Mike Scott e publicado pela Oxford University. Utilizou-se inicialmente a versão 3.0, mas em seguida a versão 4.0 mostrou-se mais adequada. Embora já exista a versão 5.0, foi utilizado o WST 4.0, por ser disponibilizado pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro em versão registrada (é possível obter versões 'demo' mais recentes, mas os recursos de que a pesquisa necessitava só eram utilizáveis em versões registradas).

### 3.5.1 Os componentes do WST

Esse programa se compõe de ferramentas, utilitários, instrumentos de análise e funções. Para apresentar suas características, foram consultados os arquivos de ajuda do próprio programa, bem como Berber Sardinha (2004).

As ferramentas do WST são três - *WordList*, *KeyWords*, *Concordance* – e cada uma apresenta diferentes instrumentos de análise, que serão detalhados a seguir. Os utilitários são quatro: *renamer*, *text converter*, *splitter*, *viewer*. Uma tela, denominada *Controller*, oferece o menu das ferramentas e permite selecionar as configurações para a aplicação de cada ferramenta do programa (Figura 10).



**Figura 10: Tela do Wordsmith Tools Controller**

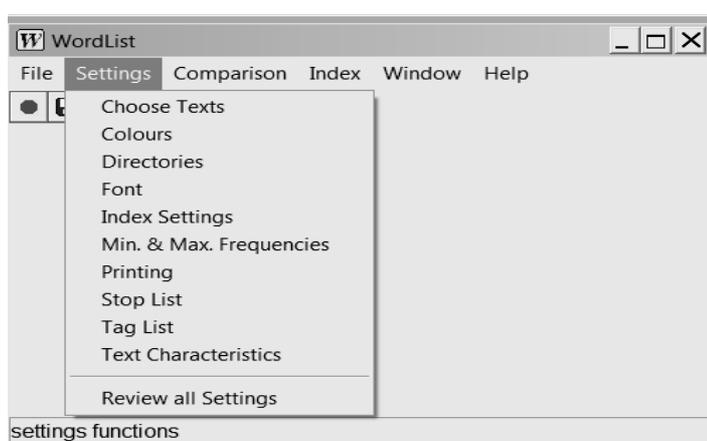
A ferramenta *WordList* oferece os seguintes instrumentos de análise:

- a) *wordlist*, uma listagem de palavras individuais, seguidas de suas ocorrências quantificadas;
- b) *clusters*, um conjunto de expressões repetitivas nos textos, também chamado de lista de multipalavras<sup>34</sup>, cuja extensão pode ser definida pelo usuário e cuja ocorrência numérica pode ser também especificada (expressões que ocorrem apenas uma vez ou mesmo mais de uma centena de vezes). A extensão das expressões (n-grama) pode variar de duas até oito palavras, sendo compiláveis bigramas, trigramas, quadrigamas e assim por diante;

<sup>34</sup> Berber Sardinha (2004) justifica a utilização do termo 'multipalavras' pela sua correspondência com a nomenclatura usual na área da informática (*multi-word units – MSW's* -, *polywords*). Ainda segundo o autor, o termo n-grama, assim como seus derivados, é comum na área de Processamento da Linguagem Natural. Seguindo esse procedimento, mantemos, aqui, as denominações.

- c) *detailed consistency*, uma lista de palavras de consistência individuais (ou seja, sintagmas simples);
- d) *detailed consistency, clusters activated*, uma lista de expressões de consistência formadas por mais de uma palavra;
- e) *statistics*, lista de dimensões e densidade lexical.

A figura 11 ilustra uma tela do *WordList*, apresentando opções de configuração para aplicar instrumentos de análise:



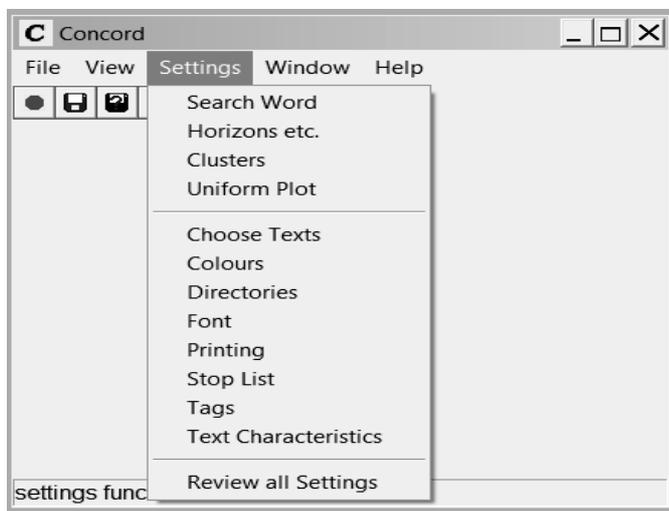
**Figura 11: Tela da Ferramenta *WordList***

A ferramenta *Concordance* possibilita fazer verificações sobre a colocação e padronização lexical, representando um importante recurso no trabalho com grandes corpora. É possível executar o *Concordance* isoladamente, realizando concordâncias a partir de casos não tratados por outras ferramentas, assim como é possível executar a concordância a partir de uma análise iniciada, chamando a ferramenta a partir da barra de tarefas do *WordList* ou do *KeyWords*.

O *Concordance* oferece os seguintes instrumentos de análise, ilustrados pela Figura 12:

- a) *Concordance*, concordância – há vários tipos, mas o mais comum é a palavra-chave no contexto (KWIC, iniciais de “key word in a context”);
- b) *collocates*, lista de colocados (palavras que se colocam no entorno das ocorrências de uma palavra-chave ou de uma palavra de busca);
- c) *clusters*, lista de agrupamentos lexicais, muitas vezes denominados *lexias complexas* em outros programas do tipo;

- d) *patterns*, lista de padrões de colocados;
- e) *plot*, gráfico de distribuição de palavra de busca;



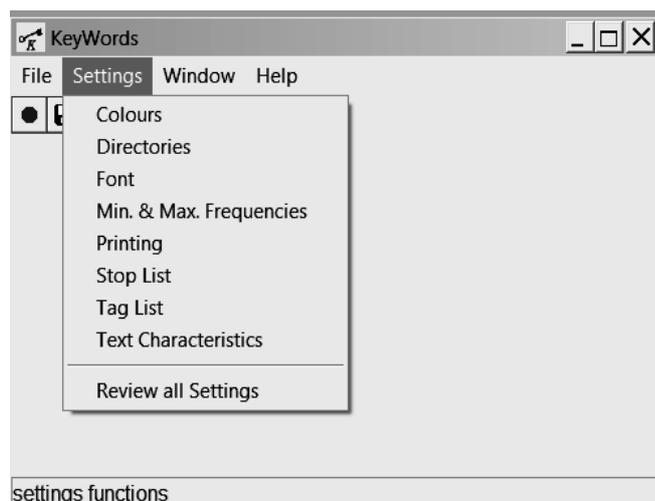
**Figura 12: Tela da Ferramenta *Concordance***

Ao usar a ferramenta *Concordance*, é necessário fazer configurações, dentre as quais as mais importantes são os horizontes (*horizons*), ou seja, o número de ocorrências vocabulares a serem consideradas e listadas, tanto à esquerda (L, de *left*) como à direita (R, de *right*) de um termo definido. A definição padronizada é de 5 à esquerda e à direita, mas esses horizontes podem variar de 0 (nenhuma palavra em algum dos lados) a 25 palavras. Horizontes muito extensos podem produzir ruídos na pesquisa; a focalização é tida como a melhor conduta.

Retornando às ferramentas do WST, veremos, finalmente, os instrumentos de análise da ferramenta *KeyWords*:

- a) *keywords*, lista de palavras-chave;
- b) *database*, banco de dados de listas de palavras-chave;
- c) *key keywords*, lista de palavras-chave chaves;
- d) *associates*, lista de palavras-chave associadas;
- e) *clumps*, lista de agrupamentos textuais;
- f) *keyword plot*, gráfico de distribuição de palavra-chave;
- g) *keyword plot links*, listagem de elos entre palavras-chave.

Alguns dos instrumentos de análise da ferramenta *KeyWords* estão ilustrados a seguir (Figura 13).



**Figura 13: Tela da Ferramenta *KeyWords***

Cabe neste ponto uma consideração a respeito dos termos ‘palavra-chave’ e ‘palavra de busca’. Considerando que o WST tem a possibilidade de, a partir de um *cópus*, vir a extrair a palavra-chave, aquela cuja ocorrência se destaca, torna-se esse termo uma referência técnica, a ser distinguida da referência a um termo de eleição do pesquisador, que é a palavra de busca. Acatando os argumentos de Berber Sardinha (2004, p.106), faremos tal distinção neste trabalho:

O termo *key word* é usado na literatura juntamente com *search word* (ou ainda *search term*, *node*, *node word*) para se referir à palavra central da concordância. Prefere-se *search word* e sua tradução palavra de busca porque *keyword* possui um sentido especializado no WordSmith Tools, e, portanto, é preferível reservar palavra-chave para as palavras identificadas pelo programa KeyWords.

As principais funções do programa WST e de suas ferramentas são **lematizar** (agrupar duas ou mais formas diferentes em um mesmo item, como no caso de um verbo e suas formas conjugadas, que podem ser lematizadas sob uma entrada), **classificar** (ordenar listas e concordâncias alfabeticamente, por posicionamento na lista de colocados ou por frequência) e **delimitar** (selecionar partes do *cópus* a serem lidas pelo programa, ignorando trechos sabidamente desinteressantes). Note-se que essas tarefas têm caráter braçal, sendo por isso extremamente útil o programa WST. Ele permite realizar seguidamente, com agilidade e precisão, tarefas que exigiriam longo tempo e muita energia por parte de um pesquisador que pretendesse realizá-las manualmente. A grande função do programa é, em última análise, organizar e esquadrihar os dados, retornando a seu respeito informações

que serão a base para as análises do especialista. O programa, por si, não produz conclusões – o trabalho mental ainda pertence à esfera de competência do pesquisador -, apenas fornece os dados que o pesquisador relacionará, cruzará e analisará, de modo a compor hipóteses e teses.

### 3.5.2 Manipulando os dados com o WST

Três são os princípios a serem observados quando da manipulação de textos e seus itens lexicais com o concurso do WST: ocorrência, recorrência e coocorrência. Os itens devem ser observáveis para serem analisados – isso não significa que a ausência de um item não seja representativa, mas isso teria de ser considerado em função de constructos prévios, capazes de, pela observação da presença, denunciar ausências e omissões; devem aparecer mais de uma vez, para conferir representatividade ao córpus e à sua análise, e devem estar na presença de outros itens, para serem mais informativos, já que, notoriamente, itens isolados são pouco representativos, especialmente em pesquisa linguística, em que a parte, sem o todo, é apenas parte<sup>35</sup>.

#### 3.5.2.1 A significância da frequência

A frequência é tida como um item de grande significância na Linguística de Córpus, seja pelo seu grau elevado, seja pela baixa incidência, porque tanto um quanto outro aspectos tornam-se reveladores de traços linguísticos, tanto sistêmicos quanto discursivos. Estudos sobre frequência têm-se mostrado úteis ao desenvolvimento de materiais didáticos e de dicionários, embora setores mais tradicionais da Linguística valorizem a especificação de traços distintivos, como normalidade e anormalidade, acima da probabilidade de ocorrência. Apresentaremos genericamente pontos relativos a esse item.

Berber Sardinha (2004, p.162) vê na frequência “um atributo inseparável da palavra, pois revela a sua ocorrência observada” e atribui a ela “um papel definidor da palavra, fornecendo um traço tão inseparável quanto o sentido”. Recorre o autor

---

<sup>35</sup> Referência ao soneto “Ao braço do mesmo Menino Jesus quando apareceu”, de Gregório de Matos Guerra, que diz, em seu primeiro quarteto: “O todo sem a parte não é todo,/ A parte sem o todo não é parte,/ Mas se a parte o faz todo, sendo parte,/ Não se diga, que é parte, sendo todo.” In: *Poesias selecionadas de Gregório de Matos*. São Paulo: FTD, 1993. p.27.

a Guiraud para sustentar seu ponto de vista de que a frequência é reveladora do caráter sígnico de uma palavra:

Certamente, todo o signo é uma criação individual..na origem, mas é também e sobretudo uma criação coletiva: a palavra, criada pelo indivíduo, não assume seu valor senão na medida em que é aceita, retomada, repetida; por isso ela se define, afinal, pela soma de seus empregos. (GUIRAUD, 1954, p.306, apud BERBER SARDINHA, 2004, p. 163).

Biderman, igualmente citado por Berber Sardinha, igualmente sustenta a importância da frequência e a associa ao conceito de norma:

A frequência é uma característica típica da palavra. Aliás, a norma linguística se baseia na frequência dos usos linguísticos. Assim, a norma linguística nada mais é do que a média dos usos frequentes das palavras que são aceitas pelas comunidades dos falantes. (Biderman, 1998, p. 162, apud Berber Sardinha, 2004, p. 163)

Entendemos que a frequência não seja o único aspecto que informa uma norma, sendo igualmente importante a aceitabilidade, para que um uso se estabeleça como 'normal' – aspecto esse que Biderman não coloca como central, mas inclui em sua definição de norma linguística -, mas consideramos não ser menor o valor da frequência como aspecto a ser estudado. De fato, aceitabilidade, já que o uso frequente de um vocábulo por uma comunidade não costuma ser observado em casos de franca rejeição a uma forma. Mais até que o aspecto da normalidade, entra em questão a iconicidade de uma forma em sua relação com a cultura. Sabemos que os usos linguísticos são fortes indicadores dos aspectos sócio-culturais de uma sociedade (como já se apresentou no capítulo relativo à Semiótica e à Iconicidade), portanto o estudo da frequência assume papel de destaque nas análises relativas à iconicidade, por constituir índice claro de escolhas lexicais feitas pelos falantes para melhor representarem suas ideias e atingirem suas metas comunicativas.

Comentando e justificando o princípio de 'ocorrência', já mencionado, Berber Sardinha (2004) reitera a importância de itens com frequência 1 (os chamados *hapax legomena*) e relata um fato da léxico-estatística: o de que as frequências de palavras não se distribuem igualmente, havendo algumas com maior frequência e outras de ocorrência muito rara. O conjunto de palavras de baixíssima frequência é, ao contrário do que poderia supor uma avaliação precipitada, o mais numeroso nos corpora, se considerarmos as formas que o compõem (grande variedade de

formas que ocorrem uma ou duas vezes, apenas). Apresentando a realidade do Banco de Português - cópuz criado e mantido pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP), no projeto *Direct* -, com mais de 120 milhões de palavras, e expandindo suas observações para outras realidades, Berber Sardinha (2004, p.168-169) estabelece faixas de frequência relativas aos *hapax*: reiteramos mesmo seu caráter revelador quanto aos usos linguísticos e sua atuação como um indicador do grau de

Quase 40% do cópuz é constituído de *hapax*. A segunda faixa mais numerosa é a de palavras que ocorrem de duas a nove vezes, que juntas correspondem a 34% das formas. Somadas, essas duas faixas ocupam quase 74% de todas as palavras do cópuz, ou quase três em cada quatro formas. Essa alta incidência de palavras raras é típica dos *corpora* em geral.

A representatividade dessa faixa, conquanto sua extensão, é baixa, em função de sua frequência. As palavras de frequência mais elevada, por sua vez, apresentam inversão especular relativamente à situação dos *hapax*: são poucas formas ocorrendo muitas vezes. A maioria das formas de alta frequência é composta de palavras gramaticais, de baixa iconicidade.

Veja-se, como exemplo, um extrato do cópuz desta pesquisa. Seleccionamos alguns dos textos que o compõem e deles fizemos uma *WordList*. Sempre que se usa essa ferramenta, retornam três janelas: S, que contém estatísticas simples; A, que traz as ocorrências em ordem alfabética; F, que traz as mais frequentes, em ordem decrescente.

Uma observação da janela S (Figura 14) mostra que há 309.567 ocorrências vocabulares (tokens), mas apenas 25.998 tipos de palavras (types). Isso já dá a dimensão de que alguns tipos de palavras ocorrem mais de uma vez.

Na sequência, observemos a *WordList* F (Figura 15) e encontraremos um apanhado significativo: a palavra mais frequente é a preposição *de*, seguida de outras palavras de baixa iconicidade (aí inserido o verbo *ser*, em seu caráter semanticamente fraco). A primeira palavra de alta iconicidade presente na lista vem na posição 26 - é crítica, com 1.217 ocorrências. Note-se que *Brasil*, palavra de busca de nossa pesquisa, só aparece na posição 49, com 530 ocorrências.

WordList - [new wordlist (S)]

File Settings Comparison Index Window Help

txt ?

Aa

N	1	2	3	4	5	6	
Text File	OVERALL	20D5D4~1.TXT	200812~1.TXT	200807~3.TXT	200391~1.TXT	203D47~1.TXT	200812~
Bytes	1.899.799	0	0	0	0	0	
Tokens	309.567	0	0	0	0	0	
Types	25.998	0	0	0	0	0	
Type/Token Ratio	8,40						
Standardised Type/Token	41,59						
Ave. Word Length	4,81	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
Sentences	10.900	0	0	0	0	0	
Sent. length	27,16						
sd. Sent. Length	25,93						
Paragraphs	0	0	0	0	0	0	
Para. length							
sd. Para. length							
Headings	0	0	0	0	0	0	
Heading length							
sd. Heading length							
1-letter words	36.010	0	0	0	0	0	
2-letter words	53.181	0	0	0	0	0	
3-letter words	39.755	0	0	0	0	0	
4-letter words	29.632	0	0	0	0	0	
5-letter words	33.529	0	0	0	0	0	
6-letter words	27.653	0	0	0	0	0	
7-letter words	26.872	0	0	0	0	0	
8-letter words	21.643	0	0	0	0	0	
9-letter words	14.751	0	0	0	0	0	
10-letter words	11.263	0	0	0	0	0	

Figura 14: WordList, janela S

new wordlist (F)

N	Word	Freq.	%	Lemmas
1	DE	14.197	4,59	
2	A	9.879	3,19	
3	O	9.505	3,07	
4	QUE	8.971	2,90	
5	E	8.542	2,76	
6	DO	5.472	1,77	
7	DA	4.145	1,34	
8	EM	4.085	1,32	
9	NÃO	3.256	1,05	
10	PARA	3.230	1,04	
11	É	3.105	1,00	
12	SE	3.105	1,00	
13	NO	2.997	0,97	
14	OS	2.761	0,89	
15	UM	2.716	0,88	
16	COM	2.438	0,79	
17	UMA	2.166	0,70	
18	NA	2.036	0,66	
19	POR	1.871	0,60	
20	MAIS	1.773	0,57	
21	AS	1.692	0,55	
22	DOS	1.575	0,51	
23	COMO	1.487	0,48	
24	AO	1.251	0,40	

new wordlist (F)

N	Word	Freq.	%	Lemmas
26	CRÍTICA	1.217	0,39	
27	CERTO	1.184	0,38	
28	MAS	1.071	0,35	
29	P	997	0,32	
30	À	986	0,32	
31	DAS	906	0,29	
32	SER	872	0,28	
33	SÃO	810	0,26	
34	GLOBO	730	0,24	
35	NOS	728	0,24	
36	FOI	721	0,23	
37	ERRO	679	0,22	
38	SUA	646	0,21	
39	PELO	594	0,19	
40	JÁ	593	0,19	
41	SEM	590	0,19	
42	SEU	579	0,19	
43	PUBLICADA	569	0,18	
44	TEM	560	0,18	
45	RIO	558	0,18	
46	PELA	557	0,18	
47	ESTÁ	553	0,18	
48	PAÍS	542	0,18	
49	BRASIL	530	0,17	

Figura 15: WordList, janela F

Este pequeno apanhado do que se afirma sobre frequências de palavras ilustra aspectos das línguas e funciona, também, como uma justificativa a mais para que se faça Linguística de Córpus: um estudo que parta de grandes quantidades de dados linguísticos e que os processe eletronicamente pode retornar um panorama mais objetivo da realidade de uma língua e revelar características como as que foram ilustradas.

