



UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
CENTRO DE HUMANIDADES
DEPARTAMENTO DE LETRAS VERNÁCULAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM LINGUÍSTICA

**O CULTUREMA AMÉLIA: UMA UNIDADE LINGUÍSTICA, IDEOLÓGICA E
CULTURAL DO PORTUGUÊS BRASILEIRO**

JULIANA PAIVA SANTIAGO

FORTALEZA

2014

JULIANA PAIVA SANTIAGO

**O CULTUREMA AMÉLIA: UMA UNIDADE LINGUÍSTICA, IDEOLÓGICA E
CULTURAL DO PORTUGUÊS BRASILEIRO**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Linguística (PPGLing) da Universidade Federal do Ceará (UFC), como requisito para a obtenção do título de Mestre.

Área de concentração: Linguística

Orientadora: Prof.^a Dra. Rosemeire Selma Monteiro- Plantin.

FORTALEZA

2014

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação
Universidade Federal do Ceará
Biblioteca de Ciências Humanas

S226c Santiago, Juliana Paiva.
O culturema amélia : uma unidade linguística, ideológica e cultural do português brasileiro /
Juliana Paiva Santiago. – 2014.
109 f. : il. color., enc. ; 30 cm.

Dissertação (mestrado) – Universidade Federal do Ceará, Centro de Humanidades, Departamento
de Letras Vernáculas, Programa de Pós-Graduação em Linguística, Fortaleza, 2014.
Área de Concentração: Linguística.
Orientação: Profa. Dra. Rosemeire Selma Monteiro-Plantin.

1.Amélia(Substantivo feminino). 2.Língua portuguesa – Brasil – Palavras e expressões. 3.Língua
portuguesa – Aspectos sociais – Brasil. 4.Mulheres – Identidade. 5.Cultura. I. Título.

CDD 469.554

JULIANA PAIVA SANTIAGO

**O CULTUREMA AMÉLIA: UMA UNIDADE LINGUÍSTICA, IDEOLÓGICA E
CULTURAL DO PORTUGUÊS BRASILEIRO**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Linguística (PPGLing) da Universidade Federal do Ceará (UFC), como requisito para a obtenção do título de Mestre.

Área de concentração: Linguística

Orientadora: Prof. Dra. Rosemeire Selma Monteiro- Plantin

Aprovada em: ____/____/____

BANCA EXAMINADORA

Profa. Dra. Rosemeire Selma Monteiro-Plantin (Orientadora)
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Profa Dra Eulália Vera Lúcia Fraga Leurquin
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Prof. Dr. Antônio Luciano Pontes
Universidade Estadual do Rio Grande do Norte (UERN)

Às identidades femininas, independente de onde se manifestem e se materializem.

Dedico.

AGRADECIMENTOS

A Deus que, em sua infinita bondade, olha por nós.

À minha mãe, Elivânia, ao meu pai, Luiz e ao meu irmão Ricardo por, juntos, construirmos nosso lar cheio de apoio mútuo e união.

À Prof. Dra. Rosemeire Monteiro-Plantin, quem amistosa e profissionalmente me acolheu nestes anos de Mestrado e orientou na execução deste trabalho.

Aos professores do PPGLing Maria Izabel Magalhães, Mônica Serafim, Ricardo Leite e Maria Elias pela generosidade ao compartilhar seus saberes linguísticos e didáticos ao longo dessa formação.

Aos professores Nelson Costa e Lívia Baptista pelas observações feitas ao Projeto de dissertação, bem como pelas contribuições valiosas dadas durante a qualificação.

Aos colegas do PPGLing e do grupo PLIP (Políticas Linguísticas de Internacionalização do Português) Ernando Chaves e Marilene Pinheiro pela assistência prestada para a realização da defesa intercontinental deste trabalho.

Ao dedicado secretário do PPGLing Eduardo Xavier por sempre prontificar-se a ajudar-me quando de sua atenção necessitei.

Ao amigo Flávio Clementino da Silva pelo auxílio prestado na elaboração da apresentação.

Ao amigo Samuel Penteadó Urban pelo apoio constante dado em prol dos ajustes deste trabalho, feitos em Timor-Leste.

A verdade é que a palavra, ela mesma, em si própria não diz nada. Quem diz é um acordo estabelecido entre quem fala e quem ouve. Quando existe acordo, existe comunicação, mas quando esse acordo se quebra ninguém diz mais nada, mesmo usando as mesmas palavras.

(MOSÉ, 2013)

RESUMO

Neste trabalho, foram estudados os aspectos culturais e ideológicos que fomentam o estereótipo "submisso" atribuído ao gênero feminino e lexicalizado, no Brasil, pela palavra "amélia". A partir dos pressupostos teóricos já postulados sobre Culturemas, por Veermer (1983), Nord (1997), Vilela (2000), Luque Nadal (2009, 2010), Pamies Bertrán (2010) tencionou-se, aqui, averiguar sua complexidade linguística, carga semântica e seu grau de representatividade social em grupos identitários femininos. Para tanto, objetivou-se: observar os contextos de uso e repetição do culturema "Amélia" que o validasse como tal e verificar a relação entre o culturema e o estereótipo que compõe sua definição, de modo a identificar os traços semânticos que são associados ao culturema em questão. Metodologicamente, partiu-se do uso da palavra cultural brasileira "amélia" (palavra acoplada ao vocabulário do Português Brasileiro para designar mulher submissa) como principal critério para coleta de amostra (entre *weblogs*, crônicas, comunidades da Internet, redações, depoimentos). Em seguida, investigaram-se aspectos culturais e o conteúdo atrelado a este vocábulo, encontrando, por conseguinte, a negociação ideológica e cultural que fortemente se estabelece, tomando por base o conceito de Culturema (Luque Nadal, 2009). Como resultado, obtivemos uma visão detalhada das características deste culturema brasileiro, seu grau de representatividade na sociedade que o utiliza e os componentes conceituais de identidade e de estereótipo incorporados na sua carga semântica, o que possibilitou formar um quadro claro dos componentes das palavras culturais para trabalhos posteriores. Esta pesquisa, feita sob o plano de fundo da internacionalização do Brasil pelo Português Brasileiro, bem como da série de saberes evocados pelos culturemas, tratou de desconstruir o vocábulo nascido no Português Brasileiro com a conotação cultural que vigora, visando assim ser um ponto de partida para subsidiar a inserção cultural no ensino e aprendizagem de Português como Língua Estrangeira através do léxico e a dicionarização de palavras culturais e suas potenciais cargas semânticas em diversas línguas.

Palavras-Chave: Culturema. Amélia. Português Brasileiro. Cultura. Identidade.

RESUMEN

Este trabajo estudia los aspectos culturales e ideológicos que construyen el estereotipo "sumiso" atribuido al género femenino y lexicalizado, en Brasil, por la palabra "amélia". Partiendo de los presupuestos teóricos que ya se han postulado sobre Culturemas con Veermer (1983), Nord(1997), Vilela (2000), Luque Nadal (2009,2010), PamiesBertrán (2010), se busca averiguar su complejidad lingüística, fuerza semántica y su grado de representatividad social en grupos identitarios femeninos. Para eso, se objetiva observar: los contextos de uso y repetición del culturema "Amélia" que lo valga en su definición y verificar la relación entre el culturema y el estereotipo que compone su definición; analizar los contextos de uso de "Amélia" e identificar los rasgos semánticos asociados al culturema estudiado. Metodológicamente, partimos del uso de esa palabra cultural brasileña (palabra adjunta al vocabulario del Portugués Brasileño por simbolizar "mujer sumisa") como principal criterio para recolecta de muestra (entre weblogs, crónicas, comunidades de Internet, redacciones, testigos). A continuación, se han investigado los aspectos culturales y el contenido vinculado a dicho término, encontrando, por consiguiente, la negociación ideológica y cultural que fuertemente se establece, con basis en el concepto de Culturema (Luque Nadal, 2009). Como resultado final, obtuvimos una visión detallada de las características de ese culturema brasileño, su grado de representatividad en la sociedad que lo utiliza, los componentes conceptuales (identidad, estereotipo) presentes en su carga semántica, formando un cuadro claro de los componentes das palabras culturales para trabajos posteriores. Esta investigación se la hizo bajo el contexto de internacionalización de Brasil por medio del Portugués Brasileño, así como también se ha utilizado de los conocimientos evocados por los Culturemas. Se ha tratado aquí, de la desconstrucción del curioso término, nacido en el Portugués Brasileño con su connotación cultural, como punto de partida para subsidiar la inserción cultural en la enseñanza-aprendizaje de Portugués como Lengua Extranjera através del léxico y la diccionarización de palabras culturales y sus potenciales fuerzas semánticas en diversas lenguas.

Palabras-Clave: Culturema. Amélia. Portugués Brasileño. Cultura. Identidad.

LISTA DE FIGURA

FIGURA 1: Charge da representação do Brasileiro	38
FIGURA 2: Árvore de Saussure x Conceito e Imagem Acústica aplicado a outro símbolo.....	52
FIGURA 3: Seis avatares das Comunidades da Rede Social Orkut	56
FIGURA 4: Charge “Felíz día de la mujer”	59
FIGURA 5: Boneca “Amelinha”	79
FIGURA 6: Avatar do weblog “amélias de salto.com”	91

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1: Relação Cultura e Identidade.....	36
QUADRO 2: Relação Significante x Significado e Significante' x Significado'.....	53
QUADRO 3: Estereótipo x Representação x Culturema I.....	55
QUADRO 4: Estereótipo x Representação x Culturema II.....	57
QUADRO 5: Culturema x Estereótipo.....	60
QUADRO 6: Significante' x Significado' x Culturema.....	62
QUADRO 7: Características: Culturemas x Palavras-chave.....	64
QUADRO 8: Palavras-chave – Culturema: hipônimos.....	64
QUADRO 9: Quadro Quantitativo <i>Corpus</i> x Natureza.....	70
QUADRO 10: Comunidades em Rede Social x Quantidade de Membros.....	84
QUADRO 11: Títulos de <i>Weblogs</i> x Endereços Eletrônicos.....	87
QUADRO 12: Semas Positivos x Semas Negativos.....	90
QUADRO 13: Culturema “Amélia” x Campo Semântico.....	99

LISTA DE SIGLAS

L2	Segunda Língua
LE	Língua Estrangeira
LM	Língua Materna
PB	Português Brasileiro
PL2	Português Língua Segunda
PLE	Português Língua Estrangeira
UF	Unidade Fraseológica

SUMÁRIO

CONSIDERAÇÕES INICIAIS	13
CAPÍTULO 1 – REFLEXÕES SOBRE O ENSINO DE PORTUGUÊS COMO LÍNGUA ESTRANGEIRA E A INTERNACIONALIZAÇÃO DO BRASIL PELO SEU PORTUGUÊS BRASILEIRO	19
1.1 Português Brasileiro: da “difícil” língua imposta à procurada Língua do país tropical	19
1.2 Ineditismo ao pensar os Portugueses como Línguas Estrangeiras	20
1.3. Pensar o Português como Língua Materna “Que-Nem-Eu-Falo Direito”	24
CAPÍTULO 2 – CULTURA EM ESFERA LINGUÍSTICO-SOCIAL	27
2.1 Origens e teorias dos Estudos Culturais.....	27
2.2 Representações e Identidade.....	34
2.3 O projeto Dicionários Linguístico-Culturais	40
2.4 Considerações sobre Fraseologia	42
CAPÍTULO 3 – CULTUREMAS: UNIDADES LINGUÍSTICAS, IDEOLÓGICAS E CULTURAIS	44
3.1 Entender o culturema na cultura global.....	44
3.2 Culturemas: estereótipos irmanados à cultura e linguisticamente registrados	48
3.3 Cuturemas: estereótipos irmanados à cultura e linguisticamente representados	49
3.3.1 <i>Culturema x Estereótipo: de uma instância estrutural a um significado cultural</i>	51
3.3.1.1 Materializando o Estereótipo.....	51
3.4 Elementos marcados culturalmente, campo semântico e palavra-chave	63
3.5 Culturema x Palavra-Chave	63
3.6 A Cultura e os personagens.....	64
3.6.1 <i>Personagens culturemas do PB</i>	66
CAPÍTULO 4 – PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	69
4.1 Categorias de análise	73
4.2 Procedimentos de análise	74

CAPÍTULO 5 – ANÁLISE DE DADOS: AMÉLIA	75
5.1 Amélia: termo pejorativo ou apreciativo?	78
5.2 Títulos e descrições de Comunidades das Redes Sociais	83
5.3 Weblogs “amelistas” e a construção ideológica	87
5.4 Funções argumentativas e cognitivo-hermenêuticas e propulsão a neologismos	92
5.5 Analisando fórum de opiniões: função argumentativa e complexidades Simbólica de “amélia”	93
5.5.1 Desconstruindo Amélia	96
CONSIDERAÇÕES FINAIS	100
REFERÊNCIAS	103

CONSIDERAÇÕES INICIAIS

De tão automatizada, imbricada a outras áreas do conhecimento, usual, abrangente, acessível aos nativos brasileiros, de todas as profissões, idades e classes sociais, a linguagem falada em Português Brasileiro (doravante PB), constante e diariamente passa despercebida em diversas situações em que usuários nativos - nascidos e criados em território brasileiro - são usualmente expostos.

Para a maioria de nós, os atos de fala e a compreensão são satisfatórios em boa parte das nossas atividades cotidianas, de modo que a fala produzida em nossa língua materna se torna cada vez mais espontânea e de produção imediata.

Entretanto, trazendo a reflexão sobre a língua para o plano estruturalista, no qual atribuímos um conceito para uma imagem acústica, por exemplo, passamos a observar que o significado (conceito) atribuído a algumas imagens acústicas, ou vice-versa, não se baseiam somente na convenção, nem tampouco no “dever” de distinguir uma palavra da outra para, então, termos um sistema linguístico baseado em diferenças. Observamos, assim, que a palavra pode ser originada, afixada à língua ou ter seu significado original alterado dada a necessidade de uma comunidade que, por cultivar um forte traço cultural, necessita de uma representação linguística, um item lexical. A esse item lexical, nascido ou cunhado a partir de um traço cultural, forjam-se-lhe representações, ora advindas desse traço, ora atribuídas pelos falantes que reproduzem aquele item lexical social e culturalmente a fim de, a partir dele, defender interesses.

Um exemplo disso é o item lexical genuinamente brasileiro “amélia”. Uma palavra que adquiriu carga semântica cultural a partir de um samba-canção, intitulado “Ai, que saudade da Amélia”, composto por Ataulfo Alves e Mário Lago, em 1940, cujo enredo consiste na narrativa de um saudoso homem que enaltece a ex-mulher, exaltando características de humildade e resignação. Desde então, passou a ser utilizado pelos brasileiros e, posteriormente, foi dicionarizado.

O item lexical “amélia” entrou na Língua Portuguesa Brasileira para suprir uma demanda cultural, afixando-se, não para nomear um objeto, mas para nomear um padrão de conduta cultural, um estereótipo, neste caso, um estereótipo vigente do gênero feminino - o de mulher submissa.

Pensar nessas palavras que respondem a uma demanda cultural é uma tarefa relativamente recente na Linguística e, graças aos estudos fraseológicos – estudos de palavras e expressões que guardam sentido cultural- especialmente aos desenvolvidos por Veermer (1983), Nord(1997), Vilela (2000), Luque Nadal (2009,2010) e Pamies Bertrán (2010), essa questão ganha enfoque e metodologia científica dentro dos estudos linguísticos e de tradução e tais palavras estão, aos poucos, sendo elucidadas em contexto acadêmico.

Eventualmente, palavras com um significado cultural se arraigam ao escopo lexical de um nativo. Revisitando o prisma estruturalista de Saussure (1978), sob o mesmo processo que se arraiga também ‘mesa’, ‘cadeira’, ‘casa’, ou seja, ligando o conceito a uma imagem acústica. É o caso de “amélia”, pois devido a frequência do seu uso para expressar um dado conceito, essa “amélia”, que um dia se tratava apenas de um nome próprio, ganhou carga semântica, imagem acústica, representações correspondentes e, finalmente, fixou-se à língua.

Diferente de “mesa”, “cadeira” e “casa”, uma “amélia”, em sentido cultural, só será vislumbrada materialmente falando, se o falante tiver em mente as imagens acústicas que podem chegar a representar uma “amélia”. Por exemplo: figura feminina + itens representacionais que compõem a imagem.

A realidade é que todas as palavras, de um modo ou de outro, passam por esse processo, se é de fato tão simples assim atribuir uma única imagem acústica (significante) a um só conceito (significado), ignorando todas as variações existentes do signo (significado + significante). Por esse motivo, ou seja, de um significante (imagem acústica) poder assumir várias formas e ainda assim enquadrar-se no significado (conceito), a ilustração da árvore que exemplifica o conceito “Significado x Significante” do Curso de Linguística Geral/CLG (1978) haver assumido um caráter polêmico. Contudo, ter uma ideia de imagem acústica projetada sobre um conceito, ainda que essa ideia não seja completa e ampla de modo a abranger tudo que possa ser entendido dentro daquele conceito, mas que, ao menos possua semas compartilhados é um dos fatores que fazem a língua funcionar como código comunicacional. A unidade linguística não é tão simplista quanto o gráfico “Conceito x Imagem Acústica” faz supor. Não obstante, conforme defende o próprio CLG, “esta visão pode nos aproximar da verdade, mostrando-nos que uma unidade linguística é uma coisa dupla (...) (p. 79)”.

