

REPRESENTAÇÕES DO BRASIL NA MÍDIA DIGITAL EM LÍNGUA INGLESA

Fábio Corrêa de Sampaio Netto

Mestrando em Estudos Lingüísticos e Literários em Inglês – USP

RESUMO: Este trabalho tem como objetivo apresentar os resultados parciais de um estudo sobre as representações da identidade brasileira na mídia digital em língua inglesa. Nossa hipótese norteadora é a de que as representações do povo brasileiro na mídia digital camuflam a diferença a fim de criar um efeito de objetividade e imparcialidade. A perspectiva adotada no trabalho é a discursiva e a dos estudos culturais sobre as concepções de identidade.

Palavras-chave: mídia digital, análise de discurso, identidade.

ABSTRACT: The purpose of this paper is to present the partial results of a study of the representations of the Brazilian identity on the English digital media. Our central hypothesis is that the representation of the Brazilian people on the digital media disguises difference in order to construct an effect of objectivity. We adopt the perspective of the discourse theory supported by theories of the cultural studies on the conceptions of identity.

Key-words: digital media, discourse analysis, identity.

0. Introdução

A utilização de artigos e notícias disponibilizados na Internet é atraente para os professores de leitura em língua estrangeira devido à sua riqueza de tipos e procedências. A escolha de temas e assuntos próximos à experiência dos alunos pode ser motivante e criar certa familiaridade ao ensinar uma língua estrangeira. Porém, os artigos e notícias provenientes da Internet podem ser abordados em sua superfície lingüística, tendo muito de suas características textuais desconsideradas. O professor de leitura em língua estrangeira pode, por exemplo, negligenciar os efeitos de verdade presentes no texto jornalístico, levando o aluno-leitor a considerá-lo como *objetivo e isento da subjetividade de quem o escreve*

(Carmagnani, 1996, p.78). No caso dos textos sobre o Brasil, as representações enunciadas de uma outra cultura podem contribuir com os sentidos de discursos que circulam em nossa sociedade sobre o que significa ser brasileiro, levando o aluno-leitor a negar ou a aceitar sua identidade nacional.

Partindo do pressuposto de que o discurso jornalístico procura homogeneizar sentidos a fim de criar um efeito de *construção do “real”* (Carmagnani, 2003, p. 305), procuramos identificar como o povo e a cultura brasileiros são representados na mídia digital em língua inglesa, e quais discursos se entrelaçam criando mecanismos de construção e manutenção de um imaginário sobre o Brasil.

1. A Constituição do Corpus de Análise

Segundo as observações de Grigoletto (2002, p.63), o corpus discursivo é trabalho do analista, sendo este fundamentado em suas hipóteses de pesquisa. O corpus a ser estudado apresenta-se como corpus de arquivo, sendo objeto de nossa pesquisa um campo de documentos relacionados ao Brasil. A coleta foi realizada em um período de dez meses, em acessos semanais aos sites de uma instituição jornalística americana (*The New York Times*) e uma instituição jornalística inglesa (*British Broadcasting Corporation* ou BBC). A escolha das instituições foi realizada por meio da pesquisa dos sites recomendados por reconhecidos institutos de idiomas de São Paulo. Os artigos e notícias sobre o Brasil foram pesquisados digitando-se a palavra *Brazil* na ferramenta de busca disponível nos sites das instituições. Obtivemos, dessa forma, os artigos listados em ordem cronológica decrescente.

Em um primeiro contato com o corpus optamos por utilizar os artigos e notícias das duas instituições a fim de obtermos perspectivas culturais diferentes. Porém devido à extensão do material, optamos pelos textos da BBC para a construção do corpus de análise. Outro fator que motivou a escolha foi o livre acesso às matérias da BBC, fato que viabiliza o uso de seus artigos e notícias aos usuários que não disponibilizem de recursos financeiros para o pagamento de uma assinatura. A análise do corpus segue o procedimento sugerido por Orlandi (1999): na primeira fase é feita a análise lingüística; na segunda são delineadas as formações discursivas a fim de se definir o objeto discursivo e na terceira fase são estabelecidas as relações entre as formações discursivas e as formulações ideológicas.

2. Modernidade, Sujeito e a Concepção de Identidade.

Segundo os estudos culturais da modernidade tardia (Hall, 1992, p.7), há uma crise de identidade nos países desenvolvidos que fragmentam o sujeito moderno. O descentramento da noção de sujeito seria decorrente do declínio de velhas identidades que estabilizaram o mundo social por muito tempo e do surgimento de novas identidades.