A partir desse quadro, é possível perceber a necessidade de se partir de um córpus realmente muito grande para ser possível observar itens raros. Como, na maioria dos estudos, o número de palavras de um córpus é inferior ao mínimo necessário para se descrever e analisar tais casos, faz sentido recomendar-se a seleção de itens de frequência mínima 2, de modo a garantir um estudo representativo. Ou, se o objetivo principal for a descrição e análise dos *hapax legomena*, devem os pesquisadores construir um córpus muito grande para que se tenham algumas ocorrências dos itens pretendidos.

## 4 A CARA DO BRASIL

*Brasil, mostra a tua cara  
Quero ver quem paga pra gente ficar assim  
Cazuza, Romério, Israel*

Na primeira parte deste capítulo, faremos uma apresentação preliminar dos Resultados obtidos com o WST. Para tanto, descreveremos brevemente os procedimentos específicos.

Realizamos, num primeiro momento, um recorte dos textos com data de 2005 e a eles foram aplicadas as ferramentas do WST, conforme detalhamento a seguir, para depois serem estendidas ao todo do cópuz. Com isso, pretende-se ter uma visão focal do ano de 2005, ao lado de uma visão global do recorte temporal. Reiteramos, neste ponto, que a pesquisa, por ser direcionada pelo cópuz (*corpus-driven research*), naturalmente assume um lado empírico, em que uma experiência conduz à outra, sendo inerentes ao processo as redefinições de rumo, bem como os descartes de hipóteses.

Inicialmente, foram aplicadas as ferramentas *Wordlist* e *Concordance* aos vocábulos *Brasil* e *brasileiro*, assumidos como palavras de busca. Os termos investigados abriram-se a partir da base *Brasil / brasileiro*, de acordo com as observações e experimentações feitas, em expressões: ***o Brasil é, o Brasil está, o brasileiro, os brasileiros, o povo brasileiro, o brasileiro é, os brasileiros são***. As sucessivas listas de palavras e concordâncias efetuadas mostraram que os termos, quando investigados isoladamente, produziam um resultado difuso, cuja análise poderia ficar muito impregnada de subjetividade. As expressões nucleadas pelas palavras de busca, submetidas às ferramentas do WST, retornaram dados mais específicos e mais reveladores.

Das listas de palavras e das concordâncias, foram eliminadas palavras de baixa iconicidade, cortando-se o que a Linguística de Cópuz chama de *palavras gramaticais* (cuja característica já foi discutida no capítulo 3) e também as que não apresentavam valor substantivo nem adjetivo (verbos, conjunções, pronomes, etc.). Essa seleção obedece aos critérios estabelecidos para a pesquisa, tendo em vista o interesse na força dos signos icônicos, que se constituem, sobretudo, a partir de substantivos e adjetivos, na linguagem verbal. Siglas como EUA e PT foram mantidas, dado seu caráter de nomeação.

## 4.1 Brasil brasileiro em 2005

Optou-se por construir, inicialmente, um quadro com dados exclusivamente oriundos dos textos de 2005, de modo a apreender a pauta daquele momento.

Para melhor avaliar os resultados que emergem das análises dos textos de 2005, recuperemos a conjuntura sócio-política determinante da crise que constitui o marco zero das produções midiáticas integrantes do *cópus*: reflexões acerca da identidade, motivadas por campanhas de valorização do brasileiro; investimento da esperança nacional no governo eleito; denúncias de corrupção que dão corpo à chamada ‘crise do mensalão’, abalando as estruturas do partido do governo e dos que lhe dão sustentação política; comoção nacional frente à crise.

### 4.1.1 *Brasil*, em 2005

No ano de 2005, verificou-se a seguinte distribuição para *Brasil*, computados os 35 primeiros colocados, considerados os substantivos e adjetivos. Estão destacados em negrito, na Figura 16, que reproduz o quadro de colocados do WST para *Brasil*, os termos cujo vínculo temático com a identidade emerge mais claramente, em função de contextos historicamente construídos e dos valores identitários já estabelecidos.

Os colocados mais frequentes com *Brasil* o assinalam como *país*, frente aos demais *países* do *mundo*. Diante deles, o Brasil se coloca como *governo*, com um *presidente* eleito (e festejado pelo mundo, dada a novidade de se ver um trabalhador chegar a tal posto por vias democráticas, sem um discurso exatamente comunista), cuja política pretende fortalecer o *desenvolvimento* do país. Aliás, mais que o *Presidente*, tomado como Chefe de Estado (74 ocorrências), é a figura pessoal de *Lula* que vem em destaque (95 ocorrências), confirmando pela Linguística o que o Datafolha seguidamente apontou em suas pesquisas de opinião, feitas entre os anos de 2005 e 2010 – uma popularidade sempre alta do Presidente Lula, a despeito de crises e ‘tsunamis’.

N	Word	With	elation	Total	tal Left	al Right	L5	L4	L3	L2	L1	Centre	R1	R2	R3	R4
1	BRASIL	BRASIL	0,000	4.609	29	490	10	9	3	7	0	4.090	466	0	10	7
2	PAÍS	BRASIL	0,000	139	57	82	11	12	22	9	3	0	0	14	31	25
3	PAÍSES	BRASIL	0,000	98	60	38	17	14	20	9	0	0	0	3	6	16
4	MUNDO	BRASIL	0,000	89	48	41	11	7	18	10	2	0	0	0	19	14
5	LULA	BRASIL	0,000	77	42	35	9	12	10	4	7	0	1	14	1	9
6	ANOS	BRASIL	0,000	75	42	33	12	9	10	10	1	0	0	4	11	11
7	POLÍTICA	BRASIL	0,000	71	50	21	14	10	12	14	0	0	0	3	2	10
8	GOVERNO	BRASIL	0,000	71	43	28	14	9	11	7	2	0	0	5	11	5
9	MAIOR	BRASIL	0,000	57	28	29	7	4	12	5	0	0	0	5	7	6
10	ARGENTINA	BRASIL	0,000	57	17	40	5	5	2	5	0	0	2	18	14	4
11	PRESIDENTE	BRASIL	0,000	53	29	24	5	7	4	12	1	0	0	0	7	4
12	MELHOR	BRASIL	0,000	48	23	25	6	2	2	13	0	0	7	5	8	1
13	HISTÓRIA	BRASIL	0,000	48	43	5	0	5	7	31	0	0	0	1	0	3
14	DESENVOLVIMENTO	BRASIL	0,000	43	34	9	8	8	7	10	1	0	0	0	1	3
15	NACIONAL	BRASIL	0,000	42	25	17	2	16	3	4	0	0	0	1	1	10
16	PT	BRASIL	0,000	42	33	9	12	5	3	2	11	0	0	1	2	4
17	CASO	BRASIL	0,000	41	31	10	4	2	2	23	0	0	0	0	3	3
18	GRANDE	BRASIL	0,000	40	20	20	4	7	8	0	1	0	0	5	4	5
19	CRESCIMENTO	BRASIL	0,000	38	26	12	3	7	6	10	0	0	0	1	3	4
20	SOCIAL	BRASIL	0,000	35	28	7	2	9	6	11	0	0	0	0	2	4
21	CORRUPÇÃO	BRASIL	0,000	35	24	11	1	3	4	16	0	0	0	0	4	3
22	DEMOCRACIA	BRASIL	0,000	33	21	12	4	6	5	6	0	0	0	0	5	3
23	VEZ	BRASIL	0,000	32	15	17	3	4	4	4	0	0	0	2	4	8
24	FUTURO	BRASIL	0,000	31	17	14	4	3	3	7	0	0	1	2	1	6
25	EUA	BRASIL	0,000	31	14	17	0	4	6	3	1	0	1	8	4	2
26	JUROS	BRASIL	0,000	31	24	7	3	3	9	9	0	0	0	1	2	2
27	BRASILEIRO	BRASIL	0,000	30	10	20	4	3	1	2	0	0	0	0	9	6
28	PROBLEMA	BRASIL	0,000	30	23	7	6	5	5	6	1	0	0	0	3	3
29	INTERNACIONAL	BRASIL	0,000	30	19	11	6	5	4	3	1	0	0	0	6	2
30	MUNDIAL	BRASIL	0,000	30	11	19	3	2	4	1	1	0	0	0	4	8

**Figura 16: Colocados com *Brasil*, no ano de 2005**

O conjunto de colocados mais frequentes com *Brasil*, nesse momento da história, aponta para sentidos de democracia, poder exercido pela legalidade, elaboração de políticas e inserção do país no mundo. Nenhuma palavra sobre a natureza, nenhum colocado explicitamente relacionado a subdesenvolvimento, nenhum termo de valor negativo, exceto os substantivos **corrupção** (21<sup>a.</sup> posição), **problema** (28<sup>a.</sup> posição), ao lado de **crise** e **risco**, que vêm, respectivamente, na 36<sup>a.</sup> e 37<sup>a.</sup> posições (não representadas no quadro, que traz apenas os 30 colocados mais frequentes), cujos contextos discutiremos.

Sobre a palavra **risco**, importa registrar que ela surge tanto em contextos semanticamente positivos (quando se fala na redução do **risco Brasil** ou **risco**

*país*)<sup>36</sup>, como em contextos semanticamente negativos (quando se trata do aumento de tal índice)<sup>37</sup>, mas, a despeito deste último caso, a perspectiva geral mantém-se positiva, pois o contexto econômico, no período analisado, é de redução gradativa do índice, com alteração para melhor da imagem do país, frente ao mercado internacional.

À parte, portanto, das palavras **corrupção** e **problema**, a imagem do país parece ser positiva – mas não é bem assim. Uma investigação dos contextos em que a palavra *país* é registrada, sobretudo a partir dos feixes lexicais em que ocorre, demonstrou uma preocupação com o desarmamento, que aponta para uma situação de violência (**[comércio de munição] deve ser proibido no país**); a preocupação com o câmbio real/dólar (**cotação do dólar no Brasil**) e, portanto, com a economia interna e externa, além de revelar as considerações a respeito do perfil nacional, especificamente a partir do feixe **um país como o Brasil**, o mais presente nesse segmento do córpus (Figura 17):

N	Cluster	Freq.	Length	Related
1	UM PAÍS COMO O BRASIL	12	6	em um país como o brasil (4), para um país como o brasil (3)
2	DEVE SER PROIBIDO NO BRASIL	9	6	munição deve ser proibido no brasil (8)
3	O MELHOR DO BRASIL É	7	6	
4	COTAÇÃO DO DÓLAR NO BRASIL	7	6	a cotação do dólar no brasil (4)
5	DE QUE O BRASIL NÃO	7	6	
6	DE QUE O BRASIL PRECISA	6	6	
7	DIÁLOGO A FAVOR DO BRASIL	5	6	
8	DE QUE O BRASIL É	4	6	
9	PARA QUE O BRASIL SE	4	6	
10	A COTAÇÃO DO DÓLAR NO	4	6	a cotação do dólar no brasil (4)
11	EM UM PAÍS COMO O BRASIL	4	7	um país como o brasil (12), em um país como o (4)

**Figura 17 : Feixes lexicais para *Brasil*, em 2005**

<sup>36</sup> O risco país ou risco Brasil é um indicador que tenta determinar o grau de instabilidade econômica de cada país e é calculado por agências de classificação de risco e bancos de investimentos. Para maiores detalhes, ver [http://www.portalbrasil.net/economia\\_riscopais.htm](http://www.portalbrasil.net/economia_riscopais.htm). Acesso em março de 2010.

<sup>37</sup> A redução do chamado ‘risco país’ é crescente no governo Lula. Antes da eleição, em outubro de 2002, o risco era o mais alto da história, com 2440 pontos, sinalizando os temores do mercado internacional com relação a Lula. Em 2005, era de 381 pontos; em 2007, de 175. Em 2008, o Brasil é elevado a grau de investimento, o que representa a valorização dos títulos do país e lhe confere um caráter economicamente atraente por sua estabilidade. Fontes: <http://pt.shvoong.com/social-sciences/economics/495586-risco-país-para-leigos/> e <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/dinheiro/fi2303200724.htm>. Acesso em março de 2010.

Pela análise desse feixe e pela busca dos contextos em que ele aparece no *cópus*, foi possível identificar a co-ocorrência de uma série de expressões de caráter adjetivo, ora associadas a noções como crescimento, produtividade, modernidade, ora associadas a atraso, desigualdade, carência, ora de caráter neutro, sobretudo no que se refere ao tamanho do território do país, que é, simultaneamente, um destaque, se comparado às dimensões de outros países, e um problema a ser administrado. A imagem do país não parece mais tão positiva quanto a análise superficial dos colocados parecia mostrar – na realidade, tal imagem corrobora o paradoxo identificado por HOLANDA (RB, 1936) e DAMATTA (CMH, 1978), num mosaico de aspectos positivos e negativos, com predominância das ocorrências de valor negativo. Isso está demonstrado na Figura 18.

<b>Feixe lexical <i>um país como o Brasil</i></b>		
<b>Iconicidade positiva</b>	<b>Iconicidade negativa</b>	<b>Iconicidade neutra/ambígua</b>
Crescimento Produtividade Modernidade	Atraso Desigualdade Carência Desorganização	Amplitude territorial  Estado mutante/provisório
'emergente'	'sem navegação de cabotagem'	'continental'
'que acaba de liberar até certo ponto a pesquisa com células embrionárias humanas'	'em que a corrupção é assumida como parte inexorável da paisagem'	'que parece sempre em obras',
'que se empenhou em reformas legislativas e criou delegacias de polícia especializadas na defesa da mulher'	'que carece de uma base econômica forte e consolidada'	'imenso'
'que desempenhou papel fundamental em 2004 na formulação do acordo-quadro'	'que têm muito a percorrer no campo da institucionalização política'	
'que é reconhecido mundialmente como capaz de produzir [alimentos] com alta produtividade e baixos preços'	'potencialmente problemático'	
'atuando de maneira articulada com outros países e organismos internacionais'	'marcado por assimetrias'	
'atento'	'com milhares de desempregados, com universidades decadentes, com hospitais sucateados,	

	com violência de norte a sul'	
	'com índices tão vergonhosos de concentração de riqueza'	
	'onde tantas criancinhas morrem de fome'	
	'que não garante a segurança de seus cidadãos'	
	'com esse número ridículo de juizes'	

**Figura 18: Feixe lexical *um país como o Brasil* em sua iconicidade**

Apesar de os aspectos negativos ainda sobrepujarem os positivos, alguns merecem especial atenção: o adjetivo **emergente** substitui o tradicional **subdesenvolvido**, representando uma mudança de paradigma relativamente ao país e à sua inserção no cenário mundial, que pode ser comprovada pelos enquadres dos aspectos positivos citados, respectivamente, nos campos da ciência, das ações sociais afirmativas, das preocupações ecológicas, das relações internacionais e do comércio exterior.

O conjunto de feixes lexicais mais frequentes destaca ainda a expressão **o melhor do Brasil é [o brasileiro]**, que veicula uma carga positiva da qual se impregna o perfil do brasileiro. Aprofundaremos as discussões desse aspecto adiante, no item 4.2.1.

Conclui-se, da análise dos feixes em contraponto ao quadro de colocados mais frequentes com **Brasil**, que a imagem do país não é, em 2005, tão positiva quanto se poderia imaginar, à primeira vista dos dados, mas também não é tão negativa quanto já foi. Além disso, os elementos componenciais da imagem positiva já não são, exclusivamente, a natureza, o carnaval, o futebol, o que sugere uma mudança no perfil identitário nacional, relativamente ao que se havia construído, ao longo da história, até o final do Século XX.

É fato que os feixes lexicais, como lembra Shepherd (2006, p. 136-7), “são constructos artificiais sistematizados pelo computador, não constituem em si uma unidade linguística coerente, embora possam apontar para a existência de combinações e funções linguisticamente relevantes”. Independentemente de sua coerência, os feixes funcionam, eles próprios, como índices dos processos de escolha lexical de um grupo social, que são inevitavelmente marcados pelos valores culturais.

Retomando a discussão dos colocados mais frequentes, interrompida para que se fizessem considerações sobre o Brasil a partir da palavra **país**, voltemos às palavras em destaque.