Em outras palavras, quando o sujeito menciona a palavra “cadeira” e outro falante nativo entende, não significa que se lhes ocorreu exatamente a mesma imagem, mas que

ambos atrelaram à carga semântica da palavra os semas que são comuns, no caso, a todas as cadeiras: artefato que serve para uma única pessoa sentar, por exemplo.

Outro argumento, menos estruturalista que cultural, diz respeito aos estereótipos em torno da carga semântica. Bennet (1998, p.6) reforça a ideia de que as palavras recebem influência cultural, que varia de um lugar para outro, argumentando que “se não partirmos de nenhuma hipótese sobre diferenças culturais, poderemos cair no individualismo ingênuo, achando que cada pessoa age de um modo completamente único”. E reforça dizendo que “senso comum, é, obviamente, comum somente para uma cultura particular. Sua aplicação fora da própria cultura de alguém é geralmente etnocêntrica”, afirma o autor.

Bennet (1998, p. 6), então defende a ideia de que “apesar dos riscos de estereótipos, as generalizações culturais são necessárias”. E necessárias são, acrescento, não por serem suficientes em si, mas porque lançam uma das mais pertinentes reflexões dos linguistas: a língua não é, assim, tão óbvia.

Tendo em vista todas as supracitadas características linguísticas, investigamos aqui o conceito de *culturema* a partir do que já existe em Fraseologia, Tradutologia e Estudos Culturais e que vem sendo fomentado por estudos que buscam cada vez mais encontrar seus pontos consensuais, uma vez que se trata de um conceito ainda muito abrangente.

Culturemas ou palavras-culturais, *grosso modo*, são palavras que evocam símbolos e cuja carga semântica é culturalmente motivada. Entretanto, essa definição é uma brevíssima explicação, dada sua abrangência em termos de vários aspectos, a saber: funções; aparições em textos midiáticos e em falas cotidianas; diversidade de fontes; grande campo semântico que podem abranger, uma vez empregados; problemas que podem acarretar a um tradutor e ainda riqueza cultural e vernacular que podem trazer a um aprendente de Português Língua Estrangeira (doravante PLE) e ao falante autóctone que agrega *culturemas* ao próprio vocabulário.

Numa era em que todos os profissionais engajados no ensino de LE (língua estrangeira) buscam elaborar formas eficazes de acoplar a cultura da língua-alvo ao seu ensino ou aprendizagem, refletir sobre fraseologia e *culturemas* significa se abrir para a possibilidade de que a cultura seja mais tangível do que se costuma pensar; de que ela esteja expressa através da palavra.

Tendo elucidado o leitor sobre os traços estruturais e aspectos culturais que perpassam uma palavra até que ela seja o que é, comunique e se fixe tão eficaz e tão independentemente

à língua, ao ponto de lançarmo-la em portais de busca na Web e termos uma imagem absolutamente cultural e de riqueza simbólica dada como seu equivalente, começamos a perseguir o ponto-chave que nos leva à desconstrução de um elemento linguístico que até hoje nos foi automático porque somos nativos brasileiros. Para isso, cabe-nos entender, também, o berço linguístico deste culturema em aspectos linguísticos e culturais.

0.1 Procedimentos à “Amélia”

A partir dos pressupostos de Veermer (1983), Nord (1997), Marín Hernandez (2005) Pamies Bertrán (2007,2009,2010), Luque Nadal (2009,2010), e no que se refere a culturemas, componentes do escopo Fraseológico, de uma revisitação aos estudos culturais encabeçados por Silva e Woodward (2000), Hall (2000,2001), Bauman (2013), e do contexto de ensino de PLE, Almeida Filho (2011, 2012), delinearemos um conceito convergente à análise aqui apresentada e coerente com as variáveis que tomamos em consideração nesta pesquisa.

Para que este conceito fosse bem delineado (o que não significa delimitado), exploramos conceitos similares dentro da Fraseologia (tal como palavra-chave), dos Estudos Culturais (representação, identidade, negociação cultural) e o de Estereotipia em Lipmann (1922), Putnam (1975), Schapira (1992), Bennet (1998), Vilela (2000) e Monteiro-Plantin (2010).

Sob essa perspectiva, alistamos as hipóteses a seguir e, conseqüentemente, os objetivos que consideramos adequados para comprová-las:

➤ **HIPÓTESE BASE**

O culturema “Amélia” é a representação gráfica do estereótipo social da mulher submissa e apresenta força ideológico-social no Português Brasileiro.

➤ **HIPÓTESES SECUNDÁRIAS**

- O culturema “Amélia” se válida pela repetição do seu uso em significado cultural
- Possui desdobramento linguístico, sendo esse desdobramento passível de uso e compreensão em significado cultural por parte de um indivíduo do Português Brasileiro, ainda que não estejam formalmente dicionarizados;
- O culturema “Amélia” é a representação gráfica de um estereótipo social;

- O culturema “Amélia” é utilizado linguisticamente como pilar de representação de dois grupos identitários femininos: amélia x não-amélia;
- A carga semântica do culturema “Amélia” carrega em si ambiguidade, que ora se mostra ofensiva, ora enaltecida dos grupos identitários que sob ele se inscrevem.

➤ **OBJETIVO GERAL**

Fazer a análise do culturema brasileiro Amélia, a partir dos pressupostos teóricos já apresentados na literatura pertinente, averiguando, na sequência, a complexidade linguística, a carga semântica e seu grau de representatividade social em grupos identitários femininos.

➤ **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Observar os contextos de uso e repetição do culturema “Amélia” que o valide como tal;
- Verificar a relação entre o culturema e o estereótipo que compõe sua definição;
- Analisar os contextos de uso de “Amélia”, de modo a identificar os traços semânticos que são associados ao culturema em questão;
- Averiguar a carga semântica do culturema “Amélia”.

Esta dissertação está dividida em sete partes: a primeira sob a denominação Considerações Iniciais apresenta a justificativa e uma breve apresentação das outras partes que compõem este trabalho, a saber: hipóteses, objetivos, cinco capítulos e as considerações finais.

O Capítulo 1, intitulado REFLEXÕES SOBRE O ENSINO DE PORTUGUÊS COMO LÍNGUA ESTRANGEIRA E A INTERNACIONALIZAÇÃO DO PORTUGUÊS BRASILEIRO, mostra o Português Brasileiro como pano de fundo sobre o qual surgiu a nossa reflexão acerca dos culturemas. Nesse capítulo, debatemos desde o relativo ineditismo ao se trabalhar e pensar no Português como LE e L2, ao posicionamento dessa língua em contexto global, algumas das características que a torna diferenciada e de traços culturais marcantes e o posicionamento da sociedade que fala o Português como língua materna. Refletimos sobre a associação língua e cultura em vigor no ensino de português brasileiro, caracterizando essa associação como um traço essencial para a motivação

O capítulo 2 CULTURA EM ESFERA LINGUÍSTICO-SOCIAL vem trazer-nos, inicialmente, as origens e algumas das teorias dos Estudos Culturais mais influentes do século XXI em termos de línguas e sociedades, para, em seguida, abrir espaço ao subtópico “Representações e Identidades”, no qual abordamos como o entrecruzamento desses conceitos influenciam a língua e, especialmente, corroboram na edificação do conceito de “Culturema”.

Em seguida, apresentamos dois subtópicos. Um deles referente aos dicionários linguístico-culturais desenvolvidos pela Universidad de Granada e o outro, um breve apanhado teórico sobre Fraseologia, subárea linguística que abrange o universo das expressões fixas, parêmsias, colocações, provérbios, idiomatismos, expressões idiomáticas e o conceito aqui visitado: culturemas.

O nosso terceiro capítulo CULTUREMA: UNIDADES LINGUÍSTICAS, IDEOLÓGICAS E CULTURAIS visa aproximar gradativamente o leitor de modo ainda mais preciso, familiarizando-o com exemplos de culturemas. Ali, há um vislumbre de como possivelmente estaria posicionado um culturema em uma perspectiva estruturalista, usando, para isso, a dicotomia “Conceito e Imagem acústica”. A escolha da dicotomia é justificada tendo em vista a proximidade com o conceito de estereótipo traçado por Lippman (1922) de *Pictures in our head*. A partir daí, são traçados paralelos entre conceitos linguísticos e culturais próximos aos que entendemos por Culturema, tencionando investigar as diferenças e semelhanças entre eles. Nesse momento, enfatizamos o paralelo com o conceito de Estereótipo cuja semelhança é reforçada, porém, não no mesmo plano de linguagem do culturema que abordamos. “Amélia” é, ao longo do capítulo, pautado como exemplo do que ora se entende por culturema.

O quarto capítulo corresponde aos procedimentos metodológicos, no qual reveremos os objetivos do trabalho e as hipóteses, alinhando-os aos critérios de seleção de material e aos procedimentos de análise.

O capítulo de Análise dos dados vem para apresentar o surgimento de “amélia” na língua, o contexto sociopolítico em que se encontrava o Brasil quando a palavra surgiu e em que contextos linguísticos ela aparece, o que vem a reforçar e ao que vem a se opor, para daí tabularmos sua carga semântica. Além disso, a mostra quantitativa visa suprir o requisito “repetição e vivacidade” linguística, mostrando que ainda há uso e desdobramento linguístico de “Amélia” em sentido cultural. Enquanto que a análise qualitativa visa reforçar a complexa rede que envolve representação identitária de grupos sociais femininos (amélia, entre-amélia, não-amélia) e estereotipia materializada na palavra.

CAPÍTULO 1 – REFLEXÕES SOBRE O ENSINO DE PORTUGUÊS COMO LÍNGUA ESTRANGEIRA E A INTERNACIONALIZAÇÃO DO BRASIL PELO PORTUGUÊS BRASILEIRO

1.1 Português Brasileiro: da “difícil” língua imposta à procurada língua do país tropical

Devido às cada vez mais novas redes de comunicação, às exigências mercadológicas de capacitação e às atividades cotidianas às quais homens e mulheres são expostos, a fala humana recebe cada vez mais estímulos do meio e do ritmo de vida dos seus falantes. Assim, no século XXI, a fala dos brasileiros e brasileiras ganha velocidade e apócoses (abreviação de termos), derivados não somente de um sotaque ao que o indivíduo é previamente exposto, mas também de uma ampla necessidade de comunicação eficaz e imediata baseada no insumo linguístico e na habilidade de compreensão linguística dos interlocutores.

Tal pensamento se fundamenta na obra do sociolinguista Marcos Bagno (1999;2003;2007), nas quais se lançam, entre outras, reflexões da influência do meio na fala dos brasileiros e ressaltam a importância dos laços de cumplicidade linguística entre o falante e ouvinte (interlocutores), no intuito de prezar pela boa comunicação em detrimento desta ou daquela forma “correta” de falar.

Trazendo esta habilidade tão cotidiana e que, embora passível de reflexão, já nos é tão automática, o Português Brasileiro desafia a nós, linguistas, que tão recentemente nos comprometemos a pensá-lo em contexto de Língua Estrangeira e de língua que goza cada vez mais de certo prestígio e adesão em contexto mundial.

Comumente ouvimos de falantes brasileiros nativos declarações acerca do próprio idioma que revelam sentimento de inferioridade tais como: “Português é uma língua difícil”, “Não sabemos falar nem o Português direito!” (afirmações também questionadas na obra de Bagno), e outras declarações nas quais se delega a “boa fala” e a reflexão acerca da língua para os doutos. Tais fatos contribuem para que, conseqüentemente, a língua siga sendo um fator de *apartheid* social como outrora foi à maioria dos brasileiros e um forte estigma que os próprios falantes cultivam acerca de sua língua.

Em contrapartida, o discurso se contradiz quando boa parte dos brasileiros se julga apta, por exemplo, à compreensão da língua espanhola, não parecendo ver seu aprendizado como desafiador por tratar-se de uma língua “parecida com o Português”. Como pode uma língua parecida com o português ser uma língua fácil? O desafio de refletir sobre o português,

à opinião do senso comum, parece exaustivo, ao passo que o desafio de refletir sobre o espanhol parece desnecessário (o que é um mito) – uma vez que já se tem a referência do Português.

Isso ocorre por vermos algumas referências linguísticas de fala do PB, tais como fonemas, vocabulário, sintagmas e determinadas entonações além de concordâncias verbais e nominais serem válidas quando comparadas com algumas das estruturas básicas da língua espanhola e disso se utiliza o falante.

Não obstante, quando há uma análise séria e uma exposição maior à língua espanhola, percebemos suas peculiaridades que, de fato, requerem referências além de gramáticas e de fonéticas, embora essas também existam de forma peculiar no Espanhol - referências culturais e idiossincráticas que marcam o idioma falado hoje - assim como o Português também as têm.

Este paralelo entre o Português e o Espanhol e a visão interna dos brasileiros comprovada, faz-se importante tanto pelo i) ineditismo de pensar o Português como Língua Estrangeira, quanto por ii) pensar o Português como Língua Materna “*Que-Nem-Eu-Falo-Direito*”.

Partindo dessa premissa, assumimos, de antemão, a flexibilidade didática e ideológica características dos docentes de línguas estrangeiras que viveram uma imersão cultural relevante e também aprenderam normativamente o idioma estrangeiro em universidade e (ou) curso regular livre. Tais atributos caracterizam os docentes e os pesquisadores de PLE, em especial. Sem esquecer da incessante busca pela valorização do Português enquanto Língua Materna (como ele é: com interferências, apócpes, velocidade e, principalmente, como foca este trabalho: fraseologismos e intervenção cultural) e o Português como Língua Estrangeira: que carece da sensibilidade linguística do docente-pesquisador de reconhecer e evidenciar didaticamente os pontos nos quais a língua se manifesta de forma “estratégica” (seja por intervenção da cultura, da fonética, etc.) e em quais momentos um planejamento menos complexo pode ser legitimamente adotado.

1.2 Ineditismo de pensar o Português como Língua Estrangeira

Embora o pensar Português como Língua Estrangeira tenha surgido no Brasil por volta do século XVI, com as primeiras escolas jesuítas (ALMEIDA FILHO, 2011, p. 160), ainda hoje é inovador e original, para a Linguística e para o mundo, pensar o Português no escopo L2, LE e língua de trabalho. Isso se deve a fatores que vão desde os resquícios pós-coloniais

que, não obstante, vigoram no Brasil (comportamento, forma de governo, economia, distribuição de renda, posicionamento em *rankings* mundiais de educação, etc.); escassa bibliografia específica; ao tempo, ainda curto em que ocorreram e ocorrem as implementações de políticas linguísticas favoráveis ao Português – discriminadas a partir de interesses que, em grande parte das vezes, são menos étnicos que econômicos; ao tempo em que o PLE é cultivado no seio do pensar acadêmico (por consequência do também curto tempo de reconhecimento do profissional em Língua Estrangeira); pelos prestígios sociais e econômicos paralelos aos olvidados investimentos linguísticos por parte das nações cujo Português é língua nacional ou adicional.

No entanto, uma vez reconhecido o potencial social, o econômico e o político, não só o Brasil e as nações luso-falantes fazem investimentos nessa direção. Países hispano-falantes, fronteiriços ao Brasil também passam a fazer investimentos e acordos com o Governo Brasileiro em resposta, também, ao reconhecido crescimento econômico que eclodiu em território brasileiro a partir de 2008.

Há pouco mais de uma década, imaginar o Português Brasileiro como uma língua passível de algum prestígio e de representação cultural e econômica em contexto mundial era algo com pouca viabilidade, haja vista a situação econômica apresentada pelo Brasil há não muito tempo, bem como sua dívida externa. O Português Brasileiro (PB) pouco se apresentava como uma alternativa de língua a ser aprendida no exterior e ainda menos como opção de investimento de universidades na implantação de cursos fora do Brasil.

Eis que, no século XXI, a surpresa: o Brasil logra êxito no Mercosul, ocupando o posto de sétima economia mundial. Adquire, com isso, voz no cenário político, econômico e social na América Latina e no mundo o que, inevitavelmente, reverbera em novas e, agora, empreendedoras estratégias no que concerne às políticas e planejamentos linguísticos do Português Brasileiro.

Em 1997, criou-se o Grupo de Trabalho sobre Políticas Linguísticas do Mercosul Educativo (GTPL). Este grupo seria o responsável pelas decisões de difusão das duas línguas oficiais do Mercosul – espanhol e português (SAVEDRA, 2008, p. 116). Ainda em 1997, na reunião ocorrida em Montevidéu (Uruguai), defendeu-se a educação plurilíngue nos dois idiomas e em suas variantes. Em 2000, o foco das decisões foi a formação de professores e implantação dos certificados de proficiência nas referidas línguas.

Apesar de nem todas as medidas propostas pelo GTPL terem logrado êxito na sua

implementação, alguns projetos bem-sucedidos se destacam pela eficiência com a qual vêm atuando em prol do Português Brasileiro, como, por exemplo, as escolas bilíngues localizadas nas fronteiras entre Brasil e Argentina (2004); a criação de um comitê para a produção de materiais didáticos que promovam os direitos humanos no Mercosul educacional, entre outros. A GTPL também atua no estabelecimento de políticas educativas que propagam a cidadania e respeito aos direitos humanos e meio ambiente.

Argentina e Brasil legitimaram, também, perante a lei um acordo linguístico com contrapartida:

A sanção da lei 11.161 do ano de 2005 no Brasil tornou obrigatória a oferta do ensino de espanhol no nível médio. Como contrapartida, a lei 26.468 de 2009 fez o mesmo com a oferta do ensino de Português na escola secundária argentina e estendeu a lei para a educação primária das escolas de fronteira (ALMEIDA FILHO, 2011, p. 9).