O sujeito do Iluminismo cujo centro essencial é o eu (Hall, op. cit., p.9-12), dá lugar ao sujeito sociológico do mundo moderno. Na pós-modernidade, o sujeito não possui identidade fixa devido à interpelação dos sistemas culturais que o rodeia, constituindo-se de várias identidades que podem ser contraditórias ou mesmo não-resolvidas. A identidade é vista como um processo em andamento, constituindo-se ao longo do tempo e através de processos inconscientes, sendo mais adequado utilizarmos o termo *identificação*. As culturas nacionais são vistas como constitutivas de um dispositivo discursivo, uma vez que são modos de se criar sentidos sobre "a nação", levando os povos a construir identidades ao representar a diferença como unidade.

Decorrente da desconstrução da idéia de uma identidade originária e unificada, Hall (2000, p. 104) sugere que o conceito de identidade seja operado "sob rasura" por tratar-se de *uma idéia que não pode ser pensada de forma antiga, mas sem a qual certas questões-chaves não podem ser pensadas*.

No presente trabalho, compartilhamos de uma perspectiva pós-estruturalista das teorias cultural e social, segundo a qual a identidade e a diferença são resultados de atos de criação lingüística (Silva, 2000, p.76):

Dizer que são resultados de atos de criação lingüística significa dizer que não são "elementos" da natureza, que não são essências, que não são coisas que estejam simplesmente aí, à espera de serem reveladas ou descobertas, respeitadas ou toleradas. A identidade e a diferença têm que ser ativamente produzidas. Elas não são criaturas do mundo natural ou de um mundo transcendental, mas do mundo cultural e social. Somos nós que as fabricamos, no contexto de relações culturais e sociais. A identidade e a diferença são criações sociais e culturais.

2.1 O aluno-leitor brasileiro e o jornalista da BBC

Segundo as informações disponibilizadas em seu endereço eletrônico, a BBC é uma instituição jornalística que se diferencia por ser independente e livre de pressões comerciais, cujo objetivo é enriquecer a vida das pessoas por meio de seus serviços de alto padrão ético e editorial. Pertencendo ao quadro de funcionários dessa instituição, o jornalista compartilha desses valores reproduzindo em suas matérias e artigos os valores da instituição para a qual trabalha. Ao considerarmos o autor e o leitor como sujeitos produtores de sentido (Coracini, 1995, p.15), a interação do aluno-leitor brasileiro com o autor-jornalista, além de poder reforçar a percepção que alguns alunos possuem de que *o texto noticioso de qualidade é objetivo, livre da subjetividade daquele que presenciou os fatos relatados* (Carmagnani, 1996, p. 3), pode também levar o aluno-leitor brasileiro a julgar que o texto jornalístico da BBC é mais imparcial do que os textos produzidos em instituições jornalísticas comerciais.

2.2 O texto jornalístico e o efeito de objetividade

Os textos jornalísticos pesquisados apresentam grande incidência de discurso direto que, segundo Authier-Revuz (2004, p. 12), é uma forma de construir um efeito de transparência e objetividade no texto. O locutor apresenta-se como mero porta-voz, claramente recortado da citação, uma vez que as palavras do outro ocupam o tempo ou o espaço. Para Carmagnani (1996, p. 78), o uso do discurso direto no discurso jornalístico pode também eximir o enunciador-jornalista da responsabilidade pela formulação ao assumir o papel de mero porta-voz, claramente demarcando a palavra do outro. No corpus analisado, a leitura não-crítica dos textos jornalísticos pode levar o aluno-leitor a considerá-los como imparciais devido o uso do discurso direto representando os relatos de outras pessoas.

3. Dois artigos sobre o Brasil

Apresentamos a seguir uma breve análise de dois artigos selecionados no endereço eletrônico da BBC (*British Broadcasting Corporation*). No recorte original tínhamos cinco textos em inglês que abordavam temas referentes à sociedade brasileira próximos à realidade de um aluno de leitura em língua estrangeira. Todos os artigos foram escritos pelo

mesmo correspondente da BBC.

Os artigos são: *Brazil's ad men face billboard ban*, que explora a polêmica sobre as novas regulamentações referentes à publicidade no espaço urbano de São Paulo; *Brazil's Brahma beer goes global*, que relata a internacionalização de uma marca nacional de cerveja; *Giving Brazil a taste of Arabia*, que descreve um caso de sucesso comercial de uma conhecida rede de restaurantes brasileira; *Gringo culture makes its mark in Brazil*, que relata a criação de um site turístico para falantes de língua inglesa; e *Ruses that spring from Brazil's woes*, que comenta sobre os hábitos que os brasileiros desenvolvem a fim de sobreviver.