No quadro de colocados, nas posições 21 e 22, encontram-se, com número de ocorrências muito aproximado, os substantivos **corrupção** e **democracia**. Lembramos que o ano de 2005 foi marcado pelas denúncias de existência de um esquema de desvios de verbas orquestrado pelo *PT* (que aparece na 16ª posição, com 42 ocorrências) – o conhecido ‘mensalão’. Note-se que a palavra **mensalão** ainda não aparece nesse quadro de modo significativo. Naquele momento, a **corrupção** era o golpe severo sofrido pela **democracia** que o Brasil vinha sendo e pelo país que pretendia ser (cujo perfil aparecia vinculado a termos como **crecimento** e **social** – respectivamente, 19ª. e 20ª. posições (acima, portanto, de **corrupção** e **democracia**). Pesquisando o termo **mensalão**, o encontramos associado a valores negativos, em 2005, colocado com termos como *crise*, *escândalo* e *esquema*. Visto como uma criação brasileira, ao lado de *mensalinho*, o termo **mensalão**, assim como sua prática, é uma marca que denigre a classe política : (...) no Brasil -"mensalão" e "mensalinho", coisas nossas, criam uma espécie de paradigma do mau comportamento político. (fz0110200504.txt)

O leitor comum se manifesta, na Folha de São Paulo, sobre o impacto do mensalão sobre a sociedade brasileira e sobre suas expectativas e esperanças. **Mensalão** surge em relação antitética com **Brasil**, que pode ser entendido como metonímia do povo (leitura mais provável, de acordo com o texto) ou como ideário de renovação:

"O país está de luto: o Brasil perdeu; o "mensalão" ganhou! O povo perdeu; o Delúbio venceu. Acabou a esperança de mudança ética [grifo nosso] na Câmara dos Deputados. O candidato do presidente foi eleito com os votos dos partidos envolvidos no escândalo do "mensalão". Quem agora vai cassar os deputados denunciados? Estão todos salvos. É por isso que o PT não expulsou o Delúbio: o que ele fez de errado? Só foi um dinheirinho não-contabilizado..." José Domingos Frid e Figueiredo (São Paulo, SP) (fz3009200511.txt)

A corrupção, como já se discutiu no capítulo 1, é um traço de identidade associado ao Brasil desde a época colonial. Isso é facilmente comprovável a partir do levantamento lexical do termo **Brasil**, tendo como cotexto **corrupção** (Tabela 3):

Tabela 3: *Corrupção como cotexto de Brasil*

WST Folha 2005 Brasil Corrupção			
N	Concordance	Word No.	%
1	Para expressivos 64,3%, a corrupção no Brasil "vai sempre existir". Só 31,8% ac	50	16
2	corrupção mais negra que a história do Brasil vivenciou, todas as bandeiras em	551	54
3	voltou a ressaltar que a corrupção no Brasil "não é uma coisa nova" e que seu	73	14
4	a Internacional (TI), piorou a nota do Brasil no de Percepção da Corrupção. P	18	6
5	cujos vozes se espalham "de norte a sul do Brasil varonil". A corrupção policial n	232	20
6	o, como sempre, afinal, a corrupção no Brasil não começa com PC Farias. Tudo fi	154	49
7	achava que, como a corrupção reina no Brasil desde o Império, seria fácil con	275	24
8	Imagine-se um ranking da corrupção no Brasil e certamente se encontrariam mui	109	38
9	te no debate a respeito da corrupção no Brasil é a pequena atenção que se costu	308	35
10	ABEIRA UNGER Para além da corrupção O Brasil é hoje um país cheio de energia,	9	2
11	escândalo de corrupção da história do Brasil e desmancham-se diante dos olhos	691	63
12	ugindo de escândalos de corrupção. O Brasil não é original. Segue o padrão la	422	84
13	es de corrupção", num momento em que o Brasil convive com três CPLs e o Planal	105	33
14	realidade nacional. Prova disso é que o Brasil continua liderando o ranking da c	654	70
15	S NO APITO "Nem o futebol escapa". Num Brasil assolado por denúncias de corrupç	9	3
16	IPE "A corrupção é a gripe endêmica do Brasil e, às vezes, há um surto que lev	67	69
17	erno Lula ficará marcado na história do Brasil pelas denúncias de corrupção. Fa	14	2
18	e ao longo de Séculos, não permitiu ao Brasil avançar. A corrupção é um fenô	677	85
19	os os níveis de governo -o que torna o Brasil um país constantemente identifica	183	58
20	ma e corrupção. A podridão a que hoje o Brasil assiste deixa indignada toda a p	493	46
21	corrupção que há tanto tempo assola o Brasil (coluna de Mônica Bergamo, Ilustr	670	66
22	DEMÉTRIO MAGNOLI Até tu, Brutus? "No Brasil, a corrupção é sistêmica". O dia	7	1
23	ão ""Deixem para nós ou destruiremos o Brasil". Essa parece ser a lógica perve	392	37
24	que viram o PT começar a corrupção no Brasil, os pioneiros do esquema dos Cor	68	7
25	ua honestidade pessoal. A corrupção, no Brasil, é sistêmica. Não basta prender	298	35
26	iores casos de corrupção da história do Brasil, como nas privatizações, que nem	179	21
27	tá envolvido em casos de corrupção. No Brasil, a soja gera divisas para uma eli	69	7
28	e bingo, notória fonte de corrupção no Brasil, só sobrevivem graças aos favores	418	40
29	ouco mudou a percepção de corrupção no Brasil, até porque surgiram outros símbo	314	93
30	ma necessidade. Na história recente do Brasil, muitas chances de enfrentar ess	54	7
31	R @ - leitor@uol.com.br Corrupção "No Brasil, a corrupção tem um lado só: o do	8	1
32	be WALDIR PIRES Nunca, na história do Brasil, um governo combateu a corrupção	27	3
33	eiro governo de esquerda na história do Brasil, escândalos de corrupção que env	557	66
34	lquer agrupação?). Em um país como o Brasil, em que a corrupção é assumida co	257	79
35	rrupção, especialmente num país como o Brasil, cuja tradição patrimonialista e	80	10
36	fortemente, como nunca se trabalhou no Brasil, no combate à corrupção". Acho	96	9
37	devemos combater de vez a corrupção no Brasil. No entanto, não permite que se	40	3
38	aior esquema de corrupção conhecido no Brasil. Urucubaca é ser brasileiro!" Si	778	69
39	los em um só: a corrupção sistêmica no Brasil. Em seu epicentro, o PT e persona	140	16
40	mos examinar o fenômeno da corrupção no Brasil. É evidente que ambientes em que	335	53
41	limita oportunidades de crescimento no Brasil. A pergunta que fica no ar é c	537	70
42	xecutivo, o Parlamento e os partidos no Brasil. A corrupção sistêmica, que repr	83	14

Mesmo as ocorrências que manifestam a ideia de que a corrupção não é sistêmica ou de que não deve (mais) ser vista como tal, ainda se reportam à sua existência como algo considerado inerente ao Brasil. Há umas poucas defesas, que colocam a corrupção como fenômeno mundial ou como tônica latinoamericana. De acordo com o trecho que vem ao alto na tabela, 64,3% é o percentual dos que consideram impossível acabar com a corrupção, independente dos esforços que se empreendam para isso.

Ter essa percepção em 2005, quando já se ia constituindo um cenário de crescimento e estabilidade política e econômica, representa uma crise de valores, um problema que pode comprometer o futuro da nação e, sobretudo, a esperança que a havia motivado, em 2002, culminando com a eleição de Lula para a presidência<sup>38</sup>. Na campanha para a Presidência do Brasil, o investimento na palavra **decência** (veja-se slogan da campanha, Figura 19) evocava toda uma indecência sistêmica (como sempre foi percebida a corrupção no Brasil).



**Figura 19: Cartaz da Campanha do PT à Presidência da República, em 2002<sup>39</sup>**

Confrontado durante a campanha por insinuações de que seria nocivo ao país, caso fosse eleito (a propaganda de seu oponente apresentava artistas, personalidades que diziam “eu tenho medo”), Lula respondeu, em sua campanha, com outro slogan: *a esperança vai vencer o medo*. Em seu discurso de posse como Presidente do Brasil, reiterou:

"Mudança"; esta é a palavra chave, esta foi a grande mensagem da sociedade brasileira nas eleições de outubro. A esperança finalmente venceu o medo e a sociedade brasileira decidiu que estava na hora de trilhar novos caminhos. (Discurso

<sup>38</sup> A campanha de Luís Inácio Lula da Silva para a Presidência, em 2002, baseou-se nos slogans “Quero um Brasil decente” e “A esperança vai vencer o medo”.

<sup>39</sup> Imagem disponível em <http://www.sweetmiserly.blogspot.com.br/lula-presidente3.jpg>. Acesso em março de 2010.

de posse de Luís Inácio Lula da Silva como Presidente da República, apud SALLES CUNHA, 2004, p.76)

Em dissertação de mestrado, discutimos aspectos do referido discurso, ao analisarmos o vínculo entre discurso e mudança social, e observamos o seguinte:

O Presidente coloca mudança como palavra-chave. Opõe esperança/medo e nomeia elementos característicos do modelo social e cultural rejeitado através do voto: estagnação, desemprego, fome, cultura do individualismo, desrespeito ao idoso, desalento dos jovens, ameaças à soberania nacional, precariedade da segurança, impasse econômico, social e moral. (SALLES CUNHA, 2004, pág.76)

É em função dessa breve diacronia e da leitura de força para a palavra **mudança**, que analisamos a ocorrência destacada dos substantivos **crise, mundial, futuro, ordem, problema, risco**. Essas palavras, em seus respectivos contextos, recuperam ora a carga semântica de esperança, ora a de medo. No cópuz desta pesquisa, temos um texto do escritor Carlos Heitor Cony, que narra sua participação, ao lado de outros escritores renomados, em um encontro literário ao qual acorreram, principal e maciçamente, jovens. Cony expõe o sentimento daquela juventude, no momento da história brasileira em que os escândalos do mensalão ocorreram, e a traduz na expressão **esperança frustrada**:

Detalhe que, além de lavar a alma, lavou a égua: 99% de jovens, nem todos universitários, simplesmente jovens.

É evidente que não salvamos a pátria nem descobrimos a quadratura do círculo. Falamos de nossas experiências, sobretudo as do movimento de 1964, que vivemos cada qual a nosso modo. E ficamos impressionados com o clima que pintou durante a palestra.

Para quem interessar possa: o governo não está agradando e há decepção causada pelo PT. Não se tratava de um público velho ou de meia idade.

Repito: gente compactamente jovem, na faixa dos 20, 21 anos, sem pretensões a cargos ou verbas, apenas com esperança num Brasil melhor e mais justo socialmente. Esperança que está sendo frustrada [grifo nosso]. (fz0105200505.txt)

A mesma visão aparece em artigo de Hélio Jaguaribe, intitulado “E agora?”, publicado na Folha de São Paulo, segundo o qual os valores tradicionalmente associados ao brasileiro, assim como as projeções que a história de redemocratização construíra para o Brasil, estavam sendo colocados em xeque naquele momento:

O que está em jogo é o colapso de um mito e o naufrágio de uma grande esperança [grifo nosso]. O mito da desvalida retirante do Nordeste, cujo filho infante ajuda a sustentar a família como engraxate em São Paulo. O mito do homem extremamente inteligente e de bom caráter, praticamente sem escolaridade, que consegue, por seu valor pessoal, passar de engraxate a torneiro mecânico, depois a líder de sua

categoria, tornando-se, em seguida, o maior líder sindical do Brasil, logrando, a partir dessa base, fundar e dirigir um grande partido, o PT, o Partido dos Trabalhadores. Esse PT se torna portador da esperança de constituir, democraticamente, pelo voto popular, um grande Brasil, autônomo, moderno, desenvolvido e socialmente justo [grifo nosso].

E agora, quando o mito se desfaz e a esperança soçobra? Agora é preciso combinar um lúcido entendimento dos acontecimentos com uma vigorosa reafirmação de esperança no Brasil [grifo nosso]. [fz2808200508.txt]

A pesquisa em torno da construção “o Brasil é” apresentou resultados amplamente variados, não tendo sido observada a formação de feixes lexicais significativos. Os substantivos e adjetivos que predicam Brasil, nessa construção, apresentam-se diversos em tipo e em valor semântico, não sendo possível falar em franca predominância de um aspecto negativo sobre um positivo ou vice-versa. Vejam-se alguns exemplos, para melhor ilustrar o que se disse, já organizados, segundo seu valor icônico, em positivos, negativos e contraditórios ou ambíguos (apresentados adiante na Figura 20).

Desconsiderados os trechos que apenas contextualizam as expressões grifadas, de modo a não mascarar a comparação do quantitativo de expressões em cada coluna, pode-se afirmar que existe certo equilíbrio entre as ocorrências de palavras e expressões que produzem os tipos de imagem de país veiculados. Há nos trechos o reconhecimento de aspectos negativos, como a existência de tráfico de pessoas, de desmandos, de desigualdade social e de falta de investimento em saúde, mas há também a identificação de aspectos positivos, como a luta contra o tráfico de pessoas, o potencial aquífero e a biodiversidade do país, com seus variados recursos naturais, a relativa estabilidade econômica, a riqueza cultural. Destaque-se, nesse quadro, a mudança de valor atribuído à miscigenação – antes vista como o elemento que projetara uma realidade nefasta para o país, a mistura étnica passa a ser encarada como riqueza, como vantagem<sup>40</sup>. Note-se, igualmente, a confirmação da cordialidade atribuída ao povo, que aparece em seu sentido etimológico, de caráter emocional, vinculada à expressão linguística e poética, através da referência “O Brasil é lírico e de palavras simples como Drummond de Andrade”. Quanto aos aspectos contraditórios, ambíguos ou neutros, observa-se que eles ora apontam os paradoxos do país, ora refletem o tom irônico dos

---

<sup>40</sup> No final do século XIX, a interpretação que se fez das teorias evolucionistas produziu uma depreciação do povo brasileiro em função de seu caráter miscigenado; um século depois, o valor dado pela ciência à biodiversidade parece repercutir positivamente no conceito que se faz do povo brasileiro, passando ele a ter no seu caráter multiétnico uma virtude.

enunciadores e, portanto, apenas disfarçam uma crítica a aspectos negativos. Nessa coluna, vê-se que a percepção cultural do país por vezes contrasta com sua realidade jurídica (país católico/ país laico).

**Figura 20: Quadro de resultados para o Brasil é, em 2005**

<b>Resultados para o Brasil é, no ano de 2005</b>		
<b>Imagem positiva</b>	<b>Imagem contraditória, ambígua ou neutra</b>	<b>Imagem negativa</b>
<p>(...)olhando para o mundo, devíamos nos consolar -o Brasil é <u>uma ilha de pragmatismo num mundo fundamentalista</u>. Temos as virtudes necessárias para discutir a reforma política</p> <p>Na Colômbia vive-se no fio da navalha. Na Argentina, três presidentes foram postos para fora antes de Kirchner.</p> <p>O Brasil é um <u>oásis</u> dentro desse quadro.</p> <p>A verdadeira segurança vem de uma combinação inteligente de várias fontes de energéticos. E, nesse ponto, o Brasil é <u>privilegiado</u>, porque pode utilizar o <u>álcool</u>, o <u>biodiesel</u> e várias outras fontes de <u>biomassa</u>, além da generosa <u>reserva de petróleo</u></p> <p>O Brasil é mesmo <u>um país privilegiado</u>. Só a bacia amazônica tem 16% da <u>água</u> do mundo. Nossas <u>chuvas</u> são <u>generosas</u>.</p> <p>A América espanhola é fantástica como os romances de García Márquez. O Brasil é <u>lírico e de palavras simples</u> como Drummond de Andrade, que reclama baixinho que Itabira é apenas um retrato na</p>	<p>Uma boa resolução de ano novo para o Brasil é tentar eliminar suas <u>mazelas</u> sem abrir mão da <u>democracia estável</u>, com regras fixas. Persistir no <u>modelo atual</u>.</p> <p>Nós, brasileiros, temos plena ciência de que o Brasil é <u>muito maior do que o PT</u>.</p> <p>O Brasil é um país <u>austero</u>. Quem viaja oficialmente e é recebido em outros países pode verificar a <u>modéstia</u> dos nossos palácios</p> <p>O Brasil é um país <u>abençoado</u>. Mas há <u>muitos problemas</u> a resolver para podermos obter o máximo de benefícios em termos de renda</p> <p>"<u>Calma que o Brasil é nosso</u>", foi um das frases que mais ouvi na infância toda vez que alguém reclamava um mínimo de eficiência e de presteza</p> <p>Por mais que ações desse tipo reforcem a percepção de que o Brasil é um país no qual a <u>insegurança jurídica</u> constituiu um obstáculo para o investimento, não é razoável que a Petrobras (...)</p> <p>Em nossa opinião, o Brasil é um país <u>premiado pela natureza</u>, mas que, nos últimos cem anos,</p>	<p>O Brasil é um entre centenas de outros países, inclusive os EUA, que sofrem o ônus do <u>tráfico de pessoas</u></p> <p>O <u>apartheid social</u> segue imutável. Faltam preparo e sofisticação à administração pública.</p> <p>o Brasil é país que se constituiria de <u>elite internacionalizada</u> e de <u>massa miserável</u>.</p> <p>Portugal é um país razoavelmente homogêneo socialmente, como quase todos os da Europa Ocidental. <u>O Brasil é obscenamente desigual</u>.</p> <p>em termos de <u>distribuição de renda</u>, o Brasil é o <u>segundo pior do mundo</u>. Entre 1995 e 2003, a taxa de desemprego no Brasil cresceu de 6,2% para 10%</p> <p>Generalizou-se a consciência que o Brasil é o país de <u>mais alta carga tributária do mundo</u> (no seu nível de renda média)</p> <p>SEMPRE <u>DESIGUAL</u> O tema não é novo, como não são novos seus efeitos nefastos:</p>