Além dessas ações manifestadas no plano educacional, vemos outras medidas políticas em termos de oficialidade linguística do Português nos países fronteiriços, a saber: no Uruguai, o Português já se mostra como o idioma estrangeiro que mais tem interessado os jovens do ensino público (ao lado do inglês). Na Venezuela, há a possibilidade concreta de o Português se estabelecer como língua oficial adicional e no Paraguai, de acordo com o Ministério da Educação Paraguaio, 76 escolas já oferecem o português como língua estrangeira na educação média, além de já contarem com o curso de licenciatura em Português na Universidade Nacional de Assunção. Outro ponto em comum sobre a implantação do Português em território de fronteira é que, em todos os países supracitados, há projetos de implantação do idioma como opção de língua estrangeira, pelo menos, nas escolas secundárias e projetos de cursos de formação de professores (SAVEDRA, 2008, pp. 118,119).

Apesar de todo o progresso feito nesse sentido, se formos comparar com o tempo de consolidação histórica da trajetória de estudos e pesquisas em Espanhol, Inglês e Francês como línguas estrangeiras, inevitavelmente, perceberemos quão recente é essa condição para o Português. Entretanto, o filho mais jovem da categoria Ensino de Língua Estrangeira, nesse caso, não é menos exigido. O Português Brasileiro vem marcando passos firmes e banha-se na fonte do conhecimento cultivado em torno do ensino e aprendizagem de línguas estrangeiras de modo geral. Os docentes e pesquisadores que se aventuram a pensá-lo aprimoram análises, projetos didáticos como materiais didáticos, paradidáticos, divulgam relatos de experiências com base em estudos em LE, estudos em PLE (relativamente poucos, mas existentes) e acrescentam resultado e discussão à área.

Portanto, nesse sentido se conclui que o pensar PLE e PL2 ainda vem solidificando suas bases na academia e no mundo de forma ascendente.

É fato consumado que todas as línguas carregam consigo a carga histórica e cultural da sociedade na qual se desenvolveram e é inviável pensá-las dissociadas desses fatores. Assim, quando se sujeita um país, uma instituição ou um indivíduo a uma nova língua, eles também estão automaticamente expostos aos seus fatores históricos e culturais. Sob essa perspectiva, o Português Brasileiro vem adquirindo espaço nos estudos acadêmicos.

O Português vem sendo cada dia mais procurado como opção de língua em contexto internacional. Não somente como língua estrangeira, mas como um instrumento necessário na busca de novas oportunidades de carreira e trabalho em território brasileiro. Um exemplo disso é a *Universidad del Norte*, situada na cidade de Barranquilla, ao norte da Colômbia, cidade com 2,5 milhões de habitantes, que oferece o curso de Português, tanto em regime regular e semestral de 40 horas por semestre, quanto como disciplina componente da grade curricular dos cursos de graduação em Relações Internacionais e em Negócios Internacionais.

Outro cenário em que a oferta de Português se tornou uma importante demanda foi nos Estados Unidos, conforme mostra o documentário “Ensino do Português ganha força no mundo”¹. Nas regiões de Wellington, Washington DC e Flórida onde residem diversas famílias brasileiras, pais e educadores se engajam na causa da manutenção da língua de herança, ou seja, que os filhos de brasileiros ou brasileiros que se mudaram ainda crianças para os EUA não percam o contato com a língua falada no Brasil.

Atualmente, estima-se que 70 milhões de falantes ao redor do mundo adquiriram o português como segunda língua ou língua estrangeira (ALMEIDA FILHO, 2011). Esse interesse, conforme retromencionado, deve-se ao crescimento econômico brasileiro. Contudo, há outros fatores que devem ser levados em consideração e que corroboram no aprendizado rápido de uma língua, tais como afetividade e identificação cultural.

Hall (2001) acredita que é através das identificações que construímos as identidades que, fragmentadas, estão em constante movimento. Essa afirmação nos leva a crer que, embora haja grande influência do Mercosul, da posição econômica e geopolítica conquistada pelo Brasil atualmente, o fato de termos o Português em evidência nas políticas e planejamentos linguísticos atuais também se deve à grande identificação cultural mundial em direção às representações de brasilidade que são difundidas no exterior.

¹ Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=BnvKXzQDe64>> . Acesso em: 21 mar de 2014.

Almeida Filho (2012, p. 41) caracteriza a sociedade brasileira como “em fluxo, otimista, diversa e desequilibrada em alguns aspectos. Essa alegria de viver, as diferenças e desajustes estão presentes em todo o território nacional e estão refletidos na linguagem do Português Brasileiro (PB)”. O autor fala, ainda, da “representação da brasilidade” como um sentimento comum compartilhado por todos os brasileiros. Santos e Mello (2013, p.192) comungam com a mesma impressão, ao afirmarem que “existe a ideia de que os brasileiros são calorosos, afetivos, quase como se não existisse entre os brasileiros a ‘bolha’ (ou balão) que define o espaço entre os interlocutores nas diversas culturas”.

O aspecto de identificação com a sociedade brasileira seria o responsável pelo fator afetivo, traço tido como essencial na aquisição-aprendizagem de um novo idioma, pois, subsidiado pelo fator considerado por Hall (2001), ou seja, identificação, é um dos meios de edificação identitária.

1.3 Pensar o Português como Língua Materna “Que-Nem-Eu-Falo-Direito”

Em muitas situações, conhecer quem os brasileiros são, como vivem e na medida do possível, como pensam tem muito mais importância para o aprendiz de Português como LE, em determinadas situações, que um conhecimento extensivo da gramática. (MENDES, 2010, p. 74)

Partindo para a reflexão do Português como língua materna, retomamos uma das mais repetitivas afirmações entre os falantes autóctones brasileiros: “eu nem o Português sei direito”.

O que se pode notar diante dessa afirmação é que, em suas entrelinhas, há uma mentalidade submersa na colonização portuguesa, hipótese passível de desdobramento a partir de dois questionamentos: o que é o português “quem-nem-eu-falo-direito”? Quem fala o português “que-nem-eu-falo-direito”?

Ghiraldelo (2011) em revela em estudo de caso, a percepção das línguas estrangeiras e da própria língua portuguesa presentes no imaginário de sujeitos brasileiros com baixa escolaridade. Através da análise de relatos, percebe-se que não só a língua do outro é idealizada, como também ao outro e a ambos, estrangeiro e língua estrangeira, são atribuídas características de clareza e organização de pensamento, enquanto que a si mesmos e à sua língua materna, os sujeitos entrevistados atribuem características depreciativas como “falar errado”, “escrever errado”, revelando, assim, a representação sobre a própria língua materna como difícil e inacessível.

Vemos então resquícios de complexo de inferioridade pela baixa escolaridade e o enaltecimento do estrangeiro. Observamos ainda que os sujeitos da pesquisa não sabiam sequer do grau de escolaridade do estrangeiro e ainda assim atribuíram-lhe qualidades apreciativas linguisticamente. O estudo de caso de Ghiraldelo (2011) registra, em dados, um mito que infelizmente vigora em território nacional: tudo o que é do outro (estrangeiro) é melhor. Tal mito comumente rege o discurso do brasileiro. Isso porque há uma mentalidade que enaltece o estrangeiro em detrimento do nacional fortemente arraigada e mantida desde a colonização. Essa forma de pensar, conseqüentemente, se aplica ao espaço da língua, no que o paradigma se alimenta: a língua do outro é falada corretamente, enquanto a minha não o é.

Bagno (1999) já observava que

é curioso como muitos brasileiros assumem esse mesmo preconceito negativo também em relação a outras línguas, defendendo sempre a língua da metrópole contra a língua da ex-colônia. É nosso eterno trauma de inferioridade, nosso desejo de nos aproximarmos o máximo possível do cultuado padrão “ideal”, que é a Europa (BAGNO, 1999, p. 30).

O estudo de Cavallari (2011) analisa enunciados formulados por sujeitos bilíngues com o intuito de investigar o lugar ocupado pela língua materna (PB) na formação identitária desses sujeitos que, à medida que se aproximam da língua estrangeira por identificação, se distanciam da língua materna, deslocando-se para o lugar do outro e rompendo os lugares de identidade constituídos na e pela língua materna.

Esse “distanciar-se” da língua materna em direção à língua do outro, conferindo à L2 mais aproximação à sua formação identitária como sujeito, pode ser interpretado como um reflexo desse complexo de inferioridade em torno do PB, como também o desejo de acoplar a sua consciência à consciência do outro sobre o seu valor e o valor da sua língua, tal qual Bagno (1999) nos faz refletir a partir da seguinte afirmação:

Se algum de nós disser a um norte-americano que ele “não sabe inglês” ou que o inglês falado nos Estados Unidos é “errado” ou “feio”, ele decerto vai ficar chocado com a nossa ignorância. Afinal, existe um argumento mais do que convincente para rebater essa acusação: o tamanho do país e a quantidade de falantes de inglês que ali vivem (BAGNO, 1999, p. 30).

O autor ainda desmistifica a afirmação do “não saber falar direito a própria língua” pautando-se no argumento, também pertinente entre os linguistas brasileiros:

O brasileiro sabe falar português, sim. O que acontece é que nosso português é *diferente* do português falado em Portugal. Quando dizemos que no Brasil se fala *português*, usamos esse nome simplesmente por comodidade e por razão histórica, justamente a de termos sido uma colônia de Portugal. Do ponto de vista linguístico, porém, a língua falada no Brasil já tem uma *gramática* – isto é, tem regras de

funcionamento - que cada vez mais se diferencia da gramática da língua falada em Portugal. Por isso os linguistas (os cientistas da linguagem) preferem usar o termo *português brasileiro*, por ser mais claro e marcar bem essa diferença (BAGNO, 1999, p. 24).

Assim, faz- e tamanho territorial é o maior país e com o maior número de falantes do português; o português brasileiro é reconhecido pela classe linguística com suas variações e propriedade e que possui sua própria gramática, diferente da gramática do português de Portugal; é diferente do português de Portugal em termos de fonética, vocabulário e gramática e, por fim, dentro das negociações para a compreensão entre interlocutores feitas no próprio sistema linguístico do PB, existem formas coerentes da própria língua materna do brasileiro.

CAPÍTULO 2 – CULTURA EM ESFERA LINGUÍSTICO-SOCIAL

2.1 Origens e teorias dos Estudos Culturais

Devido a tantos interesses defendidos pelo termo cultura, inevitavelmente surge daí um termo polissêmico, demandando, assim, que cada área evoque o contexto ao qual se refere ao falar de cultura. Muitos estudos culturais vêm sendo desenvolvidos desde o século XIX quando Taylor ([1871]1920), Humboldt (1820) e Sapir (1980) lançaram luz sobre este assunto sob diferentes perspectivas. As Ciências Sociais (Sociologia, Filosofia, Antropologia), Ciências Políticas e a Linguística já contam, hoje, com uma gama de trabalhos responsáveis por redimensionar a discussão e aprofundar a reflexão em torno do conceito e do lugar da cultura na sociedade contemporânea. Até mesmo ciências que se distanciam mais da abordagem que aqui tratamos tais como Arqueologia (cultura material), Biologia (cultura de organismos), Agronomia (cultura agrícola) retroalimentam o termo ativamente e nos fazem ver, desde este primeiro parágrafo (haja vista tantas ciências debruçadas sobre o mesmo léxico), que os princípios basilares sobre o assunto estão interligados em todas as ciências que se utilizam do termo, tendo essas quatro características em comum: 1) as culturas são múltiplas; 2) cada ‘cultura’ reforça o interesse do seu respectivo grupo; 3) a cultura necessita de uma comunidade e 4) o fato de uma ‘cultura’ existir não inibe a existência de outra. Como, neste trabalho, as línguas, as sociedades e os símbolos se cruzam, vemos, também, que é possível a coexistência de culturas.

Neste capítulo, apresentamos alguns conceitos e estudos acerca de cultura que estiveram em vigor em determinadas épocas e que agregaram relevantes reflexões aos estudos culturais vigentes. Aqui, vislumbramos discutir e refletir sobre como se pensava e se pensa atualmente a cultura e suas implicações em termos linguísticos e sociais, para daí direcionarmos este trabalho à investigação do conceito de culturema.

Subsequente à discussão, partimos, paulatinamente, às seções nas quais abordamos o contexto representacional e simbólico do léxico, além de investigar a carga semântica que lhe foi atribuída pela sociedade, no sentido de firmar uma identidade vigente, ou negá-la ou estar em um entre-lugar.

O termo cultura é originário do termo latino *colere*, (cultivar). A princípio, era utilizado no contexto agrícola, para fazer referência ao cultivo. No entanto, desde o século XIII, o léxico ‘cultura’ abrange um campo semântico cada vez maior.

No Iluminismo, nos deparamos com a cultura como uma espécie de “missão do homem branco” e “salvar o homem da barbárie” (cf. BAUMAN, 2013) e ao redor dessas premissas, o pensamento dos estudiosos foram edificando morada. Vale ressaltar que tanto o conceito de Cultura quanto o conceito de Identidade foram relevantemente marcados na época iluminista e, conforme veremos na seção “Representações e identidade”, muitas reformulações dessas definições foram traçadas em oposição à definição estabelecida naquela época.

No século XVIII, na Alemanha, a língua alemã se viu ameaçada pela dominação francesa. Por consequência do sobressalto político francês e suas dominações territoriais, a língua e o comportamento adotados na França estabeleciam-se, paulatinamente, como estandarte europeu. Isso levou intelectuais alemães a reivindicarem sua identidade cultural e linguística através do *Kultur* que, inicialmente, tratava-se de um grupo composto pela elite cultural alemã o qual objetivava defender e manter a identidade artística e social da Alemanha longe do conhecimento do Estado. O léxico *Kultur* tornou-se, gradativamente, sinônimo do seu objetivo que, por sua vez, foi um prelúdio do significado de ‘cultura’ tal como se conhece popularmente hoje e foi documentado por Tylor ([1871]1920): “aquele todo complexo que inclui o conhecimento, as crenças, a arte, a moral, a lei, os costumes e todos os outros hábitos e capacidades adquiridos pelo homem como membro da sociedade”. Tal definição tem em seu cerne o caráter do aprendizado elitista e artificial que perdurou – e talvez perdure nas mentes mais conservadoras – no valor semântico de “cultura” por várias décadas. Contudo, apesar de aparentemente limitador, é um conceito que situa o indivíduo como “membro de uma sociedade”, atribuindo-lhe a responsabilidade de agregar e transmitir valores de convivência e funcionamento da comunidade que o cerca. O sentido cultural, portanto, ainda que diversos autores tenham-no defendido e definido de maneiras distintas, possui como ponto interseccional o fato de que, para haver cultura, é imprescindível a presença do(s) outro(s) e que esse(s) outro(s) ajam mediante acordos comuns entre eles mesmos.

Na Linguística, a cultura vem a ser cientificamente representada pela teoria do Relativismo Linguístico, encabeçada pela ideia de Humboldt (1820) para quem o espírito da comunidade estaria refletido na língua, o que tornaria, assim, língua e cultura indissociáveis, tal qual dois lados de uma mesma moeda. No século XX, no início do Relativismo, muitas ideias já haviam sido desenvolvidas em torno do tema. Uma delas, a do gerativista Pinker (1994), vem a defender que as categorias linguísticas são frutos de conceitos universais inerentes à espécie humana, que existiria o que ele denomina de Universal People (UP). Neste

conceito, Pinker defende haver categorias existenciais (avatars) comuns a toda espécie, o que resultaria em uma única cultura e que dela se ramificariam variações. Neste trabalho, isso será associado aos culturemas em seção subsequente.

De 1932 a 1943, o psicanalista Róheim (1932), após muitos estudos contrastivos das obras pioneiras sobre cultura, desenvolveu o que chamou de Teoria Ontogenética da Cultura na qual tentou explicar que as culturas são formadas, mantidas e transmitidas tendo o trauma de infância como pilar fundamental. Róheim (1932), ao realizar um estudo com uma comunidade aborígine, observou que, mesmo a tribo vivendo em péssimas condições climáticas, a fé e a falta de preocupação com o alimento do dia seguinte vigoravam, uma vez que, em sua criação, os indivíduos daquela comunidade sempre tiveram o leite materno. Assim, vigorava para a fomentação da cultura, segundo Róheim, a crença difundida na infância em detrimento, até mesmo, das duras condições que a realidade vigente pode apresentar.

Em 1976, Hall surgiu com as noções de culturas de alto e baixo contexto (*high context e low context*). Para o autor, as culturas denominadas “High contexto” e “Low context” se diferenciavam conforme o tipo de comunicação predominantemente adotado por sua sociedade. Desse modo, seria classificada como HC uma sociedade cuja cultura se utilizasse de uma comunicação predominantemente pautada nas relações interpessoais e no coletivismo, enquanto que na classificada como LC se valorizaria uma comunicação mais pautada na lógica e no individualismo.

Assim, observou-se que países como Estados Unidos, Alemanha e Suíça valorizam mais a comunicação LC, já países latinos e africanos priorizavam a comunicação HC.

Das características observadas nos discursos LC, poderíamos ressaltar: precisão, objetividade, rapidez, discurso direto, distanciamento entre os interlocutores e dos interlocutores para com o assunto e formalidade. No discurso HC, já poderíamos notar um tom mais prolixo, solene, cortês e de abordagem indireta. Luque Nadal (2010) ressalta que, eventualmente, ambos geram estranhamento um para o outro, pois um país cuja comunicação seja LC, ao presenciar uma conversa em HC, poderá ter a impressão de frieza, ao passo que, se o papel se inverte, os indivíduos de cultura LC poderão ver a conversa como verborrágica.