Os textos analisados apresentam-se no gênero *hard-news story* dos tablóides ingleses. Segundo Fairclough (1995, p.72), esse gênero caracteriza-se por um núcleo composto pela manchete (em geral uma de maior importância e uma outra secundária) e pelo parágrafo principal que prove a essência da estória. Uma sucessão de parágrafos-satélite que desenvolvem a estória em várias direções, sendo esta concluída no fechamento.

Escolhemos os artigos *Brazil's ad men face billboard ban* e *Gringo culture makes its mark in Brazil* a fim de demonstrar a incidência do discurso darwinista-social¹ (Scliar, 2006), que preconiza a sobrevivência do mais apto, procurando justificar a desigualdade social como resultado da evolução natural.

3.1 A Natureza Desinibida dos Brasileiros

No artigo intitulado: *Brazil's ad men face billboard ban*, o jornalista explora a polêmica suscitada por uma recente lei que regulamenta a utilização de letreiros e outdoors na cidade de São Paulo. Após a manchete, temos um subtítulo no qual se afirma é impossível ignorar as propagandas existentes na cidade. No corpo do parágrafo principal, somos alertados que a escolha (*the choice*) dos produtos expostos nas propagandas paulistanas caracteriza a natureza da sociedade brasileira: "*The choice of products on display sometimes bears witness to the uninhibited nature of Brazilian society.*".

¹ O darwinismo social é a tentativa de se aplicar o darwinismo nas sociedades humanas.

Segundo o dicionário Oxford (Hornby, 1984), o adjetivo *uninhibited* tem o sentido de "*free from the social and moral restraints usual among conventional people*". O uso desse adjetivo atribui à natureza da sociedade brasileira a qualidade de ser livre das limitações morais e sociais que são comuns aos leitores anglo-americanos. Por meio dessa representação, o aluno-leitor brasileiro pode julgar que é característica dos brasileiros serem todos desinibidos.

Mais adiante no texto a escolha, à qual o enunciador faz referência na seqüência mencionada acima, é explicitada como sendo a da propaganda de roupas íntimas veiculada nas fotos dos outdoors: "*A remarkable number of ads feature giant images of men and women dressed only in their underwear...*". O uso dos adjetivos *remarkable* e *giant* atrelados aos substantivos *number* e *images* traz uma carga de excesso a esses atributos da realidade que o enunciador jornalista deseja relatar. A oposição, que uso do advérbio *only* cria na seqüência mencionada, traz certa carga negativa ao relato, criando um efeito de depauperamento devido à ausência de vestimentas.

Representar a sociedade brasileira como desinibida, devido ao hábito de utilizar modelos despidos de vestuários em propagandas expostas pela cidade, pode levar o aluno-leitor a concluir que o povo brasileiro é extrovertido porque expõe os corpos publicamente. A expectativa do enunciador jornalista de que os modelos devam trajar mais vestimentas nas fotos veiculadas em outdoors pode também levar o aluno leitor brasileiro a crer que não sabemos nos apresentar publicamente segundo os padrões anglo-americanos.

3.2 O Lugar do Diferente

O jornalista relata no artigo *Gringo culture makes its mark in Brazil* sobre a iniciativa de estrangeiros residentes anglo-americanos de construir sites informativos sobre o Brasil, citando como positivo o exemplo das publicações criadas pela comunidade brasileira no Reino Unido. O repórter alerta seu leitor sobre aspectos culturais que possa desconhecer, utilizando os relatos de estrangeiros residentes no Brasil.

No parágrafo intitulado *Language essential*, o jornalista adverte (*absolutely essential*) seu

leitor sobre a importância de falar a língua local, fazendo uso das palavras de um outro estrangeiro que aqui reside: ““ *It's absolutely essential that you know how to speak Portuguese if you come here.*”... *he says.*” A inviabilidade de se viver no Brasil apenas falando a língua inglesa, expressa na seqüência mencionada acima, demonstra a expectativa do enunciador jornalista de que o seu o leitor anglo-americano possa ignorar ou desconsiderar o fato que a língua portuguesa seja utilizada no Brasil, e de que o leitor anglo-americano possa julgar que sua língua seja falada no Brasil sem que ocorram problemas de comunicação.

Representar a necessidade de falar a língua do país no qual o estrangeiro deseja morar pode reforçar no aluno-leitor a noção de que a língua inglesa é universal, caracterizando a língua portuguesa como uma língua de menor importância.