<p>parede.</p> <p>"O que nós temos a dizer ao mundo hoje é que o Brasil está limpo. O Brasil é <u>claro</u>. O Brasil é <u>afiado</u>. O Brasil é <u>inteiro</u>".</p> <p>O Brasil é o país da América Latina que mais investe em <u>pesquisa e desenvolvimento</u>.</p> <p>O Brasil é um <u>país multicultural e multirracial</u>. Não há por aqui raça "pura". Hoje, somos todos <u>herdeiros de vários povos</u></p> <p>o Brasil é "<u>uma potência na região</u>" e um <u>líder em ascensão no cenário internacional</u></p> <p>o Brasil é uma <u>notável potência agrícola</u> que ganhou <u>músculos</u> nos últimos muitos anos com diferentes governos.</p> <p>Devido a esses bons fundamentos, o Brasil é hoje <u>bem menos vulnerável</u> e, por estranho que possa parecer, tornou-se uma <u>opção atrativa para aqueles investidores</u></p> <p>O Brasil é o <u>único</u> país que possui <u>água em abundância</u>, <u>grandes extensões de terra</u> e uma <u>boa pesquisa agropecuária</u>.</p> <p>"O Brasil é <u>um país de riqueza natural, étnica e cultural sem igual no planeta</u>. Essa riqueza pode transformar nosso país em exemplo</p> <p>Desde maio deste ano, o Brasil é considerado um <u>exemplo mundial no combate ao trabalho escravo</u>.</p>	<p>se atrasou na corrida para o progresso econômico</p> <p>Ao ler tal resolução, veio-me à memória uma frase de Roberto Campos, fundador do Banco Central: "O Brasil é um país <u>muito estranho</u>, onde os militares querem capitalismo sem lucro, os socialistas, socialismo sem disciplina</p> <p>"O Brasil é o <u>país do Carnaval, do futebol e do caixa dois</u>." Otto Steiner, advogado e ex-diretor jurídico da Febraban</p> <p>E, no sentido em que o crescimento econômico determina a estabilidade da relação dívida/PIB, o Brasil é <u>bem menos vulnerável</u>.</p> <p>O Brasil é um <u>país laico</u>.</p> <p>O Brasil é um <u>país católico</u>.</p>	<p>segundo relatório das Nações Unidas, o Brasil é <u>o oitavo país do mundo em desigualdade social</u>.</p> <p>O Brasil é hoje um <u>país cheio de energia</u>, mas <u>sem governo sério</u> ou <u>estratégia consequente</u>.</p> <p>Primeiramente, é preciso que fique bem claro que o Brasil é um dos países do mundo que têm o <u>menor gasto público em saúde per capita</u>.</p> <p>Ninguém ignora que o Brasil é um dos países mais <u>assimétricos</u> do mundo não só no que tange à distribuição de renda entre as diversas camadas</p> <p>o Brasil é um país que foi muito <u>explorado</u> e que não são novidade as tentativas de camuflar a <u>exploração estrangeira</u> em nosso</p> <p>agora é sabedoria pop que o Brasil está entre a meia dúzia de países de <u>maior difusão do assassinato</u>. O Brasil é <u>excepcional</u> de fato, está na estatística: estamos na <u>divisão de elite de vários horrores essenciais</u>.</p> <p>"O Brasil é um país <u>curioso</u>. Quando a polícia invade uma boutique chique, empresários e advogados fazem manifestos</p> <p>Nesse comércio, o Brasil é <u>pólo exportador [de mulheres]</u>, obedecendo à regra de que as pessoas são levadas das regiões pobres para as ricas.</p> <p>O Brasil é definitivamente <u>uma ópera-bufa</u>.</p>
--	--	--

		Profundamente <u>ridículo</u> . Entretanto, <u>subdesenvolvido</u> , é <u>vítima</u> frequente do fundamentalismo importado.
--	--	---

Conclui-se, da análise dos feixes em contraponto aos quadros de colocados mais frequentes com **Brasil** (e variações) e das tabelas de concordância, que a imagem do país não é, em 2005, tão positiva quanto se poderia imaginar, à primeira vista dos dados, mas também não é tão negativa quanto já havia sido. Além disso, os elementos componenciais da imagem positiva já não são, exclusivamente, a natureza, o carnaval, o futebol – também participam do cenário positivo a relativa estabilidade econômica, as ações afirmativas do país contra o tráfico e o preconceito, bem como a democracia. O Brasil é apontado como exemplo positivo (e não predominantemente negativo) em áreas de atuação como a agricultura e a pesquisa agropecuária. A miscigenação apresenta-se como um traço positivo, de riqueza étnico-cultural. Permanecem, contudo, críticas quanto à violência, a corrupção, os desmandos, a desigualdade e a visão do país como um paradoxo, em vários campos.

Tal quadro sugere uma sutil mudança no perfil identitário nacional, relativamente ao que se havia construído, ao longo da história, até o final do Século XX.

#### 4.1.2 Brasileiro, em 2005

Passando à análise dos colocados com **brasileiro**, encontramos ocorrências em que a palavra é substantivo e outras em que é adjetivo. Estas últimas são mais numerosas, o que se pode comprovar no quadro de colocados com **o brasileiro** – construção em que a palavra de busca é necessariamente substantiva -, que retorna apenas **melhor** e **Brasil** (Figura 21) como colocados frequentes, após a filtragem dos dados e a redução aos vocábulos icônicos, substantivos e adjetivos. Nesse caso, a busca pelos textos originais demonstrou, em grande parte, a reiterada presença da frase **o melhor do Brasil é o brasileiro** – comprovável também por ser equivalente o número de ocorrências das palavras, bem como por seu posicionamento na frase, à esquerda de **brasileiro**, de forma coincidente com os

lugares de cada uma na expressão – o (L5) **melhor** (L4, 6 ocorrências) do (L3) **Brasil** (L2, 7 ocorrências na posição) é (L1) **o brasileiro** (centre/centro).

N	Word	With	elation	Total	tal Left	al Right	L5	L4	L3	L2	L1	Centre	R1	R2	R3	R4	R5
1	O BRASILEIRO	o brasileiro*	0,000	84	0	0	0	0	0	0	0	84	0	0	0	0	0
2	MELHOR	o brasileiro*	0,000	10	8	2	0	6	2	0	0	0	0	0	2	0	0
3	BRASIL	o brasileiro*	0,000	10	9	1	1	1	0	7	0	0	0	0	0	0	1

Figura 21: Colocados com *o brasileiro* – 2005

Aplicado a *o brasileiro*, o concordanciador revelou a ocorrência frequente de alguns vocábulos como cotextos desse sintagma, a saber: **chorão** (“O brasileiro é um povo chorão”), **barbárie** [no trânsito] (“No trânsito, o brasileiro revela toda a sua barbárie, produzindo 40 mil mortos por ano”), **lutador e árduo defensor de seus direitos** (“Li artigo na Folha no qual o autor dizia que o brasileiro só se manifesta contra os desmandos políticos através de e-mails ou nos botequins -o que não deixa de ser verdade. Mas isso não quer dizer que o brasileiro não seja um povo lutador e árduo defensor de seus direitos”), **[tachado de] alienado** (“Fico chocado ao constatar que, se o brasileiro não se interessa por assuntos importantes, é tachado de alienado”), **cordial** (“Afinal, é o brasileiro cordial.”).

A maior parte das ocorrências ressalta um aspecto positivo do brasileiro ou rechaça aspectos negativos tradicionalmente apostos a este, como *alienado* e *passivo*. A imagem do homem cordial é reforçada e apenas contradita pela referência ao comportamento bárbaro do brasileiro no trânsito. O adjetivo **chorão**, de valor semântico inicialmente negativo, é modalizado pelo contexto, em que tal característica é justificada, por ser o povo diariamente **massacrado** – de modo que **chorão** passa a assumir um sentido aproximado de **sofrido**, que, apesar de assinalar uma situação negativa, legitima a reação emocional e coloca o povo como vitimado, ativando associações com a noção de justiça/injustiça, o que altera o valor semântico da palavra.

A busca por feixes lexicais acrescenta a ocorrência discreta da palavra **capacidade** ao lado de **brasileiro** (Figura 22), com valor positivo e em relação antitética com **crise ético-política**, como se vê no quadro a seguir:

Feixe lexical <i>capacidade do brasileiro: iconicidade positiva</i>	
<p><b>Capacidade do brasileiro...</b> <i>(aspectos positivos associados ao brasileiro, como contraponto à crise)</i></p>	De um lado, a grande crise ético-política que o país atravessa. Do outro, a capacidade do brasileiro <b>de desenvolver progresso</b> e o incentivo ao desenvolvimento das ciências, letras e artes!
	<b>...de se indignar com os defeitos alheios</b>
	Foi a noite da auto-estima, da confiança <b>na capacidade dos brasileiros, da crença nos padrões morais e éticos.</b>

**Figura 22: Feixe lexical *capacidade do brasileiro***

O fato de se associarem a **brasileiro** substantivos e adjetivos de valor positivo, como **progresso, crença, padrões morais, éticos** está atrelado a um discurso político de valorização do brasileiro frente à crise, já que as ocorrências destacadas no quadro, em seus textos comprovativos, remontam a um mesmo evento, engajado no movimento ‘ O melhor do Brasil’ – a entrega do dos Prêmios Fundação Bunge 2005, com a presença do então governador de São Paulo, Geraldo Alckmin:

Foram entregues pelo governador Geraldo Alckmin os Prêmios Fundação Bunge 2005, ano em que o antigo Prêmio Moinho Santista comemorou meio século de existência.

Uma das mais importantes premiações de incentivo à produção intelectual do país oferecida pela iniciativa privada, o prêmio, ao longo desses 50 anos, homenageou 96 cidadãos que expandiram as fronteiras da produção intelectual e científica brasileira e, incentivando o futuro, reverenciou o talento de 47 jovens. Foi a noite da auto-estima, da confiança na capacidade dos brasileiros, da crença nos padrões morais e éticos.

(...)

Em dois momentos subsequentes nossas mentes sentiram a noite dos contrastes. De um lado, a grande crise ético-política que o país atravessa. Do outro, a capacidade do brasileiro de desenvolver progresso e o incentivo ao desenvolvimento das ciências, letras e artes! [fz2005^^.txt]

Assim, deve-se ler com cuidado a positiva **capacidade**: se ela é uma virtude, vem, em 2005, acompanhada pela **crise** e por todo o seu ônus (apesar da ocorrência rara desse binômio).

A análise do quadro de colocados com a palavra **brasileiro** (Figura 23), agora vista tanto em suas ocorrências substantivas quanto nas adjetivas, apresenta resultados compatíveis com uma leitura política do brasileiro, naquele momento.

N	Word	With	elation	Total	tal Left	al Right	L5	L4	L3	L2	L1	Centre	R1	R2	R3	R4	R5
1	BRASILEIRO	Brasileiro*	0,000	1.154	3	6	2	0	1	0	0	1.145	0	0	1	1	4
2	BRASILEIROS	Brasileiro*	0,000	795	4	1	2	1	0	1	0	790	0	1	0	0	0
3	POVO	Brasileiro*	0,000	151	146	5	1	1	1	0	143	0	0	1	1	3	0
4	GOVERNO	Brasileiro*	0,000	115	104	11	6	6	3	1	88	0	1	1	3	4	2
5	ESTADO	Brasileiro*	0,000	74	68	6	3	1	0	0	64	0	0	0	2	0	4
6	SISTEMA	Brasileiro*	0,000	55	52	3	2	0	5	42	3	0	0	0	1	1	1
7	POLÍTICO	Brasileiro*	0,000	52	47	5	0	1	1	6	39	0	0	1	2	1	1
8	BRASIL	Brasileiro*	0,000	33	24	9	6	4	11	2	1	0	0	0	0	2	7
9	PRESIDENTE	Brasileiro*	0,000	32	24	8	4	3	6	1	10	0	0	1	2	2	3
10	MERCADO	Brasileiro*	0,000	25	21	4	2	0	7	5	7	0	0	2	0	1	1
11	MAIORIA	Brasileiro*	0,000	25	22	3	0	1	3	18	0	0	0	1	1	1	0
12	CIDADÃOS	Brasileiro*	0,000	24	22	2	0	0	0	0	22	0	0	1	0	0	1
13	VIDA	Brasileiro*	0,000	23	20	3	1	6	5	8	0	0	0	0	0	0	3
14	POLÍTICOS	Brasileiro*	0,000	22	15	7	0	1	0	0	14	0	0	1	1	2	3
15	CASO	Brasileiro*	0,000	22	21	1	0	1	4	2	14	0	0	0	0	1	0
16	PÚBLICO	Brasileiro*	0,000	21	18	3	1	1	1	0	15	0	0	0	1	0	2
17	CIDADÃO	Brasileiro*	0,000	20	20	0	0	0	0	0	20	0	0	0	0	0	0
18	MELHOR	Brasileiro*	0,000	20	16	4	10	4	2	0	0	0	1	0	3	0	0
19	LULA	Brasileiro*	0,000	20	10	10	4	3	2	0	1	0	1	1	3	3	2
20	GRANDE	Brasileiro*	0,000	19	15	4	2	7	3	2	1	0	0	1	1	1	1
21	FUTEBOL	Brasileiro*	0,000	19	14	5	1	0	0	1	12	0	0	3	0	1	1
22	PARTE	Brasileiro*	0,000	18	15	3	3	4	7	1	0	0	0	0	0	2	1
23	PAÍS	Brasileiro*	0,000	18	6	12	2	2	2	0	0	0	0	0	3	3	6
24	ELE	Brasileiro*	0,000	17	3	14	3	0	0	0	0	0	0	4	7	2	1
25	QUASE	Brasileiro*	0,000	17	4	13	1	1	2	0	0	0	1	3	3	3	3
26	POLÍTICA	Brasileiro*	0,000	16	8	8	2	0	5	1	0	0	0	2	2	3	1
27	EXEMPLO	Brasileiro*	0,000	16	8	8	1	3	3	0	1	0	0	0	3	2	3
28	PROBLEMAS	Brasileiro*	0,000	16	12	4	1	0	0	2	9	0	0	0	1	1	2
29	SOCIAL	Brasileiro*	0,000	15	10	5	2	3	2	1	2	0	0	1	0	0	4
30	CENTRO	Brasileiro*	0,000	15	15	0	0	0	1	1	13	0	0	0	0	0	0
31	SETOR	Brasileiro*	0,000	15	14	1	0	1	0	13	0	0	0	0	0	0	1

**Figura 23: Colocados com *brasileiro* e flexões - 2005**

Colocam-se com a palavra de busca, em suas flexões possíveis, as palavras **povo, governo, estado, sistema, político(s), Brasil, presidente, mercado, maioria, cidadão/cidadãos, vida, caso, público, melhor, Lula**. O **futebol**, tradicional signo do Brasil e, por conseguinte, do brasileiro, aparece em 21º lugar. Fica claro que os discursos, naquele momento, tematizavam prioritariamente a conjuntura política. Considerando que, na maior parte desses casos, **brasileiro** era

adjetivo, pode-se entender que a substância para a qual convergiam os discursos era exatamente a face institucional do país – o **governo**, o **estado**, o **sistema**, os **cidadãos**, o **presidente Lula** -, marcada pelos **problemas** (28ª posição) na **política**, no espaço **público**. Interessante a falta de significância quanto a número de ocorrências da palavra **crise** (palavra que, importa recordar, colocava-se com **Brasil** naquele mesmo momento). Excetuando os casos em que vem associada ao substantivo **brasileiro** (e contrastando com sua capacidade), não são encontrados casos expressivos da expressão **crise brasileira**, o que pode sugerir uma resistência a especificar e identificar um elemento de cunho tão negativo, que a sociedade da época gostaria de não viver, como algo **brasileiro**, o que geraria um vínculo maior entre as expressões do que na construção **crise no Brasil**, por exemplo.

Nos contextos em que se nomeia genericamente o povo, foi identificado o uso preferencial de **o brasileiro**, contrastando com o uso mais discreto de **os brasileiros**. A construção **os brasileiros são** apresentou, como resultado de busca, um quadro bastante reduzido, do qual selecionamos duas ocorrências:

Os brasileiros são **diferentes**. Possuem uma **paciência infinita** e um **espírito de resignação invejável**. [fz0083~1.txt] [grifos nossos]

O PT, nas pessoas de José Genoino e de José Dirceu, **pensa** que todos os **brasileiros são idiotas** quando bradam que a aliança política do governo é programática, tem objetivos e que, com isso, [...] [fz7309~6.txt] [grifos nossos]

A construção ‘**pensa que**’ inverte o sentido de ‘**são idiotas**’, deixando implícito que o adjetivo **idiotas** não se aplica aos brasileiros.

## 4.2 Brasil brasileiro no **cópus geral**

A separação feita para analisar os dados, neste capítulo, focalizou especificamente o ano de 2005, num primeiro momento, para, então, apreciar panoramicamente todo o período demarcado pela pesquisa. Tal escolha pretendeu produzir dados comparativos numa sutil diacronia – ou, pelo menos, ensejar o seu aparecimento. Seguindo o caminho escolhido para analisar 2005, faremos a mesma divisão.

#### 4.2.1 Brasil, de 2005 a 2010

O Concordanciador do WST, aplicado a **Brasil**, resultou em quadro de concordâncias difuso. A busca por feixes lexicais também não foi esclarecedora. Os colocados, entretanto, demonstraram variações e conjuntos representativos dos valores em circulação.

O quadro de colocados que se apresenta a seguir, já em cotejo com o quadro de colocados em 2005, seguido de tabela informativa da movimentação dos itens de 2005 para 2010 (Tabela 4). A referência entre parênteses após o colocado, no quadro intitulado Movimentação dos Itens, indica a posição que cada palavra ocupava no quadro, em 2005, e a posição ocupada por elas em 2010, seguindo o nexo *posição em 2005 > posição em 2010*. Destacaram-se, apenas, as movimentações significativas, ou seja, de amplitude superior a duas posições. Itens assinalados com asterisco (\*) representam palavras que estavam ausentes do contexto 2005 e agora aparecem.

**Tabela 4: Quadro comparativo dos colocados com *Brasil*, 2005-2010**

2005		2005-2010		Movimentação de Itens	
N	Word	N	Word	N	Palavra/movimentação
1	BRASIL	1	BRASIL	1.	BRASIL
2	PAÍS	2	PAÍS	2.	PAÍS
3	PAÍSES	3	PAÍSES	3.	PAÍSES
4	MUNDO	4	MUNDO	4.	MUNDO
5	LULA	5	ANOS	5.	ANOS
6	ANOS	6	LULA	6.	LULA
7	POLÍTICA	7	PRESIDENTE	7.	PRESIDENTE (11 > 7)
8	GOVERNO	8	MAIOR	8.	MAIOR
9	MAIOR	9	POLÍTICA	9.	POLÍTICA
10	ARGENTINA	10	ARGENTINA	10.	ARGENTINA
11	PRESIDENTE	11	GRANDE	11.	GRANDE (18>11)
12	MELHOR	12	EUA	12.	EUA (25>12)
13	HISTÓRIA	13	GOVERNO	13.	GOVERNO (8>13)
14	DESENVOLVIMENTO	14	HISTÓRIA	14.	HISTÓRIA
15	NACIONAL	15	CHINA	15.	CHINA (*)
16	PT	16	MELHOR	16.	MELHOR
17	CASO	17	CASO	17.	CASO
18	GRANDE	18	DESENVOLVIMENTO	18.	DESENVOLVIMENTO (14>18)
19	CRESCIMENTO	19	VEZ	19.	VEZ (23>19)
20	SOCIAL	20	ANO	20.	ANO (*)
21	CORRUPÇÃO	21	CRESCIMENTO	21.	CRESCIMENTO
22	DEMOCRACIA	22	ORDEM	22.	ORDEM (*)
23	VEZ	23	ÍNDIA	23.	ÍNDIA (*)
24	FUTURO	24	INTERNACIONAL	24.	INTERNACIONAL (29>24)
25	EUA	25	CRISE	25.	CRISE (*)
26	JUROS	26	MUNDIAL	26.	MUNDIAL (30>22)
27	BRASILEIRO	27	ADVOGADOS	27.	ADVOGADOS (*)
28	PROBLEMA	28	PARTE	28.	PARTE(*)
29	INTERNACIONAL	29	NACIONAL	29.	NACIONAL (15>28)
30	MUNDIAL	30	FATO	30.	FATO (*)

A observação simples pode reconhecer no conjunto dos dez colocados mais frequentes em 2010, de modo geral, os mesmos itens que ali estavam em 2005, exceção feita aos itens **presidente** e **grande**, que permutaram posições, este descendo, aquele subindo. Esse quadro não surpreende, considerando-se que, no recorte de cinco anos eleito para a pesquisa, as transformações por tenha passado o país não foram radicais. Contudo, interessa discutir a permuta de posições entre **presidente** e **grande**, ao lado da manutenção da palavra **Lula** entre os dez colocados mais frequentes, bem como a movimentação dos itens destacados em preto.