Dialogando indiretamente com os conceitos das culturas coletivistas e individualistas, o conceito de “eu” surge e é defendido por alguns autores (TRIANDIS, 1989; SCHOWEDER

e BOURNE, 1984), como um pilar das práticas sociais formadoras da cultura de uma localidade. Este conceito baseia-se em como as pessoas se veem e como essa autovisão repercute nas práticas sociais. Autores como Greendwald e Pratkanis (1984) falam acerca do “eu privado”, “eu público” e “eu coletivo”, os quais, respectivamente se definem pelo “eu” e o pensamento sobre si mesmo; o “eu” como indivíduo caracterizado pelos demais e, finalmente, o “eu” como membro de uma comunidade ou grupo social.

Diante das supracitadas visões, quanto mais coletivista for a cultura na qual o indivíduo está imerso, maior será a importância do “eu” coletivo, assim como quanto mais individualista for a cultura, mais serão edificados os valores em direção ao “eu” privado. Assim sendo, as dimensões culturais, ainda que não sejam suficientes em si, para abolir a existência de um desses “eus” em benefício do outro, são capazes de fazer com que os valores de um deles tome maiores proporções. Como exemplo, podemos observar que, em países como os EUA e Japão, cujas dimensões culturais são predominantemente individualistas, o senso de independência entre os indivíduos é mais cultivado, enquanto em países como Brasil e México, o senso de interdependência é mais valorizado.

A Teoria da Identificação Ortogonal da Cultura, criada por Oetting e Beauvais (1991), aproxima-se de uma linha de pensamento que parte de professores e aprendentes de língua estrangeira mantêm. Os autores afirmam que os indivíduos podem se identificar com duas ou mais culturas e que elas seriam independentes entre si. A parte correspondente à identificação dos envolvidos no ensino e aprendizagem de LE, corresponde à motivação para a aprendizagem gerada no indivíduo que se identifica com determinada cultura. Além disso, pautando-se nessa teoria, o indivíduo pode incorporar bem valores e costumes de várias culturas o que, mais uma vez, é enriquecedor no contexto de ensino e aprendizagem de LE. Porém, em outras instâncias teóricas, isso é um ponto passível de críticas por chocar-se com os conceitos onde a Cultura é um todo que representa “identidade” de um povo e até mesmo “fronteira” entre o que lhe pertence e o que pertence ao outro. Assim, se é possível reconhecer parte da própria cultura no outro (lugar), culminando em uma identificação, por exemplo, estabelece-se, conseqüentemente, um entre-lugar.

Kramsch (1996) denomina ‘Cultura’ com ‘c’ maiúsculo aquela que trata dos fenômenos artísticos, as práticas intelectuais e políticas, outrora - e, diga-se de passagem, há muito – designadores da elite social (e designados por ela também); e cultura com ‘c’ minúsculo aquela correspondente aos costumes religiosos, práticas sociais, comportamentais e linguísticas praticadas por determinado grupo social.

Bauman (2013, p.10) observa que “a cultura não tolera a mistura”. Podemos constatar isso ao longo da história da humanidade, por exemplo, com a eclosão de grandes conflitos gerados por intolerância ao convívio com a diversidade de crenças, gostos, costumes, comportamento. A cultura de uma sociedade sempre foi considerada a fronteira, o limite entre o ser e o outro. Nesse ponto, cultura e identidade (HALL, 2001) se encontram. A cultura como identidade social. Identidade essa que Bauman (2013) descreve como conservadora e lança uma reflexão de como deveria ser a sociedade vigente ao fazer a seguinte comparação:

A cultura deveria comportar-se tal como o naufrago da parábola inglesa, aparentemente irônica, mas de intenções moralizantes, obrigando o naufrago a construir três moradias na ilha deserta que havia naufragado para se sentir em casa, ou seja **para adquirir uma identidade e defendê-la com eficácia**. A primeira residência era seu refúgio privado, a segunda, o clube que frequenta todo domingo a terceira tinha a função exclusiva de ser o lugar cujo portão ele evitaria cruzar todos os longos anos que ele deveria passar na ilha (BAUMAN, 2013, p.11. Grifo nosso).

Esses três lugares da cultura representariam, então, de maneira metafórica, respectivamente:

1) o lugar de origem, onde repousa e reside gostos, costumes, crenças; lugar onde encontra pertença, guarida e nada lhe é uma iminência de ataque e a maioria dos elementos lhe é cognoscível e manipulável;

2) A segunda (o clube) seria a representação da retirada do indivíduo (ou da comunidade) da sua ‘zona de conforto’ para uma espécie de ‘zona de confronto’ voluntária, pois, no clube, o indivíduo se depara com outros indivíduos e deve se sujeitar a uma norma consensual de convivência, que lhe é tolerável e favorável em aspectos. No entanto, há o limite de território imposto, de modo que o sujeito não pode mostrar-se por completo;

3) Por fim, o portão que não se pode cruzar representa as normas, crenças, costumes vigentes que o indivíduo (comunidade) não se vê de acordo, mas nem por isso deixarão de existir, vigorar e serem cultuadas e cultivadas por outro indivíduo (comunidade).

Tal parábola nos remete ao que os estudos da Cultura na sociedade contemporânea prega, ou seja, que a cultura de uma comunidade é dinâmica, adaptável (metáfora do ‘clube’), requer fronteiras (metáfora dos portões), mas se faz imprescindível um código comum reconhecível (metáfora do lar). O que vai de encontro ao conceito de Identidade fixa e imutável e de cultura, como um fator seletivo da elite, postulados no Iluminismo.

Exemplo disso é um estudo realizado pela Universidade de Oxford em nações como Grã-Bretanha, Chile, Israel e Holanda, no qual concluiu-se que a elite cultural já não pode ser

definida por parâmetros como ida às óperas, aos concertos e leitura de livros prolixos. O conceito foi criado no Iluminismo, período histórico no qual a cultura foi a principal variável para a divisão de classes, compreendida como “um acordo planejado e esperado entre os detentores do conhecimento e os ignorantes; um acordo apresentado por incidente, com uma única assinatura, unilateralmente endossado e efetivado sob a direção exclusiva recém-formada da classe instruída” (BAUMAN, p.13, 2013), veio e vem afrontando o conceito de Cultura (com C maiúsculo) como designador da elite e dos demais, assim como vem dispersando o que outrora seria considerado elite, ao admitir a possibilidade de as pessoas possuírem gostos mesclados, de modo que o mesmo indivíduo aprecie uma boa ópera e leia revista de novela ao mesmo tempo sem, com isso, pertencer ou deixar de pertencer à elite cultural.

Esse estudo nos confere uma mostra de o quanto as sociedades pós-modernas tentam derrubar as fronteiras até mesmo em conceitos tão profundamente enraizados como o conceito cultural, pois, a cultura de uma sociedade sempre foi considerada a fronteira, o limite entre o ser e o outro. Entretanto, nesse sentido, Marín Hernandez (2005) acredita que

Por mais que a identidade cultural pós-moderna se descreva como fragmentada, poliédrica, mestiça, e transitória (...) sempre se descobre, por trás destas propostas, dicotomias que reduzem a heterogeneidade, fronteira nítida entre eles e nós, entre a cultura X e a cultura Y. 2 (MARÍN HERNANDEZ, 2005, p. 77)

Daí, então, podermos voltar nosso pensamento para a existência de fronteiras culturais refletidas no léxico. No entanto, aqui, não vislumbramos uma forma para que as representações deixem de traduzir as particularidades das culturas locais no intuito de vir a ser reformulado visando se projetar no mundo globalizado. A cultura local é reconhecida tal como é e levada a outros povos para proporcionar um reconhecimento identitário – seja por estranhamento ou por identificação – em meio à atmosfera globalizada.

Não defendemos aqui, nem a abolição das culturas locais em prol de uma estandarização da língua, do léxico, ou do que quer que seja. E sim, observamos que os avatares da existência (dor, alegria, trauma, mentira, poder, submissão, indiferença, preconceito, efemeridade, etc) inerentes à condição humana se distribuem diferente e peculiarmente entre as culturas através dos fraseologismos e, mais especificamente, aqui trataremos dos culturemas.

2 Todas as traduções feitas neste trabalho são da autora.

Nesse sentido, cabe o pensamento de Agar (1994, p.28) sobre o que seria ‘fazer cultura’: “Quando você se depara com diferentes significados, quando você se torna consciente de seus próprios e trabalha para construir uma ponte para outros, cultura é o que você está fazendo”.

No contexto do projeto Dicionário Linguístico-Cultural, projeto com o qual visamos contribuir, entende-se cultura como “um conjunto de esquemas culturais de que dispõem um indivíduo (LUQUE NADAL, 2009, p. 7)”. Nesses esquemas culturais, se articulam valores, expectativas, direitos, deveres e todos os demais critérios através dos quais o indivíduo se relaciona em sociedade. Da tradição linguístico-antropológica norte-americana se origina a definição:

A cultura de uma sociedade consiste em tudo aquilo que uma pessoa deve conhecer e acreditar a fim de atuar de uma maneira aceitável para os membros de uma determinada sociedade, e cumprir, em consequência disso, qualquer papel que lhe seja delegado. A cultura é o que as pessoas têm de aprender em relação à sua herança biológica e consiste no produto final de um processo de aprendizagem. A cultura não é um fenômeno material, não consiste em coisas, pessoas, condutas ou emoções. É, sim, a organização de todos esses fatores. (Goodenough, 1964, p. 64 *apud* LUQUE NADAL, 2009, p. 7).

Almeida Filho (2011, p.161) nos recorda da hegemonia da língua inglesa e seu sucesso estabilizado em escala mundial, o que autoriza o questionamento feito pelo autor: será verdade que as línguas planetárias podem ser ensinadas dispensando as identidades culturais dos falantes que a construíram?

O estudo da Língua Inglesa como língua estrangeira, adicional e segunda guarda uma hegemonia ímpar, dado o seu alcance mundial, a historicidade que acompanha seu ensino, a própria estrutura gramatical e sintática do idioma, como se houvesse sido conscientemente projetado para ser um código universal pela praticidade e objetividade, além da própria história de colonizador (Inglaterra) que possibilitou aos EUA ser um prodígio da economia ao torná-la colônia de povoamento, em vez de colônia de exploração (como fora o Brasil). A partir desses dados já conseguimos observar que as Políticas Linguísticas em torno da Língua Inglesa são uma privilegiada exceção e não a regra e, muito embora a Língua Francesa e a Espanhola, a exemplo, tenham eficazes táticas de implementações linguísticas, a hegemonia do Inglês não se vê sequer ameaçada por aquelas.

Portanto, embora a reflexão sobre a questão seja válida para o Inglês em termos de ensino e aprendizagem, ainda vigoram as crenças, as práticas e os estudos científicos em direção do ensino e da aprendizagem de língua e cultura associadas. As condições vigentes

para o Português Brasileiro, devido a uma política menos abrangente, como a do Inglês, e por que não dizer, à própria complexidade gramatical (se comparada com o inglês) ainda nos permite o relativo privilégio de podermos mostrá-la (em planejamentos didáticos, materiais didáticos, artigos científicos, através de materiais autênticos) associada à cultura e identidade brasileira.

2.2 Representação e Identidade

Cultura e Identidade são conceitos que se entrecruzam em muitos pontos, de modo que segregar um do outro se torna, em parte, desafiador, por apresentarem até mesmo historicamente, abordagens semelhantes.

Woodward (2000) nos mostra que a Identidade está vinculada a questões como marcação simbólica, condições sociais e materiais, o nível psíquico, a negociação das diferenças internas e, especialmente, os sistemas classificatórios. Se retomarmos os conceitos de cultura vigentes e até mesmo os do século XX, veremos claramente todos esses elementos como essenciais em suas configurações, tornando-se ainda mais desafiador encontrar a tênue linha que separaria um conceito do outro.

Entretanto, o ponto-chave que rege todo o pensamento contemporâneo em torno das Identidades é, sem dúvida, a diferença. Woodward (2000) chega a afirmar que a Identidade depende da diferença para sua constituição. Sendo assim, qual seria então o ponto-chave da cultura? Em Hall (1997) vemos que “A marcação da diferença é a base da cultura, porque as coisas – e as pessoas – ganham sentido por meio de atribuições de diferentes sistemas classificatórios”. Ou seja, tanto Cultura quanto Identidade usufruem da diferença como pilar conceitual.

Essa diferença faz-se primordial devido aos sistemas classificatórios, que atuam na sociedade por meio de símbolos. Esses símbolos encontram suporte por meios linguísticos e daí, segundo Woodward (2000), é possível ancorar a identidade.

A contingência e o entorno simbólico são dois marcos que se apresentam tanto no conceito de Cultura quanto no de Identidade. Pode-se pensar, então, que o universo simbólico constituído em cada língua é um dos elementos que confere Identidade. E o significado partilhado de determinado símbolo entre uma comunidade está associado ao conceito de cultura.

Diante da dicotomia ‘nós e eles’ com a qual vulgarmente nos deparamos ao classificarmos e valorizarmos um elemento em detrimento de outro na nossa cultura, vemos que cada símbolo que se arraiga na Língua Portuguesa, obedece também a uma determinada demanda simbólica capaz de expressar as necessidades da sociedade em vigor e os valores de dada cultura. Ao se apresentar como um sistema finito, mas de possibilidades infinitas (cf. Saussure, 1916) o sistema linguístico se utiliza constantemente dos próprios recursos, não somente para a criação de vocábulos demandados, como na ressignificação que ora se dá metonímica ou metaforicamente na linguagem. Desse modo, emergem da(s) língua(s) os culturemas.

Essa demanda simbólica pode ser gerada por fatores de forte vitalidade nas práticas sociais e em geral, que podem ser explicadas desde o simples fato de a sociedade ser composta por homens e mulheres: uma oposição binária consolidadora das Identidades.

O fator biológico chega a ser responsável – senão o principal responsável – por paradigmas conceituais em torno do *modus vivendi e do modus operandi* das sociedades orientais e ocidentais e, mesmo que se tencione a quebra desses paradigmas (até mesmo por meio de comprovações científicas), a configuração histórica e social está pautada no símbolo masculino como predominante e positivo e no símbolo feminino como marginal e negativo. Daí identificarmos uma das demandas para o surgimento do culturema: os estereótipos sociais.

Partindo da organização visada por este trabalho, que se orienta em direção ao culturema –“Amélia”, buscamos traçar as diferenças cruciais entre ambos os conceitos, estabelecendo os limites e paralelos.

A tabela abaixo nos mostra o paralelo entre Cultura e Identidade e onde se situam cada um dos elementos que compõem esses conceitos, bem como a sutil diferença entre eles. A partir dessa exposição, discutiremos as diferenças entre ambos os conceitos.

QUADRO 1 – Cultura x Identidade

CULTURA	IDENTIDADE
Culturema (Amélia)	Estereótipo (Mulher submissa)
Comunidade	Sociedade
Negociação com o outro	Negociação em relação ao outro
Demanda interna (No Brasil costuma ter desfiles de escolas de samba – quem somos nós)	Demanda externa (Brasil = país do carnaval – o nós e o ‘não-nós’)
Hierarquiza identidades (Ser uma Amélia, no Brasil é melhor ou pior?)	Atribui valores (Amélia = submissa; não-Amélia = não-submissa)

Fonte: Elaborado pela autora

Assumiremos aqui o conceito de Cultura no que diz respeito à necessidade de estabelecer tratos linguísticos usados dentro da comunidade. Assim, o grupo identitário “mulheres”, do qual surge ‘mulher submissa’, é representado culturalmente no Brasil pelo culturema “Amélia”.

Comunidade e Sociedade apresentam-se com uma diferente verve ideológica. Comunidade nos remete ao que é comum, de comum acordo entre os seus membros, como seria a língua ou uma variável linguística, por exemplo.

Na maior parte do território brasileiro a língua portuguesa nos representa internamente e faz com que boa parte dos brasileiros tenha acesso inter-regional graças a esse código compartilhado. Quando o sujeito está organizado em comunidade, as ações são “cooperativas”, no sentido de estabelecer um acordo que beneficie o maior número possível de pessoas. Assim, tanto quem vive ao sul como ao norte do país, ainda que tenha uma série de diferenças de sotaque, costumes, gastronomia, estão coesos pela língua em comum, o que, entre outras variáveis, os une em um sentimento de comunidade e pertença. Conforme Silva (2000, p. 75), “a afirmação ‘sou brasileiro’ faz parte de uma extensa cadeia de negociações(...) a gramática nos permite a simplificação de simplesmente dizer ‘sou brasileiro’.

Já a Sociedade se estabelece como uma organização entre pessoas que vivem sobre o mesmo território e sob as mesmas leis, contudo, condicionadas a uma perspectiva individualista, competitiva e limitada territorialmente. Desse modo, o sujeito volta suas atenções ao desenvolvimento de suas habilidades, das posses materiais e as ações são voltadas para a diferenciação entre o “eu” e o “não-eu”. Hall, Woodward e Silva, (2000) atribuem à diferença o papel de condição essencial para a existência da Identidade e, a partir dessa ideia, Silva (2000, p. 81) reforça que “na disputa por identidade está envolvida uma disputa mais ampla por outros recursos simbólicos e materiais da sociedade.