No parágrafo intitulado: *Culture shock*, o jornalista alerta sobre a possibilidade de que um choque de culturas ocorra quando o estrangeiro vier morar no Brasil, utilizando o exemplo e as palavras do americano Matthew Shirts. O choque perante a nova cultura é enfatizado pelo uso da expressão *completely taken aback* em: “*Having grown up in liberal southern California, he was completely taken aback when he arrived in the town of Dourados...*”. O estranhamento, perante as diferenças culturais, também é reforçado pelo contraste relacionado ao local de procedência, adjetivado como *liberal* na seqüência mencionada, e o local de destino, adjetivado mais adiante no texto como *very rural and quite conservative*: “*And all of a sudden, to come to a very rural and quite conservative part of Brazil...*”.

O diferente representado como uma característica negativa do outro, da cultura para qual o estrangeiro se desloca, reforça o sentido de que o estilo de vida do estrangeiro é melhor do que o do brasileiro, caracterizando o contato entre culturas como sendo unilateral. O deslocamento apresenta-se em uma escala de estilos de vida que parte do mais evoluído (*liberal*) para o mais atrasado (*very rural and quite conservative*).

Representar as culturas por critérios unilaterais segundo uma escala civilizatória, pode levar o aluno leitor a crer que as diferenças culturais sejam ruins, que existam culturas inferiores e superiores e que um estilo de vida é melhor do que outro.

4. Considerações Finais

Apresentamos nesse trabalho o percurso realizado na investigação e resultados parciais da pesquisa. Partimos da necessidade de uma interação crítica com os textos provenientes da Internet, considerando que a identidade e a diferença são ativamente produzidas na linguagem. Fizemos uma breve análise de um pequeno recorte do corpus com o objetivo de exemplificar como o jornalista estrangeiro, ao representar o Brasil para seus leitores anglo-americanos, pode reforçar imagens do aluno-leitor brasileiro possui do que significa ser brasileiro.

5. Bibliografia

AUTHIER-REVUZ, J. (1982). Entre a transparência e a opacidade: um estudo enunciativo do sentido. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2004.

CARMAGNANI, A.M.G. A Argumentação e o Discurso Jornalístico. A questão da heterogeneidade em jornais ingleses e brasileiros. São Paulo, 1996. 335 f. Tese (Doutorado em Lingüística Aplicada ao Ensino de Línguas) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo.

_____. (2003). A Questão da Identidade na Mídia: reflexos na sala de aula. Em: CORACINI, M. J. (Org.). *Identidade e Discurso: (des)construindo identidades*. Campinas: Unicamp, 2003.

CORACINI, M. J. R. F. Leitura: Decodificação, Processo Discursivo. Em: CORACINI, M. J. R. F. (Org.). *O Jogo Discursivo na Aula de Leitura: Língua Materna e Língua Estrangeira*. Campinas: Pontes, 1995.

FAIRCLOUGH, N. *Media Discourse*. London: Edward Arnold, 1995.

GRIGOLETTO, M. A Resistência das Palavras: Discurso e Colonização Britânica na Índia. Campinas: Unicamp, 2002.

HALL, S. (1996). Quem precisa da Identidade? Em: SILVA, T. T. (Org.). *Identidade e Diferença: A Perspectiva dos Estudos Culturais*. Petrópolis: Ed. Vozes, 2000.

HALL, S. (1992). *A Identidade Cultural na Pós-Modernidade*. 10. ed., Rio de Janeiro: DP&A, 2005.

HORNBY, A. S. *Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English*. Oxford: University Press, 1984.

SCLIAR, M. Os genes de Romeu e Julieta. Folha de São Paulo: São Paulo 26/03/2006
Disponível em: <http://www.academia.org.br/abl/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm>. Acessado em 20.03.07.

SILVA, T. T. A Produção Social da Identidade e da Diferença. Em: SILVA, T. T. (Org.). *Identidade e Diferença: A Perspectiva dos Estudos Culturais*. Petrópolis: Ed. Vozes, 2000.

Sites Consultados:

About the BBC - Purpose and Values. Disponível em: <http://www.bbc.co.uk/info/purpose/>.
Acessado em 18.09.06.

Brazil's ad men face billboard ban. Disponível em: <http://news.bbc.co.uk/2/hi/business/5355692.stm>. Acessado em 18.11.06.

Gringo culture makes its mark in Brazil.

Disponível em: <http://news.bbc.co.uk/2/hi/business/5360502.stm> Acessado em 18.11.06.