Faremos uma análise, primeiramente, do conjunto de itens **presidente, governo, Lula, EUA, crescimento, desenvolvimento, crise**.

As pesquisas de opinião, como já foi mencionado, registram índices de popularidade para o Presidente Lula que resistiram, com pouca amplitude de oscilações, às crises internas mais graves. Em 2005, o governo estava no centro das discussões, porque a crise do Mensalão envolvia personagens de diferentes escalões governamentais e o **Presidente**, alegadamente, “não sabia de nada” – natural, portanto, que **governo** aparecesse mais que **Presidente** e menos que **Lula** (quem estava em alta era **Lula**, não exatamente o **Presidente**; este, ocupava, em 2005, lugar de relativa neutralidade, pois era figura da qual se esperava a justiça, envolta que estava, ainda, na aura de investimentos emocionais e de valores advindos da eleição, desfrutando da confiança da população em geral).

Em 2010, o quadro está alterado: observa-se um crescimento das referências ao **Presidente**, a manutenção das referências a **Lula** e um decréscimo das relativas ao **governo**. Nesse lapso entre 2005 e 2010, significativas mudanças ocorrem no cenário internacional e na realidade econômica do Brasil, interna e externamente. Vejamos alguns destaques dos acontecimentos definidores de novos contextos/conceitos:

- a) A declaração de autossuficiência do **Brasil** em produção de petróleo (2006) e a descoberta da camada pré-sal (2009) funcionam como indicadores de independência e estabilidade econômica<sup>41</sup> e colaboram para reformular a imagem do país internacionalmente;

---

<sup>41</sup>“Na época o presidente afirmou que a conquista da autossuficiência em petróleo significava ‘independência’ e ‘estabilidade’ para a economia brasileira. Passados três anos, o discurso foi reforçado pela descoberta das

- b) A eleição de Barack Obama, primeiro presidente negro dos Estados Unidos (2008), que repercutiu positivamente no mundo e culminou, em outubro de 2009, com sua indicação para o prêmio Nobel da Paz;
- c) A crise econômica mundial de 2008<sup>42</sup>, que funcionou para a maior parte dos países como uma onda do tipo ‘tsunami’, mas no Brasil representou apenas uma “marolinha”<sup>43</sup>, nos dizeres do Presidente Lula, reposicionou o país no cenário internacional. Na reunião do G20, em abril de 2009, Obama afirmou ser Lula o presidente de longo mandato mais popular do planeta<sup>44</sup>;
- d) As crises com a Bolívia e a Venezuela (gás), que exigiram do país um posicionamento político-ideológico na condução dos problemas, frente a seus parceiros sulamericanos e que representaram ‘baques’ para sua diplomacia e geraram críticas internas e acusações de conduta subserviente a esses países;
- e) crise do Mensalão do DEM, que revelou serem os procedimentos de corrupção e prevaricação política comuns também a partidos que haviam criticado o do presidente;
- f) A atuação do Brasil no Haiti, como principal força de paz, em colaboração com a ONU, projeta imagem de capacidade mediadora do país e representa um valor positivo agregado às suas forças militares, perante o mundo. Na mesma esteira, ocorre a mediação do conflito em Honduras, feita pelo Brasil – neste caso, agregando valores à diplomacia brasileira.

---

reservas na camada do pré-sal” . Notícia do Portal Conecval, disponível em [http://www.conecval.com.br/portal/index.php?option=com\\_content&view=article&id=64:brasil-recupera-autossuficiencia-em-petroleo&catid=17:noticias&Itemid=15](http://www.conecval.com.br/portal/index.php?option=com_content&view=article&id=64:brasil-recupera-autossuficiencia-em-petroleo&catid=17:noticias&Itemid=15).

<sup>42</sup> “A crise econômica de 2008-2009 é um desdobramento da crise financeirainternacional, precipitada pela falência do tradicional banco de investimento estadunidense Lehman Brothers, fundado em 1850. Em efeito dominó, outras grandes instituições financeirasquebraram, no processo também conhecido como ‘crise dos subprimes’ “. (In: Wikipedia, disponível em [http://pt.wikipedia.org/wiki/Crise\\_econômica\\_de\\_2008-2009](http://pt.wikipedia.org/wiki/Crise_econômica_de_2008-2009))

<sup>43</sup>Essa expressão usada por Lula foi alvo de críticas internas e externas durante algum tempo, mas foi aplaudida, tempos depois, pelo Primeiro-Ministro da Bélgica, em discurso quando da visita do brasileiro a seu país. O belga citou a “minúscula onda” ao parabenizar o Brasil pela condução de sua economia durante a crise. (Ver, entre outros, site do jornal *O Estado de São Paulo* <http://www.estadao.com.br/noticias/economia,belga-cita-marolinha-e-elogia-lula-em-conduzir-crise,445789,0.htm>).

<sup>44</sup> No encontro do G20 em Londres, Inglaterra, no ano de 2009, quando os Chefes de Estado dos países emergentes e desenvolvidos se encontravam para traçar estratégias quanto à crise econômica que afetava o mundo, Barack Obama disse sobre Lula: “This is my man, right here, I love this guy”, o que a BBC traduziu como “Esse é o cara”. Para finalizar, Obama acrescentou: “É o político mais popular da Terra” e justificou, dizendo que Lula é “boa pinta” (good looking).

Neste ponto das considerações desta pesquisa, cabe um esclarecimento sobre os dados analisados e sua contextualização. Não é nossa intenção fazer um exaustivo levantamento histórico, ao contrário, apenas tencionamos listar aqueles acontecimentos lembrados pelo senso comum, com vistas a melhor compreender o valor atribuído às palavras em destaque. Não se trata, tampouco, de compor cenário elogioso à figura do Presidente Lula – apenas não se pode deixar de observar, frente aos dados de pesquisa balizados pelo contexto histórico, que sua imagem foi fortalecida internacionalmente e que isso repercutiu nos discursos circulantes, alterando positivamente a iconicidade relativa a **Presidente Lula** e **Brasil**, em primeira instância, e a **brasileiro**, em segunda instância. Um ícone, por definição, não é o objeto, mas aquilo que fica no lugar dele. Assim, o que está sob análise não é quão bom ou quão ruim tenha sido o governo Lula para o Brasil e os brasileiros, mas as representações construídas por/sobre o governo do Presidente Lula que afetem os conceitos relativos aos *termos* de busca, **Brasil** (em foco nesta parte) e **brasileiro**. Conquanto o imaginário nacional nem sempre tenha reagido sem reservas à alegação de que Lula “é o cara” (ver Figuras 24 e 25) - manifestando, nisso, a presença forte dos conteúdos semânticos de **massacrado, vítima, subdesenvolvido, explorado**, historicamente associados ao país –, a imagem de Lula como Presidente é metonímia do país, portanto o que a atinge o faz também ao Brasil. Quando Lula, o “filho do Brasil”<sup>45</sup>, é posicionado, na fotografia dos Chefes de Estado presentes à reunião do G20 (ver Figura 26), ao lado da Rainha Elizabeth, é o Brasil que está entrando no Primeiro Mundo, sendo “o cara” e saindo bem na foto.



**Figura 24: Charge de Lute sobre Lula e Obama**

Imagem disponível em <http://blog.tiago.art.br/wp-content/uploads/2009/04/o-cara1.jpg>

<sup>45</sup> O ano de 2009 viu também o lançamento - elogiado e criticado a um só tempo pelos diferentes segmentos sociais - de um filme e um livro sobre a vida de Lula: “Lula, filho do Brasil”, filme de Fábio Barreto; “A história de Lula, o filho do Brasil”, de Denise Paraná (Ed. Objetiva); “Lula do Brasil – A história real, do Nordeste ao Planalto” (Geração Editorial) é a edição brasileira de “Lula of Brazil – a history so far”, do inglês Richard Bourne.



**Figura 25: Charge de Mangabeira sobre Lula no G20**

Imagem disponível em [http://blogdomangabeira.zip.net/arch2009-03-29\\_2009-04-04.html](http://blogdomangabeira.zip.net/arch2009-03-29_2009-04-04.html)



**Figura 26: Chefes de Estado da reunião do G20, em 2009, na Inglaterra**

Quanto aos itens **crescimento**, **desenvolvimento**, **crise**, **internacional** estão naturalmente justificados pelo contexto de crise mundial e todos os questionamentos e temores subsequentes quanto às possibilidades de **crescimento** e **desenvolvimento** do Brasil, ampliando, na verdade, uma discussão que já se colocava anteriormente à crise, na mídia, em função de o crescimento do país vir sendo inferior ao de outros países, inclusive ao da Argentina. A camada do pré-sal,

por sua vez, favoreceu contextos em que **desenvolvimento** surge com expectativa positiva.

Voltando aos destaques dos colocados, observa-se que a palavra **grande** surge em contextos variados, sem representar especificamente uma qualificação de **Brasil**, mas a persistência do termo como recurso semântico de magnificação é digna de nota. Cumpre registrar que a maior parte das ocorrências não se relacionava a elementos negativos.

Examinemos, agora, os termos que surgem entre os colocados em 2010, marcados com asterisco. Fato, parte, advogados, ordem sugerem um ambiente de discussões contratuais, jurídicas, naturais, se considerarmos a sequência de escândalos observada entre 2005 e 2010 e suas inerentes batalhas judiciais. Discussões acerca do papel do Congresso, do Judiciário, da Polícia embalam o período. O mercado externo também responde por parte dessas ocorrências e, sobretudo, pelo surgimento entre os colocados dos itens **Índia** e **China**. Em 2004, Brasil, Rússia, Índia e China haviam sido apontados como “potências do futuro” pelos líderes políticos e empresários reunidos no Fórum Econômico Mundial de Davos, Suíça. Veja-se fragmento extraído do corpúsculo, a respeito: “Desde que a Goldman Sachs inventou a sigla BRIC ( de Brasil, Rússia, Índia e China, países que estariam destinados a emergir até a próxima década), as comparações pesam como uma maldição”[fz2602200703.txt].

Na edição 2010 do mesmo Fórum, Índia e China confirmavam expectativas, aquela como revelação, esta como potência reconhecida. Por isso, a inclusão desses substantivos entre os colocados com Brasil se explica e sinaliza o atual momento do país e os horizontes de crescimento e de parcerias a desenvolver. É de se esperar que, numa pesquisa de colocados a ser feita futuramente, apareçam também substantivos como África do Sul e México, uma vez que estes países compõem, mais recentemente, com Brasil, Índia e China, o chamado G8+5 (os oito países mais desenvolvidos acrescidos dos cinco mencionados).

O quadro comparativo que vimos analisando listou apenas os trinta colocados mais frequentes. Dos itens seguintes, interesse registrar que estado, educação, futuro, problema, exemplo seriam os cinco seguintes e que corrupção, antes em 21º lugar, passa a ocupar a 67ª. posição entre os colocados. Não se pode concluir, dessa última movimentação, que os casos de corrupção tenham-se reduzido, mas é possível afirmar que eles deixaram de ser o foco dos discursos. A imagem do Brasil

não vem, pelo que se observa dos dados, vinculada à **corrupção** ou ao **jeitinho**, quando se tomam os textos do corpùs para todo o quinquênio examinado. Nesse recorte, sobressaem os itens relacionados ao **Brasil** institucional (campo lexical de governo) e ao **Brasil** em suas relações político-econômicas internacionais. Por outro lado, a **educação**, o **social** (que deixou a lista), o **futuro** também não estão na convergência dos discursos. Talvez porque ainda haja muito **problema** a resolver, talvez porque o **exemplo** que o país tem dado no contexto de crise econômica tenha deslumbrado a sociedade, desviando seu olhar para outra direção. As representações estão em constante construção.

#### 4.2.2 A busca em torno de **brasileiro** e variações

A aplicação do concordanciador ao termo **brasileiro** produziu resultados em que o termo aparece como substantivo e como adjetivo. Excluídas as denominações de institutos, associações e empresas, em que **brasileiro** não apresenta um potencial icônico muito significativo, resultaram casos bastante difusos, o que determinou a necessidade de buscar os feixes lexicais para apurar a iconicidade.

Nesse novo contexto, em feixes de 5 a 6 vocábulos, com frequência mínima de 3 ocorrências, encontraram-se os resultados que se vêm na Tabela 5, recortados por frequência, com 4 a 9 ocorrências, descartadas as repetições.

Destacaram-se algumas das ocorrências – basicamente, por comprovarem traços historicamente associados ao brasileiro ou, ao contrário, por representarem fugas ao padrão. Observe-se que as ocorrências de **brasileiro** nos feixes lexicais são majoritariamente de caráter adjetivo.

**Tabela 5: Feixes lexicais para **brasileiro**, de 2005 a 2010**

PENTAGRAMAS PARA <b>BRASILEIRO</b> , POR FREQUÊNCIA		
No.	Feixes	Freq.
1	DE QUE O GOVERNO BRASILEIRO	9
	DE QUE O POVO BRASILEIRO	9
	<b>DO BRASIL É O BRASILEIRO</b>	<b>9</b>
2	A TODO O POVO BRASILEIRO	7
	QUE O GOVERNO BRASILEIRO NÃO	7
3	A MAIORIA DO POVO BRASILEIRO	6
	QUE O POVO BRASILEIRO NÃO	6
4	DE QUE O ESTADO BRASILEIRO	5
	<b>O CRESCIMENTO DO PIB BRASILEIRO</b>	<b>5</b>

	PARA O POVO BRASILEIRO E	5
5	CARÁTER LAICO DO ESTADO BRASILEIRO	4
	COM O FAMOSO JEITINHO BRASILEIRO	4
	CONTROLE DO ESPAÇO AÉREO BRASILEIRO	4
	DESEMPENHO DO COMÉRCIO EXTERIOR BRASILEIRO	4
	DO COMITÊ OLÍMPICO BRASILEIRO RIO	4
	DOS INTERESSES DO POVO BRASILEIRO	4
	FEDERAL E O TEATRO BRASILEIRO	4
	O MERCADO DE CAPITALS BRASILEIRO	4
	PARA QUE O POVO BRASILEIRO	4
	QUE O ESTADO BRASILEIRO NÃO	4
	QUE O GOVERNO BRASILEIRO TEM	4
	QUE O POVO BRASILEIRO É	4

Os feixes lexicais que reiteram o padrão são **caráter laico do estado brasileiro** e **famoso jeitinho brasileiro**, por representarem, respectivamente, uma reafirmação do que estabelece o texto constitucional, ao identificar o perfil do país, e, no caso do segundo feixe, o tradicional traço de malandragem associado ao brasileiro, característica que é eufemisticamente denominada ‘jeitinho’ e que assinala, justamente, a criatividade do brasileiro frente a situações de dificuldade, muitas vezes chegando a subverter a ordem, ignorando a legalidade.

Em estudo sobre a força dos clichês na construção da brasilidade, Ferreira (2003) examina três deles: “Todo brasileiro gosta de levar vantagem em tudo”, “Deus é brasileiro” e “famoso jeitinho brasileiro”. Os dois primeiros não apareceram significativamente no corpúsculo desta pesquisa, motivo pelo qual sequer são listados entre os feixes lexicais e também não têm seus termos entre os colocados, ao contrário do último clichê. Sobre este, diz a pesquisadora que seu valor semântico não é tão negativo quanto o associado à ‘lei da vantagem’<sup>46</sup>:

Anos atrás, o "Canhotinha de Ouro" da seleção brasileira de 1970 ficou mais famoso quando disse a inesquecível frase que originou a "Lei do Gerson". Quem não se lembra da ideia principal da propaganda que incentivava ao público em geral a levar vantagem em tudo? O brasileiro, até em jogo de palitinho, quer levar vantagem. Logicamente, neste momento, gostaria de enfatizar que ainda existem muitos brasileiros honestos e íntegros, Graças a Deus! [756471044.txt]

Haveria, inclusive, uma adesão maior da sociedade ao conteúdo do clichê “**jeitinho brasileiro**”, uma certa simpatia, como se o **jeitinho**, legal ou não, funcionasse “como um mecanismo compensatório para o brasileiro, frente a tanta

<sup>46</sup> Forma pela qual se tornou conhecida a filosofia, atribuída ao brasileiro, de querer levar vantagem em tudo. Também chamada de ‘Lei de Gerson’, numa alusão ao jogador-garoto propaganda que, por dar voz ao texto do comercial de cigarro que anunciava aquela filosofia, foi rotulado negativamente.

adversidade. Afinal, não se pode esquecer que Deus é brasileiro, donde o prêmio de consolação” (FERREIRA, 2003, p.77). A própria presença do diminutivo atenuaria os valores negativos embutidos no clichê, embaçando a divisa entre o moral e o imoral, instalando a expressão e seu conteúdo no paradoxo social tão típico da identidade brasileira, a ponto de se tornar referência de difícil tradução:

A palavra jeitinho parece mobilizar sentidos que atravessam a tênue linha da moralidade, da ética, que se confunde com esperteza, malandragem, ou pode ainda percorrer caminhos mais obscuros numa escala de degradação.

[...] Do ponto de vista da língua é possível igualmente registrar um comportamento singular, corroborando a especificidade do clichê. O famoso “jeitinho” brasileiro encontra dificuldade ou então manifesta resistência ao ser transposto para outra língua natural. (FERREIRA, 2003, p.77)

Destoam do padrão os feixes ***crescimento do PIB brasileiro, [o melhor] do Brasil é o brasileiro, [o governo] federal e o teatro brasileiro***, por sinalizarem aspectos positivos, como se sustenta a seguir.