Assim, quando pensamos em “Amélia” como culturema, acordo intercomunitário, nos ocorre uma explicação automatizada de que se trata de um léxico, em português brasileiro, que se convencionou como símbolo de mulher submissa.

A mesma “Amélia”, pensada em termos de Identidade, acordo social, nos trará automaticamente o questionamento identitário, qual seja, “sou X não-sou”, “gosto X não-gosto”, “apreciativo X depreciativo”. Avaliamos o culturema não somente em sua função linguístico-cultural, mas evocando a ideologia transmitida através do culturema, ideologia essa que se pode negar, a que se pode aderir ou com a qual se pode negociar.

Podemos constatar daí que há negociação tanto em Cultura quanto em Identidade. A diferença seria: para haver a cultura de determinada localidade, a negociação é feita com o Outro, em termos de comunidade. Há, por exemplo, a palavra “Judas” como um acordo comum entre os brasileiros - de forma indireta, porém fruto de uma demanda social-simbolizando o estereótipo de traição iminente no linguajar popular. Tão pertinente é esse “acordo” que “Judas” compreendido em sentido cultural em todo o Brasil

Sob a perspectiva da Identidade, no entanto, “amélia” negocia sua existência e sua permanência em relação a outros grupos: as “entre-amélia” – grupo de fronteira que adere parcialmente à ideologia – e as “não-amélia”. O fato de haver o Outro assegura não só a existência, mas a necessidade do “eu” para que o Outro, assim, também tenha uma Identidade.

A demanda interna (necessidade originada internamente) se configura a partir do tratado da comunidade em hierarquizar valores, símbolos e estabelecer um *modus vivendi* que vislumbre a integridade física e ideológica de seus membros o melhor possível. As demandas que correspondem à Língua Portuguesa Brasileira são operadas internamente por seus falantes autóctones que agregam e desagregam à língua palavras de acordo com suas necessidades,

bem como o fazem com os significados. Desse modo, agregou-se “Caxias”, “Amélia” “Don Juan” entre outros para designação de perfis vigentes na comunidade.

A demanda externa se organiza em relação a outra sociedade, à necessidade do Outro. Referir-se ao Brasil como “o país do futebol, do carnaval” é uma demanda externa que carrega subliminarmente a pergunta pelo que posso reconhecer o Brasil? O Outro busca atribuir valores para, então, identificar o que lhe é de pertença, o que é da sua sociedade, o que é compartilhado e o que não é tolerado por sua sociedade.

A charge abaixo, extraída da comunidade na web *PseudoComedia*³ ilustra a questão da demanda externa, representando, em dois quadros, o cotidiano de um nativo brasileiro como costuma ser e o mesmo cotidiano no imaginário do estrangeiro, o que supre a demanda externa de pensar o Brasil como o Outro e, desse modo, identificar a si mesmo por meio da diferença.

FIGURA 1 – Charge de Representação dos Brasileiros



O último ponto de divergência entre Cultura e Identidade citado em nossa tabela consiste na hierarquização de valores e na atribuição de valores que outrora fora mencionado por Silva (2000) como

O processo de classificação é central na vida social. Ele pode ser entendido como um ato de significação pelo qual dividimos e ordenamos o mundo social em grupos, em classes. Dividir e classificar, nesse caso, significa também hierarquizar. Deter o privilégio de classificar significa também deter o privilégio de atribuir diferentes valores aos grupos assim classificados. (SILVA, 2000, p. 81)

A Identidade, por tratar-se de um processo fluido, contínuo que envolve simbolismo, diferença e sistemas classificatórios está, durante sua formação, constantemente categorizando elementos para assim designar o que lhe é de pertença, o que não o é e o que é do Outro.

³ Disponível em www.facebook.com/PseudoComedia. Acesso em 18 de fev 2014.

Exemplificando através do culturema “Don Juan”: o estereótipo que o motiva é [Homem]sedutor. Esse é um estereótipo presente na cultura norte-americana; logo, Don Juan é um culturema presente no léxico norte-americano e assim, pertencente a ele. Porém, “Don Juan” é um símbolo advindo da literatura francesa, especificamente da obra homônima de Molière. No entanto, arraigou-se ao Inglês norte-americano, bem como a outras línguas (tais como o Português Brasileiro) e hoje é falado e compreendido como sinônimo de [Homem] sedutor. Logo, temos: “Don Juan” é um culturema presente no vocabulário e na cultura norte-americana, usado para representar um estereótipo (também) existente nos EUA, mas originário de outra localidade. Há ainda um terceiro ponto: “Don Juan” também é compreendido e usado como sinônimo de [Homem] sedutor na América Latina e também supre a demanda por um estereótipo existente no Brasil, na Colômbia, no Chile e na Argentina, por exemplo. Assim, acrescentaríamos à equação: “Don Juan” como um culturema norte-americano (EUA, inglês americano), mas também do Outro (Brasil, Argentina, Colômbia, Chile e, conseqüentemente, do Português Brasileiro, Castelhana Argentino, Colombiano e Chileno).

A Cultura trafega por hierarquia de valores. Nela, não se trata somente da pertença identitária, mas do valor do elemento em questão quando imerso naquela cultura.

Temos, por exemplo, a profissão de comerciante existente na maioria dos povos. Mas, por qual motivo esta profissão confere ao trabalhador um *status* maior no Marrocos que em Brasília? Por qual motivo no continente europeu as pessoas com boa renda anual andam de transporte público e no continente sul-americano a prioridade é a de comprar um carro, mesmo que o indivíduo se prive de uma regular condição de moradia? Naturalmente, condições climáticas, geográficas e históricas ditam costumes e, em boa parte, solidificam uma ideologia cultural; entretanto, não podemos negar que a cultura estabelece seu próprio valor do que seja melhor ou pior em determinada localidade e é esse o nosso ponto. Hierarquizar identidades, aqui, se trata de observar o que é cultuado e cultivado em uma localidade diante das adversidades que se apresentam e além delas.

Neste trabalho, vinculamos Identidade a estereótipos e Cultura a culturema, pois, no que favorece nossa abordagem, tomamos aqui Cultura como um tratado compartilhado entre uma comunidade e Identidade como algo formado em relação aos demais (diferença). De modo que a Cultura de um país é um acordo no seio da sociedade e a Identidade um acordo no cerne do(s) indivíduo(s). Também, Identidade aqui foi tomada em nível de ser humano (homem x mulher) e os estereótipos recaídos sobre eles, a partir dos quais se introjeta ou

rejeita valores. Já a cultura vem a categorizar hierarquicamente esses valores internalizados ou rejeitados pelos indivíduos.

Como aqui nossa abordagem é prioritariamente linguística, não se pretende estudar uma nova possibilidade social ou antropológica, nem tampouco questionar o que é vigente em cada cultura. O foco está em refletir sobre: 1) Quais as implicações desses conceitos no conceito de culturema; 2) O que abrange o culturema “amélia”, desde sua motivação para ser inserido na Língua Portuguesa, passando pelo grupo identitário que vem a representar, até sua vigência em sentido cultural de forma tão viva nessa mesma língua?

Assim, pudemos tabular as diferenças básicas com as quais trabalhamos que, justamente por estarem tão relacionadas, foram de grande valia neste trabalho.

2.3 Projeto Dicionários Linguístico-Culturais

É fato consumado que todas as línguas carregam consigo a carga histórica e cultural da sociedade na qual se desenvolveram e é inviável pensá-las dissociadas desses fatores. Assim, quando se sujeita um país, uma instituição ou um indivíduo a uma nova língua, estes também estão automaticamente expostos aos seus fatores históricos e culturais. Sob essa perspectiva, o Português vem se desenvolvendo e aumentando continuamente seu número de falantes.

Almeida Filho (2012, p. 41) caracteriza a sociedade brasileira como "em fluxo, otimista, diversa e desequilibrada em alguns aspectos. Essa alegria de viver, as diferenças e os desajustes estão presentes em todo o território nacional e estão refletidos na linguagem do Português Brasileiro (PB)". O autor fala, ainda, da "representação da brasilidade" como um sentimento comum compartilhado por todos os brasileiros.

O aspecto de identificação com a sociedade brasileira seria um dos responsáveis pelo fator afetivo, traço tido como essencial na aquisição e aprendizagem de um novo idioma, pois, subsidiado pelos fatores acima conceituados por Hall (2001), Silva (2000) e Woodward (2000), a identificação é um dos meios de edificação identitária.

Uma das possibilidades de averiguação de traços culturais nacionais pode ser detectada através da língua, mais especificamente no léxico (PAMIES-BERTRÁN, 2012; MONTEIRO-PLANTIN, 2012). É através dele que aspectos específico-culturais se materializam e se redimensionam a partir de valores, crenças e costumes, outrora intangíveis, mas que passam a ser inteligíveis e concretos quando verbalizados. Marín Hernández (2005) afirma que a uniformidade cultural derivada da globalização é sentida como ameaça às

identidades locais, daí o crescimento dos movimentos nacionalistas. E quando as diferenças culturais resistem aos movimentos homogeneizadores, geram, conseqüentemente, um discurso favorável às particularidades.

A partir do momento em que valores, crenças e costumes são detectados como reflexo de uma comunidade linguística na fala, de modo a reproduzir-se através de fraseologismos ou desdobrar-se em hipônimos que estão vivos, presentes e frequentes em discursos e textos autênticos (canções, notícias, anúncios numa língua), é mister dos linguistas, tradutores e docentes conhecerem tanto a sua própria cultura quanto a cultura do povo cuja língua, porventura, venham a traduzir ou ensinar, de modo a vislumbrar um possível equivalente cultural, a fim de gerar uma tradução que não faça perder o sentido do enunciado.

Tendo em vista a função e a importância desses conceitos para a compreensão dos aspectos específico-culturais manifestados através de unidades fraseológicas ou através da força ideológica e grau de uso linguístico, emerge a partir dos estudos fraseológicos, de tradução e de ensino e aprendizagem de línguas estrangeiras, a demanda de estudos vinculados a estes cuja função seja a de auxiliar na compreensão, tradução e no ensino da cultura das línguas, tanto para a comunidade autóctone, quanto para a comunidade estrangeira. E, visando contemplar essa necessidade, a Universidade de Granada desenvolve um projeto coordenado pelo professor Juan de Dios Luque Durán e descrito pelo professor Antonio Pamies-Bertrán como “ambicioso do ponto de vista do conteúdo, mas muito modesto do ponto de vista dos métodos” (2012, p.346): o Projeto “Dicionários Culturais”.

O objetivo do Projeto Dicionários Culturais é, além de fomentar o conceito de dicionário cultural, o de elaborar um significativo suporte de expressões idiomáticas, frases, parênticas, provérbios e palavras-chave em dez idiomas, o que vem sendo desenvolvido através de teses, dissertações e artigos. Dentre alguns trabalhos que colaboram com o Projeto temos LUQUE DURÁN, 2005, 2007; PAMIES, 2007, 2008, 2009; 2011; ALIJO & AL JALLAD, 2007; SHARAB, 2010; KEKIĆ, 2009; TUTÁEVA, 2009 e uma seleção de trabalhos de dois congressos internacionais celebrados em Granada e reunidos em três livros (LUQUE & PAMIES, 2007, vol. 1 & 2; PAMIES & DOBROVOL'SKIJ, 2011).

Esses trabalhos dialogam com os estudos de metáfora e metonímia desenvolvidos até a atualidade e o conceito de língua indissociável da cultural do país no qual é falada, que vem desde Humboldt (1820) e desenvolveu-se com a hipótese Sapir-Whorf, na década de 50, que mescla determinismo linguístico com relativismo, ou seja, a língua determina o pensamento, ao passo que não há limites para as estruturas linguísticas e sua diversidade.

2.4 Considerações sobre Fraseologia

No que se refere aos estudos realizados em prol do Dicionário Linguístico-Cultural, os estudiosos exploram e desenvolvem trabalhos na ainda tímida área de Fraseologia.

A Fraseologia está inserida no escopo da Lexicologia e, embora seja um campo recente em termos de pesquisa, com bibliografia ainda tímida, é uma área que tenta formalizar fundamentos teóricos e práticos em torno das popularmente conhecidas “expressões idiomáticas”, com os propósitos de: a) auxiliar professores de língua estrangeira e materna a desenvolver métodos conscientes e eficazes ao trabalhar tal conteúdo, cujo caráter passa pelas estratégias culturais; b) auxiliar tradutores no processo de tradução de expressões de idiomatidade simples e complexa, mostrando-lhes equivalentes culturais para o qual podem ser traduzidas as expressões do idioma de partida ao idioma-alvo e, por fim, c) ajudar o falante autóctone a compreender as relações metafóricas e metonímicas que se estabelecem e se cristalizam em sua própria língua materna e que, no entanto, estão automatizadas para a grande maioria.

Concomitantemente a esse benefício linguístico, cujo resultado abrange o estudo do linguajar popular que se dá por meio da mescla de cultura e léxico, a Fraseologia justifica, não só sua existência como subárea da Linguística, mas também a relevância de seu trabalho no que diz respeito à acessibilidade ao grande público, independente de estar ou não inserido na área Linguística. Isso porque, todos os dias, estamos em convívio com uma unidade fraseológica, quer reproduzindo-a em nosso discurso, quer como seu receptor culturalmente competente, quando nos deparamos com um “passou por uma saia justa”, “Vamos colocar os pingos nos is”, “Esse trabalho é uma pedra no meu sapato”, “Você perdeu a cabeça!”, entre outras. Essas expressões usadas com a figuratividade, responsável por evocar outro sentido, é o ponto estratégico por onde a cultura permeia o léxico em um ciclo constante entre língua-cultura-sociedade, alimentado e retroalimentado por demandas e práticas sociais.

A Fraseologia, segundo Jorge (2012, p. 61) é a disciplina onde cabem os vários tipos de sintagmas constituídos por duas ou mais palavras e que selecionam alguns dos traços indicados: constituição com duas ou mais palavras; não composicionalidade (lexia complexa indecomponível); sentido idiomático/metafórico/moralizante; coibição de substituições paradigmáticas – lexicalização; consagração pelo uso; possibilidade de existência de duplo sentido.

Os elementos atribuídos à Fraseologia se formam em cada língua de maneira

parcialmente motivada: parte delas se deve às influências culturais na formação de visão de mundo da comunidade de fala e parte, graças à influência da organização formal do idioma.

Um dos problemas da Fraseologia consiste, não obstante, na plethora terminológica indefinida que se pode verificar entre os estudos fraseológicos. Não há ainda um consenso entre qual seja o melhor e mais abrangente termo que possa contemplar a maior parte possível dos elementos linguísticos que se encaixem nos critérios supracitados.

Para Luque Nadal

[...] seria necessário informar sobre o que uma sociedade considera apropriado ou inapropriado, sobre as expectativas e as obrigações que, uma vez imersos em uma sociedade, poderíamos esperar, o que estaríamos obrigados a cumprir, etc. Dessa maneira, se conhecêssemos o mapa mental de uma determinada cultura, poderíamos interagir e integrar-nos a ela sem riscos de cometer erros e ter condutas inapropriadas, quer dizer, poderíamos conhecer de antemão tudo aquilo que provoca o que se conhece como ‘choque cultural’ e evitá-lo”. (LUQUE NADAL, 2010, p. 34).

Uma das soluções propostas foi chamar esses elementos de unidades fixas e a disciplina ser chamada através da sigla UF (Unidades Fraseológicas). Entretanto, continuam surgindo uma série de termos na medida em que são realizadas pesquisas e trabalhos.

À parte o problema de definição terminológica, tem-se a questão classificatória, ponto no qual a Fraseologia segue em andamento, com propostas e sugestões de critérios na diferenciação do que seja provérbio, clichê e expressão idiomática, por exemplo. Isso ocorre também por ser uma disciplina recente, distante de um consenso de critérios.

Cada trabalho realizado centrou suas atenções em uma parte dos estudos fraseológicos, de modo que, aos poucos, contemplaram cada vez mais línguas e cada vez mais unidades fraseológicas, estereótipos e outros conceitos específico-culturais presentes no aparato lexical de cada língua.

Nesse sentido, este trabalho visa contribuir com os fundamentos teóricos de uma classe de unidades fraseológicas denominada Culturemas. Para isso, analisamos um termo genuinamente brasileiro (“amélia”) averiguando a pertinência de classificá-lo como culturema.

CAPÍTULO 3 - CULTUREMAS: UNIDADES LINGUÍSTICAS, IDEOLÓGICAS E CULTURAIS

Falar de cultura implica falar diretamente de representações sociais, afinal, entender um assunto a partir de uma representação simbólica não torna a conclusão à qual se chegou clara por si só. Como exemplo, chamamos de "Don Juan" um homem conquistador e galante. Partimos da ideia de que tal signo - *Don Juan* - seja compreendido pelos interlocutores, o que requereria uma experiência de mundo e de linguagem compartilhada.

O que explicaria, então, o compartilhamento de determinados símbolos? Para o gerativista Pinker (1994), os seres humanos não teriam diferentes culturas, mas variações locais e superficiais da mesma, ou seja, todos falaríamos a mesma linguagem, com diferenças inter-regionais superficiais.

Tal argumento é válido no sentido de que a humanidade compartilha, de maneira geral, dos mesmos avatares, tais como dor, afeto, medo, amor, ódio, incertezas, sentimentos que se desdobram em relações interpessoais e que, a partir daí, passam a necessitar de uma linguagem cada vez mais direta e representativa culturalmente, de modo a estabelecer uma comunicação mais objetiva e com as requeridas evocações estéticas (relacionadas aos estímulos dados aos sentidos, provocando, assim, sensações). Nesse sentido, quando associamos "Amélia" a [mulher] submissa, "Don Juan" a [homem] mulherengo e "Judas" a [homem] traidor iminente, procuramos, a partir dos conceitos culturalmente atribuídos a esses personagens, gerar o vocabulário demandado para atribuir o máximo de precisão possível exigido pelo enunciado.

3.1 Culturema x Culturema: conceituação de um termo

Culturema, expressão cada vez mais utilizada em estudos de Tradução e de Fraseologia, também conhecida como palavra-cultural, traz consigo definições abrangentes e, de certo modo, ainda abertas. Segundo Marín Hernandez (2005), os culturemas não se definem hermeticamente, pois dada à transição linguística, cultural e à série de valores que são considerados socialmente na comunicação, o caráter indeterminado dessas definições podem "dar espaço a algum traço que nos surpreenda". Além disso, Marín Hernandez (2005, p.4) se posiciona dizendo que "conceituar algo como culturema supõe, em última instância, ocultar o valor que pode ter por si mesmo e considerá-lo unicamente como um atributo

representante de uma cultura”.

Luque Nadal (2009) traz um apanhado de possíveis definições que, embora não se contradigam entre si, revelam a transitoriedade conceitual que vigora no presente estado da arte dos Culturemas. Entre essas definições há a de “Noção específico-cultural de um país ou de um âmbito cultural e muitos deles possuem uma estrutura semântica e pragmática complexa.” (LUQUE NADAL, 2009, p.94).

A conceitualização de que “Os culturemas são símbolos extralinguísticos culturalmente motivados que servem para as línguas gerarem expressões figuradas, inicialmente com meras alusões a ditos simbolismos” (PAMIES-BERTRÁN, 2007 e 2009) dialoga diretamente com a definição de Luque Nadal (2010, p.107) de que “O culturema é uma palavra ou expressão que se baseia em uma situação ou história conhecida a que se remete para comentar ou interpretar outra situação real imediata” .Ambas fazem-se bastante esclarecedoras, uma vez que delimitam um culturema a símbolo extralinguístico, representativo e produtivo dentro da língua. Partindo desses conceitos, é possível vislumbrar uma contribuição linguística, além de antropológica e sociológica.

O grande diferencial dos culturemas é o fato de conservarem sua autonomia, uma vez que é seu valor simbólico o que tange e coesiona cada vez mais metáforas através do que é representado por ele. Como exemplo, temos o culturema espanhol *toro*, um léxico produtivo e evado de representação cultural da Espanha. Ao dizer, por exemplo, a expressão “*Al toro!*”, a exclamação atinge efeito linguístico imediato ao interlocutor falante de espanhol por conter apelo cultural e afetivo reconhecível pelo indivíduo autóctone em seu sentido metafórico de “vá direto ao assunto”.

Sendo assim, o culturema é, também, “um fenômeno social de uma cultura que é considerado relevante pelos membros de uma determinada cultura e que, quando se compara com um fenômeno social correspondente na cultura B, se descobre que é específico da cultura A”. (VEERMER, 1983, p.8).

Na classificação de “culturemas”, Marín Hernandez (2005,p.76) ressalta a importância de considerarmos os fatos sociais relevantes, argumentando que esses fatos são concebidos como manifestações superficiais de uma essência cultural profunda". Ela descreve um possível culturema como qualquer item simbólico que, por diferentes razões, tenha chegado a ter uma relevância especial na língua. A autora propõe provisoriamente quatro critérios para a classificação de um culturema como tal: vitalidade linguística, figuratividade, motivação (a

ideia nuclear subjaz a expressão; tem que estar viva para os falantes.); produtividade fraseológica (o culturema consegue originar expressões a partir do seu valor simbólico que evocam situações equiparáveis. Ex.: (Judas); frequência de aparições em alusões textuais, piadas, etc. (culturemas não ligados à fraseologia aparecem em piadas); complexidade estrutural e simbólica (se estabelece uma concatenação de causas e efeitos que servem de programa para a interpretação de fatos e condutas).

Assim, podemos detectar como fontes de origens dos culturemas de antiguidades clássicas, bíblia, religião, história, contos, fábulas tradicionais e história universal. Também é possível discriminar classificações, tais como as citadas no artigo de Luque Nadal (2009) i) culturemas nacionais: específicos de um país; ii) culturemas supranacionais: compartilhados entre diferentes países e línguas; iii) culturemas baseados em personagens como Judas, Narciso, Don Juan, Madre Tereza de Calcutá e outros; iv) culturemas baseados em situações arquetípicas como a caixa de Pandora.

Os culturemas possuem funções linguísticas singulares, tais como i) Estética: atribuir força e beleza ao texto; ii) Argumentativa: atividade social, por estar direcionada a outras pessoas; iii) Intelectual, por usar o intelecto; iv) Verbal, por se realizar através da linguagem; v) Cognitivo-hemenêutica: situação arquetípica, arraigada no inconsciente coletivo e mapas mentais nos quais visualizamos e compreendemos a complexidade dos avatares da existência (exemplo: mulheres dirigem mal).

Os culturemas são, segundo Marín Hernandez (2005),

(...) capazes de oferecer uma explicação rápida e simples aos elementos que chamam a atenção no texto original, pois, uma vez que já foram classificados como culturemas, não é mais necessária uma análise minuciosa sobre sua função semiótica no texto: é simplesmente considerado um produto cultural (p. 76)

E complementa:

Não há decisões inocentes na prática de tradução, nem sequer as metáforas utilizadas por tradutores para se referirem a essa atividade são neutras, afinal, elas correspondem a uma prática discursiva (MARÍN HERNANDEZ, 2005, p. 75).

Acreditamos que, ao nos debruçar sobre a composição conceitual do culturema, aplicando-a a um culturema brasileiro, contribuiremos com o Projeto “Dicionários Culturais” no tocante à análise do conceito e sua aplicabilidade em palavras culturais. Além disso, possui um propósito ainda maior, pois, não só se poderá fazer um estudo comparado dos culturemas presentes em línguas distintas como poderá “trazer pertinentes contribuições ao ensino de línguas (em nível avançado) e à tradução”(LUQUE NADAL,2009, p.94).

Sabendo-se que os culturemas são fatores extralinguísticos, torna-se difícil limitá-los a personagens ou fatos culturalmente representativos, uma vez que há exemplos de culturemas que, embora estruturalmente distintos, contemplam a mesma definição. Como exemplo, temos em Luque Nadal (2009) culturemas históricos (Napoleão Bonaparte), oriundos de contos tradicionais (a cigarra e a formiga, a galinha dos ovos de ouro), religiosos (Matusalém, Judas), personagens arquetípicos (Barba Azul, Narciso) que pressupõem um conhecimento generalizado do valor simbólico pelo país que o adota – no caso desses estudos, a Espanha – muito embora, sobre os exemplos supracitados, possamos dizer que sejam culturemas conjunturais, ou seja, que são produtivos e inteligíveis em outras línguas e países.

O estudo de Extremera (2009) aponta como culturemas fatos que, embora menos pontuais, são igualmente produtivos, vitais e representativos na língua espanhola, tais como a ideia de que “todos os espanhóis gostam de touradas”, “na Espanha se fuma e se bebe muito” e “Espanha é somente sol e praia” (o que, neste trabalho classificamos como estereótipos). Assim, constatamos que o objeto de pesquisa aqui apresentado é organizado fielmente pelos requisitos de vitalidade linguística, produtividade, figuratividade e motivação.

Um culturema nem sempre culminará em uma expressão fraseológica composta por duas ou mais palavras, embora possa existir um fraseologismo oriundo de um culturema, por exemplo, o culturema *Judas* tal como é usado a partir de sua conotação histórica, representa “traição, falsidade”. Já na expressão *onde o Judas perdeu as botas* o sentido se altera para “lugar longe”, pois a expressão tem o seu sentido formado a partir do bloco das palavras e não das palavras somadas. Em suma, ainda que *Judas* apareça em um fraseologismo e como culturema, não compartilham sentidos e o culturema segue funcionando independente de originar ou não um fraseologismo e é produtivo no sentido de aparecer em outros contextos linguísticos, tais como piadas, anúncios, notícias, etc.

É por meio da ainda tímida bibliografia já publicada a respeito dos culturemas, juntamente com os estudos da Universidad de Granada e seu suporte para o Projeto Dicionários Culturais que visamos, aqui, iniciar a pesquisa em torno de “amélia” sob a classificação de culturema para, então, desenvolvê-lo com fins de ampliar o suporte teórico acerca do estado da arte dos culturemas, contribuir com o projeto desenvolvido em Granada e, assim também, fortalecer os estudos léxico-culturais brasileiros.

O conceito de culturema é abrangente e composto por conceitos da Antropologia, Sociologia e Linguística, que se entremesclam e não são contraditórios entre si. Entretanto, neste trabalho, pretendemos explorá-lo sob um viés linguístico. Assim, os critérios

classificadores do culturema investigado nesse trabalho serão baseados em Luque Nadal (2009), e o conceito basilar de culturema, de Luque Nadal (2009), Pamies Bertrán (2008) e Luque Durán (2009) por convergirem na escolha da Linguística como fio condutor. A partir de então, visamos lançar luz aos objetivos aqui propostos.

3.2 Entender Culturema na cultura global e de representações: uma função sociopolítica

Viver em um mundo globalizado, hoje, é admitir uma diária adaptação às representações de diferentes povos que estão em fluida imbricação na linguagem. Segundo Rajagopalan (2003, p. 59) "Estamos vivendo a era da informação - hoje somos o que sabemos. E a linguagem está no epicentro deste verdadeiro abalo sísmico que está em curso na maneira de lidar com as nossas vidas e as nossas identidades".

Ainda nesse sentido, Rajagopalan (2003) identifica volatilidade e instabilidade como marcas registradas dos discursos pós-modernos. Hall (2001) corrobora com este pensamento ao debater sobre as identidades fragmentadas da pós-modernidade, alegando que, comparado ao Iluminismo, onde a identidade era aparentemente estável, na pós-modernidade houve uma diluição por entre línguas e povos, no intuito de se alocar nesse fluxo de diversidade que é a globalização.

A inserção ao universo globalizado condiz com o conceito de identidade social defendido por Brandão (1986). Nele prevalecem os ideais de heterogeneidade, tolerância e visão de mundo compartilhada em detrimento do que seja unilateral e local. Em contrapartida, existe a Identidade Nacional discutida por Reis (1999), a qual advoga a favor dos interesses de língua, cultura e manifestações nacionais, a fim de preservar a identidade do país.

Vemos em Huntington (1996), dois aspectos identitários em franca expansão: a globalização (cultura global) e a regionalização (cultura local).

Existe, por parte dos defensores da Identidade Nacional, o medo de dispersar-se enquanto nação, de sucumbir diante das exigências da pós-modernidade, dissipando os traços idiossincráticos referentes à nação em prol de ser acolhido pelo mundo globalizado. Paralelamente, a Identidade Coletiva se autoafirma no mundo contemporâneo como abrangente e tolerante à homogeneização. O que, embora a princípio, parece um discurso ético e cativante - visto por um prisma de planejamento político e investimento financeiro, especialmente - demanda certo conhecimento linguístico, social e cultural, além daquele tido pelos falantes para garantir-lhes total inserção.

No que se refere à Linguística nessa atmosfera globalizada, Rajagopalan (2003) lança reflexões sobre o prejuízo sofrido pelo fato de sua fundamentação não acompanhar sua evolução e permanecer presa ao padrão de pureza e rigidez idealizado pelos gramáticos arcaicos e defendido enquanto conceito de língua.

Essa reflexão corrobora com o nosso intento de enxergar a evolução linguística não apenas no que corresponde às mudanças fonéticas, morfológicas e sintáticas, mas entender algumas alterações léxico-funcionais e semânticas que ocorrem no PB e ganham importância, vitalidade e produtividade devido ao peso identitário e representacional de determinado léxico em uma língua.

Sendo assim, entender como e onde nossa cultura está lexicalmente expressa nos ajuda a situar nossa Identidade Nacional e, assim, refletir mais claramente sobre como legitimá-la em contexto de Identidade Coletiva.

3.3 Culturemas: estereótipos irmanados à cultura e linguisticamente representados

O ponto consensual entre todas as definições de cultura, quer seja da Antropologia ou Linguística, coincide, em muitos aspectos, com a noção de Identidade Nacional.

Santos (2010) reflete sobre os meios de promoção da cultura brasileira no ensino de PLE afirmando:

Um dos caminhos é promover em sala de aula, reflexões sobre estereótipos como “brasileiro é malandro” e “jeitinho brasileiro”, é tornar a cultura brasileira um objeto de reflexão, deixando de ser um princípio explicativo. (SANTOS, 2010, p. 181).

Uma vez percebida a cultura de uma comunidade de fala imbricada a estereótipos reveladores de uma identidade e que ambos (cultura e estereótipo) se organizam, ora em uma expressão (jeitinho brasileiro), ora em uma palavra (malandro) que pode se desdobrar em múltiplos contextos linguísticos - ainda que o sistema seja finito – nos aproximamos da importância do culturema como hiperônimo, o regente de uma grande diversidade de possibilidades linguísticas que nos remeterá à identidade nacional.

3.3.1 *Culturema x Estereótipo – de uma instância estrutural a um significado cultural*

Por que estabelecer o paralelo entre estereótipos e culturemas?

No início do século XIX, a palavra estereótipo estava restrita a representar uma

prancha de caracteres, cujo objetivo era configurar textos em padrão. Entretanto, na era pós-renascimento e com o surgimento da burguesia, a mentalidade humana voltou-se em direção às criações artísticas, intelectuais e ao individualismo, o que gerou a condenação dos lugares-comuns e das criações ordinárias, daí o termo, por metáfora, passou a designar tudo o que fosse padronizado (VILELA, 2000).

Schapira (1992, p. 2) ressalta que “os estereótipos linguísticos são expressões fixas que vão desde um grupo de duas ou mais palavras compostas, até sintagmas inteiros e até mesmo frases”.

Atendo-se aos estereótipos tipicamente associados à cultura brasileira, o artigo de Cavalcante, (2005) intitulado “A cara do Brasileiro” nos convida a buscar a essência do que, em suas palavras, convencionou-se chamar de caráter nacional e nos reporta aos nossos dúbios estereótipos como questão-chave: afinal, seria o povo brasileiro “Criativo ou enrolão, extrovertido ou indiscreto, cordial ou malandro, maleável ou corruptível” (CAVALCANTE, 2005, p. 70).

Cavalcante (*op. cit*) chama a atenção para pontos como miscigenação, linguagem, tolerância à desigualdade, trazendo ao seu leitor pertinentes explicações históricas, especialmente da época da colonização, no intento de debater essa contradição.

Um exemplo disso é a explicação dada à ‘malandragem’ ou ao popular ‘jeitinho brasileiro’ de resolver questões cotidianas. Deve-se tal comportamento, segundo relatos históricos, aos negros que recebiam cartas de alforria, no século XIX e, recém-libertados, não tinham um lugar na sociedade vigente, senão um entre-lugar constituído pela cor de pele negra de escravo e a liberdade, de branco. Esses escravos alforriados se mantinham por meio de práticas de trocas de favores e pequenos serviços que requeriam sagacidade. Outro exemplo usado para justificar o comportamento conhecido como tipicamente brasileiro foi o da cultura das favelas, pois estas foram construídas pelos brasileiros com restos de materiais usados a partir da destruição de velhos cortiços para uma urbanização de avenidas no estilo parisiense.

Quanto à questão da linguagem, o autor traz um ponto que vai além dos debates de imposição linguística e educação em Língua Portuguesa aplicada pelos jesuítas e mingando o uso do Tupi. O autor fala da forma de se comunicar brasileira, a preferência pela linguagem falada nos acordos e justifica tais preferências como herança do uso do Tupi pelos jesuítas que tiveram que aprender essa língua para tentar estabelecer acordos com os nativos brasileiros. O

Tupi então ganhara adeptos na modalidade oral, ampliando-a. Vemos, então, uma influência oriunda da língua indígena que ultrapassa uma simples lista de palavras, por exemplo, e adentra os recursos exclusivos da fala.

Pode-se observar que, da mesma maneira que a oralidade da língua indígena foi um forte fator cultural que imbricou-se no modo de se comunicar brasileiro, uma série de outros fatores comportamentais, “invisíveis” se fixam na língua sem que tenhamos consciência desses eventos. Assim, lançamos um olhar cuidadoso sobre a identidade e os estereótipos, como quem busca os “bastidores” de um culturema.