O PIB brasileiro sempre esteve em patamares que não recomendavam o país como lugar de qualidade, nem para se viver, nem no qual se investir. Ao ressaltar o ***crescimento do PIB***, o feixe aponta numa direção que desmente a tradição e instala um novo conceito acerca do desenvolvimento do país, colocando-o em um patamar de investimento.

O feixe que coloca o brasileiro como ***o melhor do Brasil*** - única ocorrência da palavra de busca como substantivo -, conquanto resulte de uma impregnação feita por via publicitária, subverte o quadro tradicional, segundo o qual a natureza do país era pródiga, mas o povo não. Ao colocar-se o brasileiro como o que há de melhor no país, está-se deslocando o humano para um nível acima da natureza local e inaugurando um novo autoconceito para o povo. Essa era a intenção da campanha, que assim é justificada no *site* da ABA:

Desenvolvida voluntariamente pela Lew, Lara, agência que atende a conta institucional da ABA, e com o apoio da SECOM (Secretaria de Comunicação e Gestão Estratégica da Presidência da República), a campanha “Eu sou brasileiro e não desisto nunca” tem por objetivo estimular o movimento pró-auto-estima da população brasileira. A frase “o melhor do Brasil é o brasileiro” é inspirada na obra de Câmara Cascudo e a campanha ilustra exemplos individuais de persistência, criatividade e superação de personalidades célebres e comuns, como inspiração para o cidadão brasileiro aumentar seu grau de auto-estima. Com uma forte carga emocional, a campanha retrata histórias individuais de brasileiros conhecidos, como o jogador Ronaldinho, o maratonista Vanderlei Cordeiro de Lima e o músico Herbert Vianna e heróis anônimos como o contador de histórias Roberto Carlos Ramos, a professora Maria José Bezerra e o faxineiro Chico Brasileiro. (Site da campanha “O melhor do Brasil é o brasileiro”, da ABA, em <http://aba.com.br/omelhordobrasil/>)

Como já se afirmou quando da discussão do lançamento e desenvolvimento dessa campanha, se, passados anos desde aquele momento, ainda são significativas as ocorrências do feixe ***o melhor do Brasil é o brasileiro***, isso demonstra que se construiu um signo e que ele se enraizou no repertório nacional. Ainda que, como se discutiu, o contexto da campanha tenha sido engendrado em função de interesses do binômio governo/empresas, com apoio da mídia interessada em parceria com o governo, o fato é que se produziu um determinado fluxo de informações capaz de alterar significativamente a cultura, o que se percebe na iconicidade de ***brasileiro***.

Por fim, o fato de a referência ao ***teatro*** nacional surgir destacadamente num corpúsculo tão extenso sugere um valor cultural ainda não atribuído a essa manifestação artística como marca da identidade do país. Na realidade, todas as ocorrências relativas ao assunto estão ligadas a uma polêmica em torno da publicação de um dicionário de teatro<sup>47</sup>, do qual teriam sido excluídos nomes considerados representativos da dramaturgia nacional, e advêm de textos da Folha de São Paulo. A iconicidade não é tão alta nesses casos, pois que se discutem problemas específicos e o termo aparece principalmente como parte do título do livro. Contudo, resguardados os limites que impedem generalizações, a repercussão em torno de um livro relativo ao teatro, surgindo entre os destaques dos feixes lexicais relativos a ***brasileiro*** não deixa de funcionar como indicador de valores em circulação, neste caso, os da cultura, já que mobilizou suficientemente os leitores<sup>48</sup> e a mídia.

Com o intuito de averiguar o comportamento de ***brasileiro*** como substantivo, alterou-se a palavra de busca para a expressão ***o brasileiro***. O novo quadro de colocados foi o seguinte (Figura 27), em que está a totalidade dos resultados, após a filtragem padrão:

---

<sup>47</sup> Trata-se da publicação do *Dicionário do Teatro Brasileiro: temas, formas e conceitos*, de autoria de João Roberto Faria, J. Guinsburg e Mariângela Alves Lima, editado pela Editora Perspectiva. Dramaturgos e artistas excluídos protestaram publicamente, através do jornal, provocando a polêmica e a resposta dos autores do livro.

<sup>48</sup> A referência aos leitores se justifica por ter sido a polêmica desenvolvida por meio da seção 'Cartas dos Leitores', em comentários sobre a notícia da publicação do Dicionário.

The screenshot shows the Concord software window with a menu bar (File, Edit, View, Compute, Settings, Windows, Help) and a table of concordance results. The table has columns for N, Word, With, elation, Total, tal Left, tal Right, L5, L4, L3, L2, L1, and Cer. The first row is highlighted, showing 'O BRASILEIRO' with a total of 386 occurrences. Other words listed include MELHOR, BRASIL, MÉDIA, POVO, COMUM, COISAS, FUTEBOL, VEZ, CERTO, and GOVERNO.

N	Word	With	elation	Total	tal Left	tal Right	L5	L4	L3	L2	L1	Cer
1	O BRASILEIRO	o brasileiro*	0,000	386	0	0	0	0	0	0	0	0
2	MELHOR	o brasileiro*	0,000	17	11	6	1	8	2	0	0	0
3	BRASIL	o brasileiro*	0,000	15	14	1	1	1	1	11	0	0
4	MÉDIA	o brasileiro*	0,000	8	0	8	0	0	0	0	0	0
5	POVO	o brasileiro*	0,000	6	0	6	0	0	0	0	0	0
6	COMUM	o brasileiro*	0,000	6	0	6	0	0	0	0	0	0
7	COISAS	o brasileiro*	0,000	5	2	3	0	0	1	1	0	0
8	FUTEBOL	o brasileiro*	0,000	5	3	2	0	0	0	0	0	3
9	VEZ	o brasileiro*	0,000	5	4	1	0	1	1	1	1	1
10	CERTO	o brasileiro*	0,000	5	5	0	1	1	0	1	2	0
11	GOVERNO	o brasileiro*	0,000	5	3	2	1	1	0	1	0	0

At the bottom of the window, there are tabs for 'concordance', 'collocates', 'plot', 'patterns', 'clusters', 'filenames', 'source text', and 'notes'. The 'concordance' tab is active, showing '86 Set POVO'.

**Figura 27: Quadro de colocados com *o brasileiro*, 2005-2010**

Comparado ao quadro relativo ao ano de 2005, que apresentava tão-somente os três primeiros colocados, o conjunto de itens que se colocam com *o brasileiro* cresceu – apesar da ostensiva presença de e vem relacionado a *povo*, *comum*, *futebol* e *governo*. Mas a palavra comum chama atenção; os textos relativos a suas ocorrências mostram que emergem duas expressões: *brasileiro comum* e *brasileiro médio*, associadas ao brasileiro de classe média, desinteressado da política e até da vida de sua comunidade imediata; ao homem pobre, que sofre em filas para exercer seus direitos, distanciado das esferas de decisão:

Sobre cidadania e capacidade associativa, pesquisa Ibope revelou um cenário assustador -ressaltado ontem pelo prefeito do Rio, César Maia. "Trabalha para um partido político ou candidatos, mesmo que seja como voluntário?", perguntou o instituto -91% responderam "nunca" ou "quase nunca".

"Trabalha pela defesa de propostas ou ideias que afetam a sua vida ou a de sua comunidade?", foi outra questão. Nesse caso, 79% disseram "nunca" ou "quase nunca".

A farra gastadora continuará igual nos bastidores. E o brasileiro médio, esse ser bondoso e cordial, não ficará sabendo nem vai se importar. [grifos nossos] [fz2012200604.txt]

que pouco serve para o brasileiro comum e pobre, e sustentar as despesas absurdas da máquina estatal [grifo nosso] [3003200611.txt]

Se desejar corrigir o problema [de um erro na declaração do Imposto de Renda], o brasileiro comum enfrenta um calvário. [grifos nossos] [fz2103200704.txt]

O brasileiro comum já não tinha nenhuma esperança no Executivo, no Legislativo e, ultimamente, no Judiciário [grifo nosso] [fz1904200710.txt]

O *brasileiro médio* se opõe a um brasileiro *fulanizado* – é o Zé Ninguém em contraponto ao Fulano de Tal. O Fulano de Tal não é o culpado pelas mazelas do país – a culpa é do Zé Ninguém, já que é ele quem elege os políticos:

Para começar, nem Severino nem os 300 deputados que o elegeram penetraram na surdina no Congresso e votaram indevidamente. São todos regularmente eleitos -por mim, por você, por nós.

Se você se ofende com a constatação, não é nada pessoal. Não é você, fulanizado, mas o brasileiro médio.

Esse personagem, provavelmente majoritário, é deseducado, desinformado (pateticamente desinformado), desinteressado, desorganizado e despolitizado. [fz2202200504.txt]

Além de tudo isso, o *brasileiro médio* ou *comum*, tem medo de avião, não é xenófobo, é bondoso e cordial, mas também é acomodado e conformista. Apesar disso, é ele quem sustenta a máquina estatal – “trabalha quatro meses e 25 dias para pagar imposto” (fragmento do texto 2006\fz0507200608.txt, do *cópus geral*).

A palavra *média*, no feminino, aparece apenas em contextos estatísticos, nos quais se aponta o comportamento/a realidade do *brasileiro* (lê em média 2,5 livros por ano – ou 1,8 ou ainda 4,7, dependendo da pesquisa, trabalha de quatro a cinco meses para pagar imposto, ); a palavra *vez* aponta ora para uma alternativa (deveria ter feito isso em vez daquilo), ora para a oportunidade (é a vez do brasileiro), mas sem uma presença marcante.

Os feixes lexicais (Figura 28), em sua maioria, reforçam, também nesse caso, a ideia de que o melhor do Brasil é o brasileiro. O primeiro feixe traz uma instigante negação a respeito do brasileiro, que poderia derivar tanto para o lado positivo quanto para o negativo.

N	Cluster	Freq.	Length
1	QUE O BRASILEIRO NÃO	10	4
2	MELHOR DO BRASIL	9	4
3	BRASIL É O BRASILEIRO	9	4
4	DO BRASIL É	9	4
5	O MELHOR DO	8	4
6	QUE O BRASILEIRO É	5	4

Figura 28: Feixes lexicais para o *brasileiro*, 2005-2010

Vejam-se, para efeito de desambiguação, os textos comprovativos, que assinalam o **que o brasileiro não é/quer/aceita/pode** etc., separados por conteúdo:

a) características:

É grave saber que o brasileiro não tira o traseiro da cadeira para conseguir juros mais baixos. Mas isso não quer dizer que o brasileiro não seja um povo lutador e árduo defensor de seus direitos. [fz1505200510.txt]

Analistas de mercado avaliam que o brasileiro não se preocupa com crises internacionais. [2008\426735505.txt]

Da última pesquisa Datafolha, só podemos concluir que o brasileiro não é um povo sério, gosta da mentira, da bagunça, da imoralidade e da corrupção. [fz2506200705.txt]

Foi assim que li em Juan Arias que o brasileiro se distingue de todos pela sua "vocação inata à felicidade". É a nossa alegria. E veio da África. [fz1610200906.txt]

b) coisas recusadas:

O que o brasileiro não aceita mais é a defesa aberta do mau-caratismo, da falta de ética, da corrupção. [fz2310200710.txt]

O Brasil alcançou um novo patamar internacional, e no mundo já foi o tempo de sermos chamados de cucarachos.

c) propostas:

É preciso apurar a memória e discernir. Coisas em que o brasileiro não é forte [fz0208200609.txt]

Eu acho que o brasileiro não pode abdicar do sonho de ser tratado com toda a decência e dignidade [fz0206200703.txt]

A partir desses feixes, percebe-se o reconhecimento de características negativas tradicionalmente apontadas, como a passividade, a alienação quanto a assuntos de política, a associação à bagunça, à corrupção, assim como se reforça, ainda uma vez, a alegria e o otimismo do brasileiro. Entre as recusas, estão a corrupção e a falta de ética; entre as propostas, uma valorização da memória (que dialoga com o clichê “país sem memória”) e a manutenção do sonho (sic) de ser tratado como alguém decente e digno. Em suma: reiteram-se traços estereotipados, mas aponta-se na direção da mudança, ainda que isso venha na categoria de **sonho**.

## 4.2.2.1 Os brasileiros

Com relação à expressão 'os brasileiros', os colocados foram os seguintes:

**Tabela 6: Quadro de Colocados com *brasileiros*, de 2005 a 2010**

COLOCADOS PARA <i>BRASILEIROS</i> – 2005-2010																	
N	WORD	TOTAL	LEFT	RIGHT	L6	L5	L4	L3	L2	L1	*	R1	R2	R3	R4	R5	R6
1	BRASILEIROS	14	2	12	0	0	0	2	0	0	0	12	0	0	0	0	0
2	ANOS	8	4	4	0	0	2	0	2	0	0	0	0	0	1	2	1
3	LULA	7	2	5	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	2	2	0
4	AMAZÔNIA	6	6	0	0	1	1	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0
5	ÍNDIOS	6	0	6	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	2	1

A presença do vocábulo **anos** foi investigada para se verificar a hipótese de que fosse motivada por uma visão histórica dos assuntos relativos aos brasileiros. Na realidade, a consulta aos textos originais revelou tratar-se de ocorrência meramente estatística, esvaziando a hipótese semântica da historicidade. A ocorrência do vocábulo **Lula** junto a **brasileiros** se justifica pela popularidade do presidente, sempre em alta, ao longo de seu governo, conforme relatórios do Datafolha, mesmo nos momentos em que a cena política se apresentava em crise. O vocábulo de ocorrência imprevista, mas significativa, foi **Amazônia**. Os textos originais revelaram que esse termo se associa a uma discussão de responsabilidade ecológica, mas, sobretudo, diz respeito à soberania. Veja-se exemplo:

EMANUEL CANCELLA, ex-presidente do Sindipetro-RJ (Rio de Janeiro, RJ) Amazônia "Muito bonito o que escreveu Johan Eliasch na seção "Tendências/ Debates" em 11/6, a começar pelo título: "A Amazônia brasileira para os brasileiros" [grifo nosso]. Ele só não diz que, se os estrangeiros continuarem a comprar terra na Amazônia - como ele, que comprou aí 161.000 hectares-, não vai sobrar nenhum centímetro quadrado para brasileiro.

Ele também não conta que sua madeireira foi multada pelo Ibama por não seguir a lei ambiental e por destruir a "nossa" floresta.

Quando a Suécia, a Inglaterra e os Estados Unidos permitirem a venda de parte considerável de seus territórios para estrangeiros, aí vou pensar no que diz o senhor Eliasch.

Nós, brasileiros, já estamos "vacinados", graças aos nossos políticos safados, e conversa bonita de estrangeiros "bem-intencionados", que dizem uma coisa e fazem outra, já não nos comovem.

[folha\2008\fvz738d~2.txt]

Isso sugere que a identidade do brasileiro hoje se estabelece, dentre outras coisas, pela soberania com relação à Amazônia e que o cidadão reage a discursos que pretendam ludibriá-lo. Com a mesma energia, cobra-se internamente, dos governos locais, uma posição mais efetiva, igualmente rechaçando discursos que não resultem em ação:

Fiquei surpreso com a declaração do presidente Lula sobre a "propriedade da Amazônia". Se é verdade que os brasileiros somos os donos da floresta, por que está tudo abandonado? O desmatamento corre solto, as fronteiras estão totalmente abertas, os estrangeiros e as ONGs entram e saem quando bem entendem, os madeireiros lucram (...) [folha\2008\fzb34d~7.txt]

Por igual motivo o substantivo *índios* aparece entre os colocados. Nos textos consultados, ele reforça o senso de identidade entre os brasileiros e os índios, de modo geral, e participa do mesmo discurso de preservação feito com relação à Amazônia.

#### 4.2.2.2 O brasileiro é

Foi realizada a busca por **o brasileiro é**, com vistas a aprofundar a investigação, uma vez que a busca pela palavra **brasileiro**, isoladamente, resultou difusa. Obteve-se um quadro de concordâncias contendo fragmentos de textos do *cópus*, dos quais foram destacados aqueles com maior potencial icônico. Para não perder a visão de contexto, destacaram-se trechos inteiros que fossem representativos, nos quais estivessem as palavras dos tipos pesquisados, ou seja, substantivos e adjetivos associados à palavra de busca. Nos comentários que seguem o quadro (Tabela 7), individualizaremos os itens lexicais.

A leitura crítica dos destaques mostra que há trechos que corroboram o estereótipo do brasileiro, ao lado de outros que apresentam novidades.

Tabela 7: Concordância com o brasileiro é, 2005-2010

1	O brasileiro é mesmo o povo do "jeitinho", que procura vantagens no curto prazo
2	sexualmente saudável, o brasileiro é um povo que "transpirava sensualidade". Mas descobri ser inverídica a assertiva. Somos incapazes de "relaxar e gozar", como sugere a ministra-sexóloga sobre o caos aéreo.
3	Não sei se o brasileiro é o melhor do Brasil, mas que os publicitários brasileiros são craques em retratar a alma profunda da pátria, lá isso são.
4	O brasileiro é infenso à ansiedade. Detesta rixas. Cuida pacatamente de si e da sua família.
5	O brasileiro é pobre.
6	Pode não parecer, mas o brasileiro é muito rigoroso consigo mesmo. Exigimos de nós uma perfeição
7	O brasileiro é um povo chorão! É lógico que tem razão em chorar, pois vive diariamente massacrado
8	O Brasileiro é, por natureza, convenhamos, sempre de boa índole e disposto a ajudar
9	o futebol é a única atividade humana na qual o brasileiro é "world class".
10	massacrado pela propaganda na televisão, o brasileiro é estimulado a beber o dia inteiro.
11	o brasileiro é um povo trabalhador por excelência.
12	o brasileiro é pródigo em rotular as coisas.
13	Vimos que os 300 picaretas continuam lá, mamando na pátria! Parafrazeando um célebre escritor conterrâneo, "o brasileiro é antes de tudo um frouxo"
14	futebol, uma das raríssimas atividades em que o brasileiro é universalmente competitivo.
15	publicidade, outro ramo em que o brasileiro é com folga dos melhores do mundo.
16	O brasileiro é um cidadão que, entre múltiplos direitos, pode ser consumidor.
17	diz que o brasileiro é idiota. Até quando vamos aguentar isso? Peço que parem de falar
18	em se tratando de futebol, o brasileiro é patriota, mas, no dia-a-dia, não dá a mínima para o país
19	O brasileiro é tão conformista que, se o serviço for prestado, sua qualidade já
20	Podemos dizer - plagiando o brilhante escritor Euclides da Cunha - que o brasileiro é, antes de tudo, um forte.
21	depois de dar uma volta pela cidade, declarou: O brasileiro é um negro de todas as cores".
22	O brasileiro é melhor na bola do que na escola.