3.3.1.1 *Materializando o Estereótipo*

Ao passo que tomamos consciência da existência dos estereótipos comuns ao povo brasileiro, reconhecidos internacionalmente, via contraste e comparação dos estrangeiros e relatos de historiadores, sociólogos, antropólogos e linguistas de todo o mundo, temos o mote para localizá-los não somente na discursividade do nosso povo, mas também de pensá-lo materializado na palavra.⁴

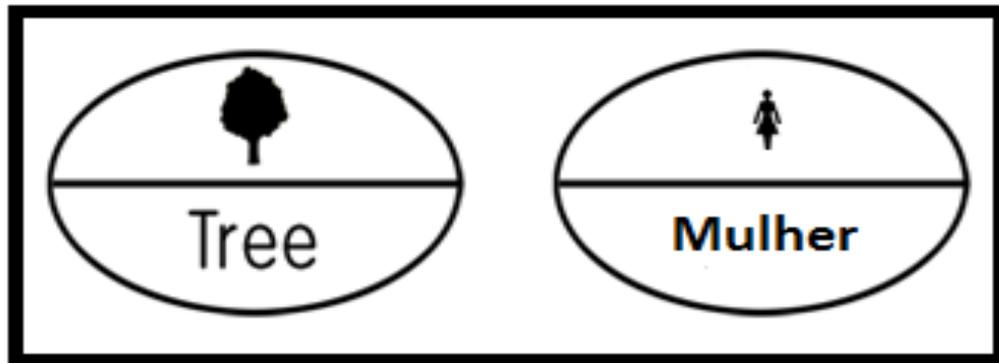
As Ciências Sociais introduziram o termo através do cientista Lippmann (1922), para quem estereótipo era um sinônimo de *pictures in our heads* (Figuras em nossas mentes), o que se pode associar facilmente à ‘imagem acústica’ que desde os estudos estruturalistas da Linguística moderna nos chegou associado à dicotomia significante x significado de Saussure (1978), na qual atribuímos uma imagem mental a um item lexical.

No Curso de Linguística Geral (1978) encontramos, a título de ilustração da dicotomia “Significado x Significante”, a figura do que se entende por árvore, representando a imagem acústica (Significado) sobre a palavra que representa linguisticamente uma árvore (conceito ou significante), em língua inglesa.

Paralelamente, traçamos, a partir do exemplo clássico, o mesmo esquema, modificando os elementos para a imagem acústica feminina e o conceito “mulher” correspondente, com o intuito de aplicar a dicotomia ao nosso propósito em etapas. Assim, temos:

4 Não está entre nossos principais objetivos, questionar ou debater as dicotomias saussureanas, nem tampouco este trabalho se caracteriza pelo cunho estruturalista. Neste espaço, vislumbramos o que seria uma explicação didática e estrutural de como o termo “amélia” fixou-se na língua com a conotação vigente culturalmente a partir da dicotomia “Conceito x Imagem Acústica”, sendo a terminação “Imagem acústica” diretamente equiparada à “pictures in our head” do cientista Walter Lippman. (1922).

FIGURA 2 – Árvore de Saussure em paralelo com Outro Significante e Significado



Fonte 1: SAUSSURE, 1978. Fonte 2: Elaborado pela autora

No entanto, o léxico em si não é o estereótipo, nem somente a imagem. O estereótipo instaura uma espécie de imagem imbuída no pensamento corriqueiro e vulgar que a sociedade vislumbrou sobre a imagem, ou seja, um significado a partir de representações coletivas.

Nesse sentido, Vilela (2000, p.1) acredita que “O significado lexical é concebido como a associação do estereótipo ligado de modo permanente a uma palavra que, por sua vez, se liga a outras representações semânticas”. Putnam (1975) corrobora quando afirma crer que no fundo, o estereótipo faz parte do significado de uma palavra, por conter frequentemente traços associados ao conteúdo das significações e esses traços seriam necessários para a categorização do ‘objeto’ ao qual se refere.

Vejamos em um exemplo concreto. Um estudo realizado por Vilela (20) em Maputo (capital de Moçambique) com 16 indivíduos licenciados, entre homens e mulheres, indagou: ‘qual o estereótipo que atribuem à mulher?’ Falantes masculinos responderam: reprodutora, símbolo de beleza, submissão passiva, objeto de conquista, ser inferior; falantes femininos disseram: ‘propriedade de’, ‘força de trabalho’, ‘objeto de prazer’ e ‘mãe’.

Vemos que mesmo pessoas instruídas eram conscientes de um determinado estereótipo que recai sobre a figura feminina e, além disso, quando tiveram a oportunidade de manifestar sua opinião em relação à figura feminina, uma vez mais tais estereótipos foram passados adiante.

Uma vez que, ao atribuir uma *picture in ourhead* (descrição de Lippman), ao escutar a palavra ‘Mulher’, o interlocutor tem à mente não somente a figura material do que entende por mulher, mas a figura sociocultural: “mãe, sexo frágil, submissa” etc. Temos aí um segundo plano além do estruturalista que liga o significado ao significante.

Temos o **significante**’ [Mulher] Submissa que leva o sujeito a pensar no **significado**’, ou seja a Imagem acústica, *Picture in our head*.

Mas, que seria essa imagem? Como estaria representada?

Assim, chegamos ao seguinte quadro:

QUADRO 2 – Significante e Significado x Significante’ e Significado’

SIGNIFICANTE	SIGNIFICADO (Imagem- Representação)	SIGNIFICANTE’ (ESTEREÓTIPO)	SIGNIFICADO’ (Imagem’- representação’)
MULHER		SUBMISSA	?

Fonte: elaborado pela autora

Assim como a imagem acústica de uma mulher vem à mente do falante, a imagem do estereótipo viria à mente associada a representações adquiridas socialmente. Quando se fala em mulher submissa, submissa é o estereótipo (SIGNIFICANTE’) e a imagem acústica seria o que se entende por mulher submissa, que seria então a imagem’: aquela que vem à mente associada a outros símbolos representativos da mulher submissa.

Por intervenção histórica e posturas remotas, estereótipos foram delineados socialmente. Tanto que ditos estereotipados como ‘Brasileiro é malandro’, ‘Britânico é pontual’, ‘Judeu é avarento’, ‘ Negro quando não suja na entrada, suja na saída’ são de autoria anônima, cuja referência segue sendo atribuída ao ‘povo’ e possuem raízes histórico-sociais.

E, conforme surgem novos ‘portais do cotidiano’ os estereótipos seguem em constante criação sobre homens e mulheres. A exemplo, alguns estereótipos relacionados ao gênero feminino como ‘mulher não sabe dirigir’ que assumem caráter depreciativo passaram, segundo Silva (2000), por critérios de análise como os aspectos biológicos do gênero feminino, no intento de fixar as identidades sociais. Em relação a isso, o autor assim se posiciona:

As chamadas interpretações biológicas são, antes de serem biológicas, interpretações, isto é, elas não são mais que a imposição de uma matriz de significação sobre uma matéria que, sem elas não tem qualquer significado.

(...)

Basear a inferiorização das mulheres ou de certos grupos ‘raciais’ ou étnicos nalguma suposta característica natural ou biológica não é simplesmente um ‘erro’ científico, mas a demonstração da imposição de uma eloquente grade cultural sobre uma natureza que é, em si mesma- culturalmente falando - silenciosa. (SILVA, 2000, p.86).

Muito embora conote senso comum, preconceito e rotina mental, é comum, conforme o pensamento de Putmann (1975), partir-se do estereótipo para categorizar os objetos, estipular um significado, acrescento, até mesmo na função de negá-lo. Afinal, tanto os sujeitos – seja devido a gênero, cor, classe social, faixa etária, aspecto físico, crença – quanto as nações são atores e receptores no processo de estereotipia.

No trabalho intitulado “Estereótipos da cultura nacional na fraseologia brasileira”, Monteiro-Plantin (2010) apresenta alguns dos estereótipos mais representativos e produtivos do povo brasileiro. A autora define estereótipo como “a repetição de um modelo, sem reflexão ou comprovação dos elementos que subjazem à ideia pré-existente ao modelo” (MONTEIRO-PLANTIN, 2010, p.406). Nesse trabalho, a autora pesquisa os estereótipos atribuídos ao povo brasileiro por estrangeiros, ao que obtém como respostas, dentre outras, [Brasil como o país do] ‘futebol’, ‘carnaval’, ‘mandragem’ e ‘samba’.

Silva (2000) explica que para a teoria cultural contemporânea, identidade e diferença estão atreladas ao sistema de representações. Nos registros pós-estruturalistas, a representação nunca é marcada por um traço mental ou interior, mas sempre por um traço visível, material e exterior, e como forma de atribuir sentido.

Desse modo, vamos, através dos exemplos abaixo, reconhecer os traços materiais representativos de “amélia”.

Partiremos do pressuposto que “amélia” é nosso *significante*”.

Woodward (2000) descreve uma possível representação simbólica ao estereótipo do “consumidor global”:

A globalização envolve uma interação entre fatores econômicos e culturais, causando mudanças nos padrões de produção e consumo, as quais, por sua vez, produzem identidades novas e globalizadas. Essas novas identidades, caricaturalmente simbolizadas, às vezes, pelos **jovens que comem hambúrgueres do McDonald’s e que andam pela rua de Walkman**, formam um grupo de **consumidores globais** que podem ser encontrados em qualquer lugar do mundo e que mal se distinguem entre si” (Woodward, 2000, p. 20. Grifo nosso).

Percebamos que a autora evoca uma representação (jovem comendo hambúrguer do McDonald’s) para estereotipar o consumidor global. Esse conjunto de representações, ainda que lhe seja funcional, forma um estereótipo bastante particular que responde aos interesses

da autora em retratar determinada realidade. Entretanto, dado estereótipo (assim como outros) tal como se apresenta não possui uma correspondência linguístico-cultural que possa ser evocada, como é o caso da mulher submissa, do traidor iminente e do homem sedutor. No intuito de estabelecer um comparativo entre estereótipos com e sem correspondentes linguísticos específicos, evocamos elementos que constituem esses estereótipos, formando assim a Imagem’. Em seguida, chegamos a um léxico que abranje essa Imagem’: o culturema.

QUADRO 3 – Estereótipo x Representação x Culturema I

ESTEREÓTIPO	REPRESENTAÇÃO	CULTUREMA
consumidor [global]	jovem, sanduíche, música	-----

Fonte: Elaborado pela autora

A representação “jovens que comem hambúrgueres do McDonald’s e que andam pela rua de *walkman*” não se trata de um culturema pois não se trata de uma expressão afixada na língua cuja carga semântica é cultural. O exemplo de Woodward (2002) para o que seria o consumidor global está literalmente expresso, palavra por palavra. Contudo, vemos que o estereótipo de consumidor global está vinculado a representações: música (*walkman*) e sanduíche (McDonald’s). As marcas, nesse caso exercem uma força ainda maior sobre a carga semântica do estereótipo e facilita a visualização por parte dos leitores, que atribuem à imagem de consumidor global não somente a sanduíche e música, mas à força das grandes franquias americanas e seu poder de persuasão e domínio mercadológico.

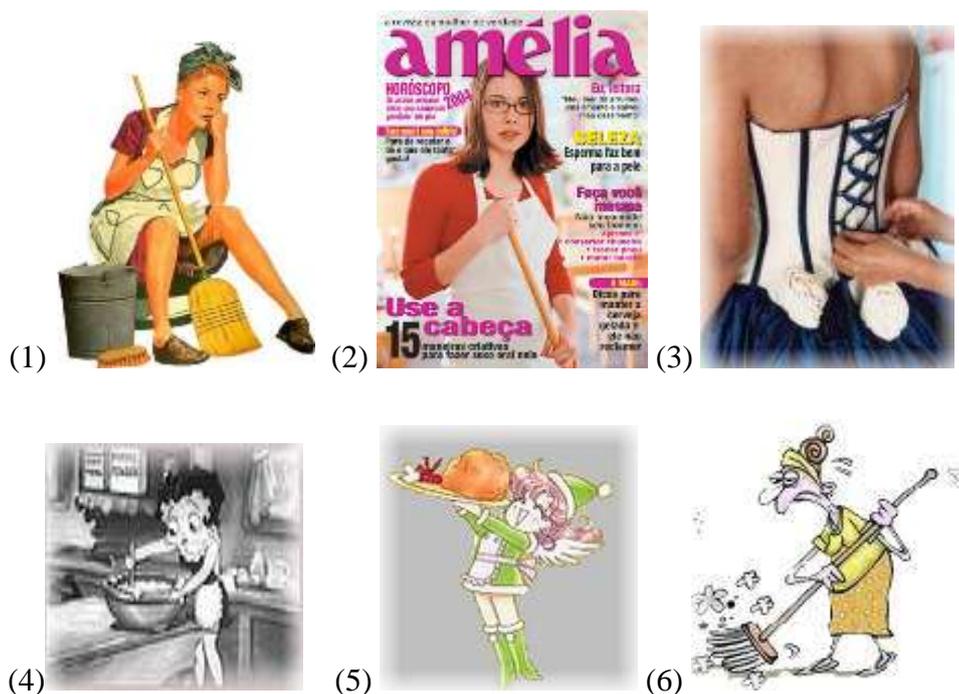
Com ‘amélia’, encontramos essas representações em imagens extraídas de comunidades do Orkut motivadas pelo culturema, em trechos das crônicas do nosso *corpus* e descrições das autoras dos blogs sobre o porquê da escolha do culturema “amélia” nos títulos escolhidos. Foram encontradas, dentre outras, a figura feminina vinculada a objetos de limpeza tais como: avental, vassoura, balde, conforme exemplificado nos trechos abaixo:

- (1) “Já ouvi de um amigo: ‘mulher minha tem de cheirar a **água sanitária** ou a gordura’.” (BAPTISTA, M. *Saudada da Amélia?* Disponível em: < <http://www.papodehomem.com.br/saudades-da-amelia/>>. Acesso em: 02 de out 2013).
- (2) “Hoje a ‘Amélia’ troca o **avental doméstico** pelo uniforme ou pelos mais altos cargos da nação.” (GOMES, R. *Mulheres do Brasil: ascensão, conquista e desafio*. Disponível em: < <http://serfelizeserlivre.blogspot.com/2013/09/mulheres-do-brasil->

ascensao-conquistas.html>. Acesso em 02 de ot. 2013).

- (3) “Amehlia por opção! Gosto de enfeitar a **casa, cuidar da família**, ter sempre no **fogão** uma boa **comidinha** caseira e uma boa quitanda”. (*Amehlia Digital* .Disponível em:< <http://amehliadigital.blogspot.com/p/amehlia-digital.html>>. Acesso em: 02 de out. 2013).
- (4) “Chamou mais a atenção desfilando com uma coleira no pescoço com o nome do marido, como se avisasse aos interessados que "a mamãe aqui tem dono". Ou se deixar fotografar **passando a ferro a camisa do marido.**” (VENTURA, Z.*De Leila a Luma ou A Amélia do ano 2000*. Disponível em: <<http://revistaepoca.globo.com/Revista/Epoca/0,,EMI166195-15518,00.html>> Acesso em: 02 out de 2013).

FIGURA 3 – Seis Avatares das Comunidades da Rede Social Orkut



Fonte: Disponível em:<orkut.com>. Acesso em 18 fev. 2013.

Dáí temos:

QUADRO 4 – Estereótipo x Representações x Culturema II

ESTEREÓTIPO	REPRESENTAÇÕES	CULTUREMA
[Mulher] submissa	[Mulher],cozinha, vassoura, avental.	Amélia
[Homem] Traidor iminente	[Homem], beijo, dinheiro,forca.	Judas
[Homem] sedutor	[Homem],rosto,corpo, genitais.	don juan

Fonte: Elaborado pela autora

Podemos daí, averiguar o princípio que origina o culturema: representações (vassoura, avental), ligados a um estereótipo ([mulher] submissa) na constituição de um significado para um significante criado culturalmente (Amélia).

Luque Nadal (2010, p. 38) reconhece que culturemas e estereótipos possuem estreita ligação entre si quando se posiciona sobre o termo Fraseologia, defendendo que, se de fato se objetiva a manutenção do termo como o “máximo expositor do suporte linguístico dos fatos culturais” é necessária uma redefinição do termo de modo que inclua a linguagem estereotipada.

A partir deste trabalho, podemos averiguar a proximidade conceitual que se estabelece entre “estereótipos” e “culturemas”. Observemos, primeiramente, as semelhanças entre culturema e estereótipos. Estão presentes nas seguintes características:

a) Tanto o culturema quanto o estereótipo podem gerar fraseologismos, (porém não necessariamente): utilizando o exemplo de “Judas”, estabelecido como a lexicalização do estereótipo “traidor iminente” e funcional na cultura brasileira e na cultura espanhola e americana, por exemplo, vemos que “Judas” se desdobra em fraseologismos como “Onde o Judas perdeu as botas”. Mas, em um contexto onde é dito de forma isolada para designar o comportamento de alguém (Ele é um Judas), também exerce plena função comunicativa entre os povos onde o culturema está firmado. Há outros culturemas, como “Matusalém” que lexicaliza o estereótipo de “[pessoa que] muito viveu”, que apresentam funcionalidade independente de contexto, mas que não apresenta fraseologismos oriundos dele – embora exista a possibilidade dessa criação.