Reforçam o estereótipo os fragmentos 1,2,4,5,7,8,9,10,13,14,18,19, 20, 21, 22. Eles apresentam o brasileiro como um indivíduo sofrido (**chorão**, cujo sentido já se discutiu), **massacrado**, mas de **boa índole** e **disposto** a ajudar. Apesar de transpirar **sensualidade**, é menos talentoso para a escola que para o **futebol**, esporte no qual se projeta diante do mundo (apenas nisso o brasileiro seria **world class**<sup>49</sup>, **universalmente competitivo**). O brasileiro, de acordo com os fragmentos, só seria patriota com relação ao futebol, mantendo de resto a postura de não dar **a mínima para o país**, no que revelaria seu caráter **conformista**. **Infenso à ansiedade**, o brasileiro seria pacato e devotado à **família**, sem deixar de ser **trabalhador**, mas também sem deixar de ser **pobre**.

Os fragmentos 13 e 20 mantêm uma curiosa relação antitética na adjetivação: **o brasileiro é, antes de tudo, um frouxo/forte**. A intertextualidade com os dizeres de Euclides da Cunha em **Os Sertões** certamente demonstra a permanência de tal fala nos discursos circulantes; no entanto, a paródia feita ao original, com a

<sup>49</sup> Essa expressão confere um status de superioridade mundial ao Brasil no futebol.

permutação do adjetivo **forte** por **frouxo**, revela a presença de um outro discurso. Euclides da Cunha reconhece no brasileiro uma fortaleza que não é a dos músculos ou do tamanho, mas a da resistência às adversidades. Chamá-lo de **frouxo** é apresentar uma visão depreciativa desse mesmo ser – ainda que seja, como foi de fato, uma referência à falta de reação frente a improbidades políticas e administrativas. Percebe-se, da análise contrastiva dos feixes, que há um valor positivo associado à capacidade do brasileiro de resistir e sobreviver às adversidades (natureza inóspita, pobreza) e, paralelamente, um valor negativo associado à passividade do brasileiro frente a casos de corrupção e de má conduta.

Vejam-se, agora, os feixes 3, 12 e 15. No feixe 3, observa-se alguma incerteza do enunciador quanto a afirmar que **o melhor do Brasil** seja o brasileiro (note-se que ele também não nega o fato), seguido de um elogio aos **publicitários** brasileiros e à sua capacidade de retratar a alma brasileira: eles são **craques** (observe-se a seleção lexical ligada ao **futebol**). Esse conceito é referendado no feixe 15, em que se diz ser a **publicidade** um **outro ramo em que o brasileiro é com folga dos melhores do mundo**. Na sequência, o que se observa desmente, de certa forma, o elogio feito, conferindo tom irônico a ele, por associá-lo à malandragem, à “**enrolation**” e, por fim, à corrupção:

Exemplo mais recente: a propaganda de uma cerveja em que o rapaz encosta no balcão, uma loira se aproxima e fala com ele em inglês. O rapaz cobra do cérebro: "Inglês!". Os neurônios se agitam até que um deles dá a solução: é só pedir a cerveja tal que o resto é "enrolation".

É ou não é o Brasil, o país da "enrolation"? Que pode tomar várias formas: gambiarra, "gato", "por fora", "com nota ou sem nota?".[...]

No fundo, a "enrolation" é a mais recente versão para "levar vantagem em tudo", outra propaganda célebre de uns 20 anos atrás ou pouco mais. [fz0306200504.txt]

Dessa forma, apesar de reconhecer a competência brasileira na publicidade (ramo em que o país já ganhou prêmios internacionais), os discursos a associam à tradicional malandragem, seja a simples ‘jogada espirituosa’ do dia-a-dia, a busca pela **vantagem**, seja o exercício da ilegalidade.

Discuta-se, finalmente, o feixe 12, que não revela sua iconicidade senão em face do contexto. O enunciador, um leitor do jornal *O Globo*, questiona o que os brasileiros poderiam ‘pedir a Papai Noel’ para 2010 e aponta a tendência do brasileiro a rotular coisa, numa referência direta à adoção do termo mensalão em substituição de seu correspondente na linguagem jurídica:

Diga-se, inclusive, que o brasileiro é pródigo em rotular as coisas. Para não dizer roubo ou furto generalizado, inventaram o "mensalão", típico recurso de roubalheira em âmbito federal e estaduais inaugurado pelo PT. Não satisfeitos e feridos nos seus brios, o PSDB e o DEM - líderes da Oposição (que não se opõe a nada...) - também colocaram seus antes "imaculados" nomes na relação dos mensaleiros. [915359202.txt]

Assim, de acordo com as concordâncias para **o brasileiro é**, a visão geral parece coincidir com o estereótipo do brasileiro, tanto nos aspectos positivos quanto nos negativos.

## 5 CONCLUSÕES

*E deixe os Portugais morrerem à míngua  
"Minha pátria é minha língua"  
Fala Mangueira! Fala!  
Caetano Veloso, Língua*

*De Norte a Sul desse país  
Tantos brasis, sagrado celeiro  
Crioulo, caboclo, retrato mestiço,  
De fato, sou brasileiro!  
Sertanejo, caipira, matuto... sonhador  
Abraço o meu irmão  
Pra reviver a nossa história  
Deixar guardado na memória... o seu valor*

*Sou a cara do povo... Mangueira  
Eterna paixão  
A voz do samba é verde e rosa  
E nem cabe explicação  
Brasis do Brasil, Mangueira/2009*

Já dissemos, com Santaella (1996, p.69), da profunda relação existente entre os sistemas sógnicos e os processos de significação de uma sociedade: "os sistemas sógnicos se encontram num cruzamento de superfícies de linguagem que compõe o conjunto das práticas semióticas de cada cultura historicamente determinada". Ponderamos que o caráter relacional do signo desaconselharia, por si, leituras estanques, demandando uma análise sociocultural das produções sógnicas, capaz de identificar-lhes as marcas ideológicas (frise-se, ainda uma vez, que o conceito de *ideologia*, aqui, está sendo usado de modo abrangente, entendido como *estatutos sociais que identificam um ou mais grupos e representam suas convicções*) e reconhecendo-lhes as instâncias de poder, seja este o poder estabelecido, seja o de transformação. Não recorrer a uma abordagem interdisciplinar teria sido abortar a possibilidade de realizar leituras pertinentes para empreender um exercício inócuo de análise setorizada, cujos resultados seriam altamente discutíveis.

Pensar sobre a linguagem é sinônimo de produzir uma semiose que, por sua vez, deve assumir seu papel de desconstrutora/construtora, tomando como ponto de

partida uma visão crítica das ordens e das forças sociais e buscando revelar, sobretudo, os constructos ideológicos, cuja função seja perpetuar relações sociais de dominação. Numa sociedade em rede, como confirmam os postulados de Castells (2006), os fluxos de informação espelham/criam fluxos de poder que afetam o conjunto social. Informação circula, sobretudo, através das linguagens, em geral, e das línguas, especificamente.

O contexto da sociedade em rede, característico do mundo atual, fragiliza fronteiras físicas, relê os territórios em função do conceito de territorialidade e põe em xeque as identidades, ensejando o surgimento de novos paradigmas, de novos autoconceitos dos povos, ou o reforço dos traços identitários estereotipados. Assim é que projetos, tendências, visão de tempo e espaço de uma sociedade intervêm na forma pela qual ela organiza significados, numa grande semiose social, e define sua identidade/suas identidades.

Partindo dessas premissas, esta tese preferiu correr os riscos das incursões em áreas afins, de modo sério, mas sempre buscando o que fosse relevante para a tese; não se assumiu, contudo, compromisso de exaurir possibilidades teóricas ou de apresentar levantamentos exaustivos de temas dessas áreas.

O momento em que novas representações mentais se insinuam, em que uma sociedade (ou parte dela) revê valores, conscientemente ou não, materializa-se nos signos icônicos. A iconicidade transita, portanto, nos campos emocional e perceptual. Ela é anterior à ação propriamente dita, de caráter indicial, e prenuncia a construção de novos contratos, de valor simbólico. Por dialogar com uma dimensão qualitativa da percepção, o ícone é capaz de revelar o que ainda não se ousou dizer, propriamente. Por isso, a se desejar capturar os vetores ideológicos de uma sociedade, sobretudo aqueles que atuam no redirecionamento do estado-de-coisas, é preciso abraçar a tarefa de empreender o estudo dos signos icônicos. Foi o que buscamos, com o concurso da Semiótica de Peirce (CP, 2000) e da Teoria da Iconicidade Verbal de Simões (2009), passando por Eco (TGS, 2007).

A opção pelo trabalho com a Linguística de Corpus mostrou-se não somente adequada, por permitir uma abrangência nas observações, uma vez que o trabalho manual nem poderia sonhar em realizar, mas revelou-se instigante, uma vez que, dentro da metodologia adotada - a da pesquisa direcionada pelo *corp*us (*corpus-driven research*)-, o pesquisador vai palmeando seu caminho a partir dos dados, testando, invalidando e validando passos de sua investigação. Esse espírito do

“Caminhante, não há caminho; faz-se o caminho ao caminhar”<sup>50</sup> deu o tom ao tratamento e à análise dos dados, obtidos a partir da aplicação das ferramentas do WordSmith Tools, programa de análise linguística desenvolvido por Mike Scot, para a University of Oxford.

A utilização da tecnologia como ferramenta suscitou a seguinte questão: deve o pesquisador desenvolver novas técnicas e adquirir novos conhecimentos, a fim de realizar as tarefas de compilação e limpeza dos textos do cópulus ou deve ele estabelecer parcerias com profissionais da computação? Observa-se, entre os linguistas, uma disposição para mergulhar na área da informática e da computação, desenvolvendo habilidades para lidar com seus próprios corpora. Contudo, os ambientes informacionais cada vez mais sofisticados representam barreiras a serem transpostas pelo pesquisador, para ter acesso aos textos. Frequentemente ajuda profissional é necessária – e o foi, na pesquisa que originou esta tese, não apenas para ter acesso, como também para operacionalizar a limpeza dos arquivos e sua transposição para o formato requerido pelo programa analisador linguístico. Aderindo ao mote dos relacionamentos em rede, acreditamos que desenvolver parcerias pode ser extremamente saudável à pesquisa, agilizando seus processos e conferindo-lhe uma amplitude diferenciada, por envolver mais profissionais/pesquisadores. Isso não exclui, de modo algum, o exercício saudável do aprendizado em outras áreas, a ser feito pelo estudioso da linguagem; apenas vislumbramos a possibilidade de realizar pesquisas mais eficientes e ágeis numa estrutura de parcerias.

A sociedade brasileira viveu, nestes primeiros anos do Século XXI, a consolidação de seu estado democrático, com a transição do Governo Fernando Henrique Cardoso (primeiro presidente eleito por via direta a completar seu mandato, após o período de ditadura militar) para o Governo Lula. A jovem democracia reclamava uma redefinição do perfil da sociedade, em termos de identidade – já não era necessário empreender esforços de resistência, como os que se fizeram no período ditatorial, nem servia à sociedade o perfil fundamentalista que

---

<sup>50</sup> Referência à conhecida frase, presente nos versos do poeta espanhol Antonio Machado: “Caminante, son tus huellas/el camino y nada más;/Caminante, no hay camino./se hace camino al andar./Al andar se hace el camino./y al volver la vista atrás/se ve la senda que nunca/se ha de volver a pisar./Caminante no hay camino/sino estelas en la mar”, em “*Proverbios y cantares XXIX*”, em *Campos de Castilla*. In: *Antología Poética*, Editorial Cotovia, 1999.2.ed.

a ditadura procurou implementar. Era necessário saber: partindo do que somos e do que fomos, o que pretendemos ser?

Era natural que a resposta social a essa questão não fosse dada pontualmente – era preciso perscrutar os discursos circulantes em busca de sinais -- signos da identidade nacional. Contrastando os dados obtidos a partir dos arquivos compilados em nosso *cópus* (textos argumentativos da seção *Opinião* dos jornais *O Globo* e *Folha de São Paulo*) com os estereótipos de identidade reconhecidos por Holanda (RB, 1978), DaMatta (1989 e 1997) e Leite (2002), procuramos apreender o perfil de identidade em construção no período 2005 a 2010, cujos resultados passamos a apresentar.

Em primeiro lugar, porém, é importante reconhecer as limitações das nossas conclusões, em termos de representatividade, uma vez que se realizou um mero recorte da realidade nacional, com a eleição – justificada na introdução da tese – dos dois jornais de maior circulação como fontes textuais. Para que afirmações de caráter mais abrangente sejam feitas a respeito da identidade nacional, necessário será estender esta pesquisa a outros veículos de outras regiões do país, passando pelas diferentes orientações ideológicas. O trabalho que aqui se apresenta pretende ser uma parte momentaneamente exequível dessa grande pesquisa, que pretendemos em futuro breve realizar.

As leituras dos autores que se debruçaram sobre a identidade nacional mostraram a existência de um perfil estereotipado do Brasil e do brasileiro. O Brasil é um país de **natureza** pujante, de muitos **recursos naturais** (**águas** muitas e infindas) e clima generoso. Não tem capacidade industrial ou tecnológica suficientes: é **subdesenvolvido**. Não entra em conflitos, sendo, portanto, pacífico. É vitimado pela opressão de países mais fortes, sobretudo os Estados Unidos. O brasileiro é igualmente **vitimado, sofrido, pobre**. Sua **mestiçagem** o faz um povo menor, um "povinho"; mesmo sendo filho de um **Deus brasileiro**, não teve o sucesso de outros povos, como o americano.

**Desinteressado da política**, o brasileiro quer levar **vantagem** sempre e usa seu **jeitinho**, sua **malandragem**, lícita ou ilícitamente, para ultrapassar as dificuldades e para proteger amigos e família. Aos amigos, tudo; aos inimigos, a lei. O brasileiro, apesar de tudo, é alegre, faz samba e **Carnaval**. Faz também gol de letra e se transforma em um gigante do Primeiro Mundo, quando se trata de **futebol**. A pátria engrandecida põe chuteiras nos pés descalços e vibra em uma só voz.

Nisso o brasileiro é rei. Mas aceita maracutaias, negociatas, **corrupções** como algo inerente ao seu perfil e à sua história. E não se mexe para mudar esse quadro. Afinal, brasileiro não sabe votar nem tem **memória**. Esse é o retrato 3x4 em preto e branco do Brasil e do brasileiro. Ou era.

A análise contrastiva dos dados obtidos e organizados em dois cortes - apenas 2005 e todo o quinquênio 2005-2010 - demonstrou que alguns dos traços tradicionalmente associados ao Brasil e ao brasileiro resistem, outros não. O léxico marca a antiga e a nova imagem.

O Brasil ainda é o país de **natureza** pujante e de **recursos naturais** diversificados - aliás, anúncios como o da descoberta da camada pré-sal reforçam essa visão e elevam o orgulho nacional. No entanto, hoje a natureza é mais que um cenário de belezas, ela é parte da própria identidade brasileira, corporificada na **Amazônia**, e um senso de **preservação** ecológica (ou, no mínimo, da necessidade dela) emana da relação do brasileiro e do Brasil com seu meio. A Amazônia é relacionada à manutenção da **soberania nacional** e define, portanto, o Brasil.

A vocação unicamente agrícola do país foi desmentida - pólos de tecnologia têm-se desenvolvido e o país foi mundialmente reconhecido como 'potência do **futuro**' por empresários e políticos, no Fórum Econômico Mundial, ao lado de **Índia**, **China**, Rússia e África do Sul (o BRICS)<sup>51</sup>. É **emergente**. O **Presidente Lula**, "filho do Brasil" se projeta mundialmente, é elogiado por Chefes de Estado de países desenvolvidos. O país inteiro é "**o cara**".

Contudo, a **educação** (em suas carências) e a **corrupção** ainda marcam o Estado Brasileiro. O **futebol** tem os melhores, mas não é o melhor - paradoxo tão típico. O Carnaval, referência tão forte, simplesmente não emergiu do córcpus. Aparentemente, não se fala sobre ele, ou se fala pouco. Mas fala-se sobre **malandragem**, sobre **vantagem**, sobre **jeitinho**, o "**famoso jeitinho brasileiro**", apurado em feixe lexical através da pesquisa. Mesmo assim, fala-se menos sobre corrupção em 2010 do que se fazia em 2005.

O brasileiro tem sua imagem alterada, também. Seu caráter **mestiço** deixa de ser sua fraqueza para se tornar sua fortaleza. Num mundo em que a biodiversidade é valorizada, ser mestiço é muito bom, é índice de resistência (a mesma resistência que Euclides da Cunha vislumbrou no sertanejo, mas que vinha associada a um ser

---

<sup>51</sup> A sigla BRICS é formada a partir das iniciais de Brasil, Rússia, Índia, China e South África (África do Sul).

teimoso em viver, a despeito das adversidades, diferentemente do que se vê no momento, em que o brasileiro é enriquecido por sua diversidade étnica). A **infusão a conflitos** se mantém; a passividade do brasileiro diante dos desmandos, segundo os textos, é questionável - ele não se levanta da cadeira para conseguir juros mais baixos, mas não deixa de lutar por seus direitos, segundo fragmento do cópús. O brasileiro é, antes de tudo, um **forte**; o brasileiro é, antes de tudo, um **frouxo**. Paradoxal, novamente.

Resulta, do que se analisou, o seguinte:

- a) a imagem genérica do Brasil mudou para melhor; vai-se apagando o que Nelson Rodrigues nomeou como "complexo de vira-lata" e vai surgindo uma noção de capacidade econômica e tecnológica que antes não havia, especialmente depois de ter administrado a crise econômica mundial, de 2008, de modo satisfatório e ter obtido reconhecimento externo;
- b) o Brasil tem consciência da esgotabilidade de seus recursos e vê a necessidade de se preservar a natureza como uma garantia de sua autonomia e de sua soberania como nação;
- c) as instituições brasileiras ainda estão marcadas pela presença de comportamentos pouco éticos, mas há um empenho no campo jurídico (o substantivo advogados aparece entre os dez colocados mais frequentes com Brasil), que, movido pelo desconforto de cidadãos e pelo seu desejo de mudança, pode vir a favorecer a legalidade, pondo um termo à impunidade (o sucesso do filme "Tropa de Elite" foi atribuído a essa ânsia de pôr fim à corrupção, ao menos como um traço sistêmico);
- d) o brasileiro ainda é visto como cordial, mas a malandragem como práxis tem sido questionada;
- e) o brasileiro já não se vê como um 'Zé Ninguém' - ele está procurando sair dessa "ninguendade" (como Darcy Ribeiro definiu o status do brasileiro) de um jeito particular; ele acredita que é *o melhor do Brasil* e, talvez até, possa mesmo ser 'o cara'.

Orlandi (2003) afirma, em orelha de um livro em que, com outros pesquisadores, investiga o discurso fundador da nação, que ser brasileiro "não é ser

branco, ou ser índio, ou ser negro. É ser brasileiro". A imagem do Brasil também não vem num retrato, mas num mosaico, ao qual ainda faltam peças. É assim que ele se vê, é assim que é visto:

Outra coisa que deveria atenuar ou eliminar a ansiedade é o fato de que não há uma imagem unidimensional do Brasil no exterior. É multifacetada, como o próprio país, como quase todos os países. O Brasil é visto, simultaneamente, como violento, mas acolhedor -e é, efetivamente, ambas as coisas. A visão que se tem de um país passa pela alma de quem o olha. CLÓVIS ROSSI. "Olhar estrangeiro", Folha de São Paulo, 12/04/2009. [fz1204200903.txt]

A visão que se tem de um país passa pela alma de quem o olha... passa pela língua de quem o vive:

A língua que usamos revela o que somos, e nem nos damos conta. Trai nossos preconceitos, nossas ênfases e os papéis que adotamos na sociedade.

Ao falar, o brasileiro expressa sua identidade, que nunca é uniforme, e o país respira sua diversidade, que insiste em nos unir. (JUNIOR, 2007, s.p.)

A cara do Brasil parece querer finalmente se mostrar. Expõe suas mazelas, faxina seu passado e presente - ainda timidamente, ainda perdendo para o velho hábito da falta de ética -, mas vão aparecendo sua face e seu lugar, a partir dos elementos que o país recusa ou que reconhece como seus:

Agora, lendo os novos dados do IBGE, vejo que o número de pardos, negros e índios passou o de brancos. O sonho racista do Século 19 do branqueamento da população cede ao forte sangue da miscigenação, cada vez mais presente no brasileiro.[...]

Estes números revelam que cada vez mais construímos uma identidade própria e ultrapassamos a polêmica do passado entre os sociólogos, principalmente aqueles que nos julgavam vítimas de aspectos negativos das "raças inferiores".

O Brasil alcançou um novo patamar internacional, e no mundo já foi o tempo de sermos chamados de cucarachos. Foi assim que li em Juan Arias que o brasileiro se distingue de todos pela sua "vocação

inata à felicidade". É a nossa alegria. E veio da África.[fz1610200906.txt]

Talvez essa vocação para a felicidade não exista. Talvez seja um discurso para, mais uma vez, promover a alienação. Mas talvez seja verdade que o brasileiro não desiste nunca, talvez o melhor do Brasil seja mesmo o brasileiro, como muitos passaram a acreditar que é.

O fato é que a iconicidade de **Brasil** e **brasileiro** vai-se redesenhando. A crise, ponto 'zero' escalar estabelecido para nossas investigações, partindo de 2005, pode ser significada de outra forma, como uma oportunidade:

A terrível crise em que mergulhamos, entretanto, também abre novas possibilidades. Está na hora de uma grande reformulação partidária. Da emergência de um novo PT, depurado de seus vícios e de seus maus líderes, e de um mais sério compromisso do PSDB com seu projeto social-democrata. Está, sobretudo, na hora da formação de uma ampla frente democrática, reunindo todas as forças progressistas do país, para formular um grande projeto de Brasil a partir de uma atualizada proposta neodesenvolvimentista, conducente, autonomamente, no âmbito do Mercosul e da Comunidade Sul-Americana de Nações, à construção, no Brasil e na região, de uma moderna, próspera e equitativa democracia social. (JAGUARIBE, 2005, s.p.)

Novos significados estão em negociação num contexto social em que nações se co-determinam e em que identidades ou se fortalecem em seus valores, ou se condenarão. A imagem, no momento, resulta positiva, mas diferente da imagem feita do *País* no *Hino Nacional*.

No programa *WordSmith Tools*, frases são oferecidas ao usuário, sempre que ele inicia uma sessão. Uma delas alerta para o fato de que os padrões lexicais denunciam padrões culturais. Um dos objetivos desta pesquisa era fazer esse instantâneo do Brasil e do brasileiro por meio da iconicidade lexical, para oferecer alguma contribuição ao docente de Língua Portuguesa. Nossa pretensão era, partindo da identificação de padrões lexicais, chegar a apreender algo dos padrões culturais, mais especificamente daqueles que definem a identidade nacional real. Em sala de aula, o docente enfrenta o desafio de trabalhar a identidade nacional, fortalecendo-a. Mas está claro que não é possível produzir uma identidade sem identificação. E não há identificação quando a imagem não é reconhecida.

*O País do Hino Nacional*, o país de Ary Barroso, já não traduz o que o jovem vivencia, já não corresponde totalmente ao país que ele vê. Com os resultados desta pesquisa, pretendemos ter dado uma pequena colaboração para que uma imagem mais fiel e menos aquarelada de Brasil seja trabalhada pelo docente de Língua Portuguesa com seus brasileiros. Afinal, como diz um homem do povo, personagem do filme *Conhecimento*, de Cacá Diegues, “tem que transmitir, que é pra quando morrê num levá”.

## REFERÊNCIAS

ANDRADE, Mário. *Macunaíma: o herói sem nenhum caráter*. Belo Horizonte;Rio de Janeiro: Garnier, 2001

BERBER SARDINHA, Tony. *Linguística de Córpus*. Barueri: SP, Manole, 2004

BLOG DO MANGABEIRA. Disponível em: <<http://blogdomangabeira.zip.net>>. Acesso em: 12 mar.2010.

BRIGGS, Asa; BURKE, Peter. *Uma história social da mídia: de Gutenberg à Internet*. Tradução de Maria Carmelita Pádua Dias. 2.ed.rev.ampl. Rio de Janeiro: Zahar, 2006.

CAMINHA, Pero Vaz de. *Carta do Achamento do Brasil*. (Org. Olivieri). São Paulo: Ed. Callis, 1999.

CÂNDIDO, Antonio. *Formação da Literatura Brasileira*. 5.ed. Belo Horizonte: Ed. Itatiaia; São Paulo: Edusp, 1975. v. 1 e 2

CASTELLS, Manuel. *O poder da identidade (A era da informação: economia, sociedade e cultura)*. Trad. de Klaus B. Gerhardt. São Paulo: Paz e Terra, 2006.v.2

CLARET, Jacques. *A ideia e a forma: problemática e dinâmica da linguagem*. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1980

COUTINHO, Aline de Almeida; MIGUEL, Luis Felipe. *A crise e suas fronteiras: oito meses de 'mensalão' nos editoriais dos jornais*. In: Rev. Opinião Pública. Campinas, v. 13, n. 1, June 2007 . Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0104-62762007000100004&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-62762007000100004&lng=en&nrm=iso)>. Acesso em: 19 Jan. 2010. doi: 10.1590/S0104-62762007000100004.

CUNHA, Lúcia Deborah A. S.. *O gerúndio como expressão da modalidade em português*. 2004. 113f. Dissertação (Mestrado em Língua Portuguesa) – Instituto de Letras, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2004

DAMATTA, Roberto. *Carnavais, malandros e heróis: para uma sociologia do dilema brasileiro*. 6.ed. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.

\_\_\_\_\_. *O que faz o Brasil Brasil*. Rio de Janeiro: Rocco, 1989.

DEALTRY, Giovanna Ferreira. Memória e esquecimento com formas de construção do imaginário da nação. In: LOPES, Luiz Paulo Moita; BASTOS, Liliana Cabral (Org). *Identidades: recortes multi e interdisciplinares*. Campinas, SP: Mercado de Letras, 2002.

ECO, Umberto. *Tratado geral de semiótica*. Tradução de Antonio P. Danesi e Gilson Cesar C. de Souza. São Paulo: Perspectiva, 2007. (Coleção Estudos, v. 73)

FAIRCLOUGH, Norman. *Discurso e mudança social*. Brasília: Ed. Universidade de Brasília, 2001

FERREIRA, Maria Cristina Leandro. A antiética da vantagem e do jeitinho na terra em que Deus é brasileiro (o funcionamento discursivo do clichê no processo de constituição da brasilidade). In: ORLANDI, Eni. *Discurso fundador: a formação do país e a construção da identidade nacional* Campinas: Pontes, 1993. p. 69-79

FOLHA DE SÃO PAULO. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp>. Acesso em: 2009 e 2010.

FORENTINO, Valéria; SABOSA, Roberto Giudi Pessoa. *Motivação Institucional: Estudo de caso sobre a campanha 'O melhor do Brasil é o brasileiro'*. *Iniciacom - Revista Brasileira de Iniciação Científica em Comunicação*, v.1, n. 1, 2006.

GUERRA, Gregório de Matos. *Poesias selecionadas de Gregório de Matos*. São Paulo: FTD, 1993.

HALL, S. A. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A, 1998.

HODGE, R.; KRESS, G. *Language as ideology*. London : Rotledge & Kegan Paul, 1979

HOLANDA, Sérgio Buarque de. *Raízes do Brasil*. 11.ed. Rio de Janeiro: J.Olympio, 1977.

HOTSITE DA CAMPANHA 'VALORES DO BRASIL', DO BANCO DO BRASIL. Plano Digital. Disponível em :<<http://www.planodigital.com.br/portfolio/valores/index.htm>>. Acesso em 15 nov. 2009.

JOHNSON-LAIRD, P.N. *Mental Models: towards a cognitive Science of Language, inference, and consciousness*. Cambridge: Cambridge University Press,, 1983

JUNIOR, Luiz Costa Pereira. *O momento 'língua portuguesa' do Brasil*. Folha de São Paulo, São Paulo, 22 out. 2007.Debates.

LEITE, Dante Moreira. *O caráter nacional brasileiro: história de uma ideologia*. 7.ed. São Paulo: Unesp, 2002.

LOPES, L. P. M.; BASTOS, L. C.(Org) *Identidades: recortes multi e interdisciplinares*. Campinas,SP: Mercados das Letras, 2002

MAIA, Antonio Cavalcanti. Diversidade cultural, identidade nacional brasileira e patriotismo constitucional. IN: SEMINÁRIO DIVERSIDADE CULTURAL

BRASILEIRA., 2004,Rio de Janeiro. Rio de Janeiro : Casa Rui Barbosa, 2004.

Disponível em :

<[http://www.casaruibarbosa.gov.br/dados/DOC/palestras/Diversidade\\_Cultural/FCR B\\_DiversidadeCulturalBrasileira\\_AntonioCavalcanti.pdf](http://www.casaruibarbosa.gov.br/dados/DOC/palestras/Diversidade_Cultural/FCR_B_DiversidadeCulturalBrasileira_AntonioCavalcanti.pdf)> Acesso em 13 abr. 2010.

MELO, Eliana Meneses de. *Discurso Educação: valores em circulação no discurso jornalístico*. In : IX FÓRUM DE ESTUDOS LINGUÍSTICOS, 9., 2007, Rio de Janeiro . *Anais...* Rio de Janeiro : [s.n], 2007. Disponível em:

<[www.filologia.org.br/ixfelin/trabalhos/doc/29.doc](http://www.filologia.org.br/ixfelin/trabalhos/doc/29.doc)> Acesso em: 20 jan. 2010.

MORENTIN, Juan Magariños de. *Conceito e Método da Semiótica*. Tradução de Darcilia Simões. In: SIMÕES, Darcilia (Org.) *Mundos Semióticos Possíveis*. Rio de Janeiro: Dialogarts, 2008

MOTA, Vinicius. *Leitor tem renda e escolaridade altas: pesquisa de opinião revela que visão liberal predomina entre os leitores da Folha, Pesquisa 2000*. Disponível em: < [www.datafolha.com.br/opinião](http://www.datafolha.com.br/opinião)>. Acesso em 20/01/10.

NIETZSCHE, Friedrich. *Introduction théorétique sur la vérité et le mensonge au sens extra moral*. In: \_\_\_\_\_. *Le livre du philosophe*. Paris: Flammarion, 1991

\_\_\_\_\_. *Obras incompletas*. Trad. e notas Rubens Rodrigues Torres Filho. 3.ed. São Paulo : Abril-Cultural, 1983. (Os Pensadores).

NOVAIS, Fernando A. (Coord.) *História da vida privada no Brasil: contrastes da intimidade*. São Paulo: Companhia das Letras, 1998. v.1,v.2,v.3 e v.4

OLIVEIRA, Márcia R. A. R. *Jornal Popular X Jornal Tradicional: Análise léxico-gramatical da notícia a partir da Linguística de Corpus - Um estudo de casos dos jornais cariocas 'O Globo' e 'O Dia'* . Disponível em: < [http://www.mraro.com.br/Artigo\\_Marcia\\_Oliveira.pdf](http://www.mraro.com.br/Artigo_Marcia_Oliveira.pdf)>. Acesso em :12 nov. 2009

O MELHOR do Brasil. Portal ABA – Associação Brasileira de Anunciantes. Desenvolvido por Tribo Interactive para o Banco do Brasil. Apresenta definições da campanha, além de disponibilizar material publicitário e contatos, tanto para profissionais como para cidadãos em geral. Disponível em <<http://aba.com.br/omelhordobrasil/>>. Acesso em: 16 nov. 2009.

PORTAL Brasil. *O que é o risco país*. Editor-chefe Fernando Toscano. Disponível em: < [http://www.portalbrasil.net/economia\\_riscopais.htm](http://www.portalbrasil.net/economia_riscopais.htm)>. Acesso em 10 mar 2010.

ORLANDI, Eni. *Discurso Fundador: a formação do país e a construção da identidade nacional*. Campinas: Pontes, 1993

PAIS, Cidmar Teodoro. *Semiótica das Culturas e Educação: dos processos de inserção e exclusão socioculturais*. In: SIMÕES, Darcilia (Org.) *Mundos Semióticos Possíveis*. Rio de Janeiro: Dialogarts, 2008

PEIRCE, Charles Sanders. *Semiótica*. São Paulo: Perspectiva, 2000

\_\_\_\_\_. *The Collected Papers of Charles Sanders Peirce* - Cambridge, MA: Harvard University Press, [200-?]. 8 CD-ROM's

PERELMAN, Chaïm; OLBRECHTS-TYTECA, Lucie. *Tratado da argumentação*. São Paulo: Martins Fontes, 1996

PORTAL conecval. Apresenta as empresas Conecval e Conegás; traz notícias relativas à economia nacional nos campos de construção civil, petróleo e gás. Disponível em <[http://www.conecval.com.br/portal/index.php?option=com\\_content&view=article&id=64:brasil-recupera-autossuficiencia-em-petroleo&catid=17:noticias&Itemid=15](http://www.conecval.com.br/portal/index.php?option=com_content&view=article&id=64:brasil-recupera-autossuficiencia-em-petroleo&catid=17:noticias&Itemid=15)>. Acesso em 10 mar. 2010

PORTAL do Ministério das Comunicações. Governo Federal do Brasil. Apresenta informações e notícias relativas às comunicações no Brasil, por parte do governo federal. Disponível em: < [http://www.idbrasil.gov.br/noticias/News\\_Item.2005-01-11.1340](http://www.idbrasil.gov.br/noticias/News_Item.2005-01-11.1340)>. Acesso em 10 mar 2010

ROCHA, João Cezar de Castro. *Nenhum Brasil existe*. Rio de Janeiro: Uerj, 2003.

SALOMÃO, Virgínia. *O melhor do Brasil é o brasileiro: expressões da identidade nacional na era Lula*. Revista Digital 'Comunicação & Estratégia', v.2, n. 2, 20 jul.

2005. Disponível em :

<<http://www.comunicacaoempresarial.com.br/revista/02/artigos/artigo9.asp>>. Acesso em: 27 jan. 2010

SANTAELLA, Lucia. *Teoria geral do signo: como as linguagens significam as coisas*. São Paulo: Ed. Pioneira, 2000

\_\_\_\_\_. *Imagem: cognição, semiótica, mídia*. 3. ed. São Paulo: Iluminuras, 2001

\_\_\_\_\_. *Produção de linguagem e ideologia*. São Paulo: Cortez, 1996.

SAUSSURE, Ferdinand de. *Curso de Linguística Geral*. São Paulo: Cultrix, 1978.

SHEPHERD, Tania. et.al. *Feixes lexicais e visões de mundo: um estudo sobre corpus*. IN :Revista Matraca, Rio de Janeiro, n.19, jul/dez 2006.

SIMÕES, Darcilia. *Semiótica & ensino: reflexões teórico-metodológicas*. Rio de Janeiro: Dialogarts, 2003

\_\_\_\_\_. *Iconicidade e verossimilhança*. Ed.on-line. Rio de Janeiro: Dialogarts.2007. Disponível em: < [www.dialogarts.uerj.br](http://www.dialogarts.uerj.br)>. Acesso em 13 ago 2009.

\_\_\_\_\_. *Iconicidade verbal: teoria e prática*. Rio de Janeiro: Dialogarts, 2009.

TRINDADE, Iole Faviero. *A formação da identidade nacional nas páginas das cartilhas*. In: LOPES, Luiz Paulo Moita; BASTOS, Liliana Cabral (Org). *Identidades: recortes multi e interdisciplinares*. Campinas, SP: Mercado de Letras, 2002. p. 233-254

VALENTE, André Crim. *A linguagem nossa de cada dia*. Petrópolis (RJ): Vozes, 1999.

VAN DIJK, Teun. *Cognição, discurso e interação*. São Paulo: Ed. Contexto, 2000

\_\_\_\_\_. Discurso, conhecimento e ideologia: reformulando velhas questões. In: HENRIQUES, Cláudio Cezar (Org) *Linguagem, conhecimento e aplicação: estudos de língua e linguística*. Rio de Janeiro: Ed. Europa, 2003

VYGOTSKY, L.S. *Pensamento e linguagem*. 2.ed. São Paulo: Martins Fontes, 1998