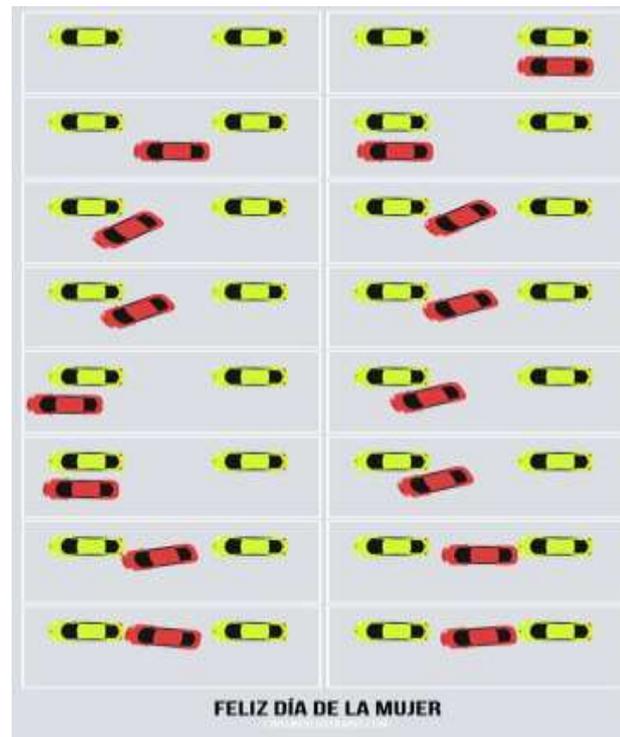
b) Tanto o culturema quanto o estereótipo apresentam vitalidade na língua: por vitalidade linguística, aqui, entendemos o conhecimento e o uso de um conceito manifestado direta ou indiretamente através da língua. Por exemplo, na frase da autora Cissa Pigatto, do blog “Que saudade da Amélia”, ao tentar explicar o porquê de se autoproclamar “amélia”, nos deparamos com o seguinte dito: “Quanto à Amélia, não sei. Acho que não é uma opção, mais um dom”. Percebamos que a autora não viu a necessidade de explicar o que seria uma “amélia”, pois ela, como falante autóctone, pressupunha que o termo estaria automatizado na mente dos leitores como um item lexical corriqueiro da Língua Portuguesa. Daí, a demanda vislumbrada pela autora foi apenas a de se posicionar em relação ao termo. Um estereótipo como “Mulher é submissa” também se encontra vitalício na Língua Portuguesa Brasileira e na cultura, ainda que o estereótipo tente ser quebrado.

c) Tanto o culturema quanto o estereótipo ilustram contextos, contemplando assim, a função estética: “Devemos levar ainda em consideração que uma grande maioria nem ler e escrever sabe, pois compreende o estudo como oportunidade que não é para ela como mulher nesta vida de “amélia”. O trecho extraído da crônica “A visão de ‘Amélia’ ainda existe como ideal feminino?”⁵ mostra-nos um exemplo de “amélia” ocupando uma função estética, pois a autora do texto opta pelo uso do culturema para falar acerca da realidade de muitas mulheres, ao passo que atenua as questões históricas e culturais que prejudicaram o sexo feminino ao longo do tempo. “Amélia”, por ser um termo de carga semântica positiva e negativa, substitui o peso da temática feminina por um só termo capaz de trazer um aspecto eufemístico e lúdico. Os estereótipos, por sua vez, ilustram contextos de maneira verbal ou não verbal. Uma vez que estão arraigados aos mapas mentais da sociedade, muitas vezes podem causar a alusão sem que haja menção direta, gerando assim, um contexto de caráter menos denso e mais lúdico, conforme podemos observar no exemplo abaixo, extraído do site de humor “Cinismo Ilustrado”⁶, no qual a aparição do carro vermelho em várias situações de estacionamento e trânsito simbolizam o estereótipo feminino de que “mulher, supostamente, não sabe estacionar”, ao passo que este não é verbalmente mencionado. O leitor evoca-o, no entanto, a partir da mensagem de “Feliz dia da mulher” associada à ilustração.

5 Disponível em: <http://www.kvtfeminino.com/index.php?option=com_content&view=article&id=6:a-visao-da-amelia-ainda-existe-como-ideal-feminino&catid=3:artigos&Itemid=4>. Acesso em: 20 mar de 2014.

6 Disponível em: <www.cinismoilustrado.com>. Acesso em: 18 fev de 2014.

FIGURA 4 – Charge “Feliz Día da La Mujer”



(Fonte: Disponível em: <www.cinismoilustrado.com> Acesso em: 18 fev. 2013)

d) Tanto o culturema quanto o estereótipo são dotados de complexidade simbólica, propensos a gerar alusões e expressões figuradas: a complexidade simbólica aqui é referente às representações no entorno do estereótipo e do culturema, pois, ao falarmos de “mulher submissa” e “amélia”, evocamos mentalmente elementos que nos levam à formação da Imagem’, ao significado para esses significantes, sejam representações abstratas (obediência, subserviência, já indo além do que prescreve as representações pós-estruturalistas de permitir somente representações materializadas (tais como as supracitadas no quadro) ou materiais (avental, vassoura, fogão, louça). A ilustração (3), figura como avatar da comunidade virtual “Não nasci pra Amélia”, com mais de 23.000 membros. A ilustração corresponde a um corpo feminino vestido por um espartilho, vestimenta altamente aderida no século XIX, cuja função era a de comprimir o corpo feminino no intuito de modelá-lo. Ainda que o espartilho não figure na maioria dos exemplos encontrados na formação da carga semântica de “amélia”, nas suas representações, este símbolo aludiu a contento ao culturema por haver ilustrado a opressão feminina pertencente à carga semântica de “amélia”.

e) Tanto o culturema quanto o estereótipo são ideias automatizadas no inconsciente coletivo dos falantes, refletindo sua visão de mundo e estabelecendo “um contrato entre quem fala e quem ouve” (MOSE, 2013): conforme já comentado neste

trabalho, há estereótipos relacionados aos gêneros masculino e, especialmente, feminino que são comumente evocados por diversas sociedades. Por exemplo, o tratamento discriminado às mulheres em diversas culturas, quer motivado por boas ou más intenções, é advindo do jugo masculino, como por exemplo, virgindade sexual, padrão de beleza, padrões comportamentais, vestimentas, pactos matrimoniais entre outros. Ainda que manifestado de formas radicais sob o ponto de vista físico (corte de clitóris, diminuição dos pés, alongamento do pescoço) ou mais brandos – visto sob o ponto de vista ocidental – como a discriminação do uso de determinadas roupas, o estereótipo que permeia toda a história da existência feminina é, em um cômputo geral, de amplo conhecimento entre as sociedades.

f) Em geral, levam ao mesmo significado: estereótipo e culturemas não se contradizem mutuamente. *Grosso modo*, ambos são significantes para o mesmo significado. Então, por que não se pode eliminar um pelo outro? O que ocorre é que nem sempre existirão culturemas para todos os estereótipos de uma sociedade, mas quando existir um culturema, a ideia do estereótipo estará presente. Eles coexistem e são significantes em planos diferentes. Vimos acima que Woodward (2000) citou o estereótipo do Consumidor [global], mas, quando tabelado, não encontramos culturema correspondente ao estereótipo. Diferente do que ocorreu com os estereótipos [Mulher]submissa; [Homem] sedutor e [Homem]traidor iminente, para os quais encontramos, respectivamente, *Amélia*, *Judas* e *Don Juan* (no Brasil). No quadro 5 que fizemos Estereótipo x Representações x Culturemas, observamos que as Representações são intersecções entre estereótipo e culturema.

A partir da última semelhança entre os dois conceitos, as diferenças entre ambos começam a entrar em pauta para a visibilidade. Com base nos conceitos e exemplos, discorreremos abaixo acerca dos três principais pontos de divergência encontrados. São eles:

QUADRO 5 – Culturema x Estereótipo

CULTUREMA	ESTEREÓTIPO
Natureza Cultural	Natureza social
A representação linguística de um avatar da existência	Um avatar da existência
Alcance limitado	Amplio alcance

Fonte: Elaborado pela autora

1) Natureza social x Natureza cultural: vinculados aos conceitos de Cultura e Identidade tabulados acima, estão os conceitos de culturema e estereótipo. Para haver identidade, é necessário haver atribuição de sentido em torno dessa atribuição, tal como foi atribuído à mulher o “não saber estacionar” entre outros estereótipos. Vimos que essa condição se cristalizou como um paradigma em diversas sociedades, daí observarmos que o estereótipo é de natureza social.

Partindo dessa ideia, cada cultura sistematiza as representações de cada estereótipo e o materializa em torno de um item lexical, com uma motivação histórica, bíblica, literária, etc. Um ótimo exemplo é o que já faz a Psicanálise, em especial na figura de Freud, há anos, ao denominar alguns males psíquicos, a partir de personagens mitológicos como o “Complexo de Édipo” e o “Narcisismo” e toda a comunidade de profissionais de saúde mental entendem esses códigos. Do mesmo modo, quando determinada comunidade linguística reconhece em um léxico como “Casanova”, “Hitler”, “Narciso” ou um conjunto de léxicos como “a raposa e as uvas” que fazem alusão a uma fonte outra que não a do contexto exato em que está sendo dito, percebemos a evidência da natureza cultural. Abaixo segue o exemplo de um trecho da canção ‘A raposa e as uvas’, de Reginaldo Rossi (1982), cuja compreensão do grifo depende do reconhecimento por parte do falante daquele bloco lexical (a raposa e as uvas) e do seu significado cultural.

E tudo que a gente transava
 Eram três, quatro cubas
 Eu era a raposa, você era as uvas
 Eu sempre querendo teu beijo roubar.⁷

b) “Um avatar da existência” x A representação linguística de um “avatar da existência”: a palavra avatar corresponde à representação, simbologia de um determinado elemento, pessoa ou circunstância em outro plano que não seja o da realidade. Podemos observar, por exemplo, que ao escutar a palavra “mulher” o falante autóctone de PB ligará a palavra a uma imagem do que ele conhece por ser uma “mulher”, no plano da realidade. Em outra dimensão, a “mulher” está mapeada na conjuntura mental do indivíduo pelo que costuma representá-la comportamentalmente na sociedade (tal como visto no estudo de Maputo (VILELA, 2000). Sob essa circunstância, ao ouvir “mulher”, o indivíduo está suscetível a lembrar dessa representação, desse avatar. Entretanto, o estereótipo habita o plano das ideias arraigadas ao senso comum de maneiras paradigmáticas e abstratas. Daí surge a

⁷ Álbum A raposa e as uvas do Compositor Reginaldo Rossi, EMI: 1982. Disponível em:< <http://www.vagalume.com.br/reginaldo-rossi/a-raposa-e-as-uvas.html>> Acesso em: 02 de out. 2013.

demanda de materializá-la linguisticamente, de modo a coesionar todos os semas correspondentes ao estereótipo que recai sobre a mulher linguisticamente. Eis então que o culturema supre essa demanda, tratando-se, não do estereótipo em si, mas da representação linguística que une todo o campo semântico (semas positivos e negativos) em uma palavra ou expressão, culturalmente viva.

c) Amplo alcance x alcance limitado: o estereótipo, por ser essa imagem introjetada na mente da sociedade, frequentemente atua como mensagem subliminar através dos culturemas. Vejamos o exemplo:

QUADRO 6 – Significante’ e Significado’ x Culturema

SIGNIFICANTE’ (Estereótipo)	SIGNIFICADO’ (Imagem do estereótipo ou Imagem’)	CULTUREMA (Lexicalização da Imagem’ OU significante’)
[MULHER] SUMISSA		AMÉLIA

Fonte: Elaborado pela autora

Podemos ver na tabela acima que o Significante’ (estereótipo) e o significante’’ (culturema) nos leva à mesma imagem acústica (imagem’). Entretanto, a restrição do culturema, conforme supracitado seria a restrição cultural que este pode eventualmente (não via de regra) sofrer. O exemplo “amélia” apresenta-se como um culturema com alto grau de usabilidade e funcionalidade dentro do PB por estar presente em escritas e falas brasileiras. No entanto, se aplicado em outro local e outra língua, o culturema “amélia” não terá a mesma plenitude funcional no campo da expressão, pois em outra localidade poderá ter outra palavra (outro culturema) para a representação da [mulher] submissa. Já o estereótipo possui um alcance mais abrangente, haja vista as pesquisas, as questões identitárias e os estudos culturais que investigam o gênero feminino.

3.4 Elementos marcados culturalmente, campo semântico e palavra-chave

Luque Nadal (2010), citando Gonzales Correias (2000), observou elementos marcados culturalmente na linguagem popular, trazendo-nos, com isso, uma visão de onde estariam e como seriam os culturemas na língua. Dentre os lugares estariam piadas, expressões populares, juramentos, maldições, deformações pitorescas da linguagem "correta", onomatopéias, etc.

3.5 Culturema x Palavra-chave

Luque Nadal (2010, p.39) assegura que “a existência de um símbolo em uma determinada cultura permite fazer uma alusão ao mesmo sem ter que mencioná-lo expressamente”. Extraímos dois exemplos do nosso *corpus*, onde podemos observar a presença enraizada do estereótipo “Samba” sem que este haja sido mencionado literalmente a princípio

De uma barrica se fez uma **cuíca**
 De outra barrica um **surdo** de **marcação**
 Com **reco-reco**, **pandeiro** e **tamborim**
 E lindas baianas."⁸
 "A lua ilumina o **terreiro** convidando o **partideiro** pra
 cantar a noite inteira
Pagodeando até o sol raiar
 Ao som do **cavaquinho**, **violão** do **repique** do **tantã** do
banjo e do **pandeiro**
 [No samba hoje eu vou me acabar]⁹

A noção de palavra-chave foi desenvolvida por autores como Apresjan (1973) e Wierzbicka (1997). As palavras-chave são identificadas como "específico - culturais" por três principais motivos: a) não são facilmente identificáveis; b) possuem extensa complexidade semântica e pragmática; c) aludem a traços do caráter nacional.

Em seu estudo, Wierzbicka (1997) assume, porém, a dificuldade em distinguir o que seja uma palavra-chave da que não o seja, mesmo porque elas não formam sempre um grupo fechado de palavras nas línguas. Entretanto, a autora propõe parâmetros de reconhecimento que possuem bastante semelhança com os parâmetros de reconhecimento de culturemas listados por Luque Nadal (2009, pp. 101-107), conforme podemos verificar no quadro comparativo abaixo, no qual constam esses parâmetros.

8 *Bumbum Paticumbum Prugurundum*. Composição: Beto Sem Braço e Aluísio Machado, 1982. Escolade Samba Velha Guarda do Império Serrano. Disponível em: < <http://culturanauff.blogspot.com/2009/05/letras-de-musicas-de-aluizio-machado.html> >. Acesso em: 05 out 2013.

9 *Hoje eu vou pagodear*. Composição: Adalto Magalha e Délcio Luiz, 1996. Intérprete: Fundo de Quintal. Disponível em: < <http://www.vagalume.com.br/grupo-revelacao/hoje-vou-pagodear.html> >. Acesso em: 05 out. 2013.

QUADRO 7 – Culturema x Palavras- Chave

LUQUE NADAL (2009) – CULTUREMAS	WIERZBICKA (1997) – PALAVRAS- CHAVE
Frequentes aparições me alusões, variações, piadas, anúncios, slogans, clichês, etc.	Aparições em obras literárias, títulos de filmes, ditos populares, canções, clichês, etc.
Produtividade fraseológica	Originam fraseologismos
Vitalidade linguística	Pertencer ao uso comum da língua
Complexidade simbólica (motivação em determinado campo semântico)	Alta frequência de desdobramentos em um domínio semântico

Fonte: Quadro elaborado pela autora.

O indivíduo culturalmente competente saberá designar a palavra-chave (culturema) na letra a partir de outras que compõem seu campo semântico. Neste ponto, questionamos: qual seria a palavra--chave que rege todas as outras em torno de si e quais seriam os seus hipônimos, ou seja, as palavras interdependentes entre si que atuam na composição do campo semântico da palavra-chave (culturema). Assim, a partir dos exemplos supracitados podemos estabelecer o seguinte quadro, em resposta à questão:

QUADRO 8 – Palavra-chave e Culturema: Hipônimos

PALAVRA – CHAVE / CULTUREMA	HIPÔNIMOS (CAMPO SEMÂNTICO)
SAMBA	Pandeiro, tamborim, cuíca, cavaquinho, violão, repique, tantã, partideiro, terreiro pagodeando, reco-reco, surdo, marcação.

Fonte: Elaborado pela autora

Dada as apresentações desses estereótipos e sua estreita ligação, neste trabalho, com o que definimos como Culturema – ainda que o segundo conceito, como será visto, abranja mais possibilidades – pode-se elucidar e aproximar docentes, aprendentes linguistas e tradutólogos de um conceito essencial ao desenvolvimento da competência cultural e intercultural, imprescindível ao trabalho com línguas estrangeiras e autóctones.

3.6 A Cultura e os Personagens

Cada cultura possui uma forma própria de evocar ideias, aludir a contextos e tecer metáforas através da palavra.

Para Luque Nadal (2009), o escritor conta com uma paleta de recursos linguísticos tal qual um pintor conta com uma paleta de cores na elaboração de sua obra. Nesse sentido, para ganhar tónus de recurso linguístico, é necessário que tal léxico ou expressão seja eficaz na alusão ou formação metafórica do que se tenciona dizer, de forma a estabelecer a ponte associativa e, assim, comunicar, de maneira eficaz, aos interlocutores.

Dentre os recursos que desempenham alusões, expressões figuradas com eficácia temos alguns personagens que, quando utilizados como recurso linguístico, costumam evocar ideias nos interlocutores, tal como é mister do culturema.

A exemplo, temos o título da matéria política escrita pelo cientista político Wanderley Guilherme dos Santos para o portal de notícias IG São Paulo, em 16 de agosto 2013: “*O mensalão foi o sorriso da Monalisa do STF*”¹⁰.

No exemplo supracitado, o culturema “Monalisa” - cuja fonte é a pintura de 1505, do artista plástico Leonardo Da Vinci - originou a expressão “sorriso da Monalisa”, como recurso estético e argumentativo, eivado de complexidade simbólica, para remeter ao “mistério”, ao “incerto”, ao “impasse”.

A obra “Monalisa” (ou Gioconda) retrata o busto de uma mulher, vestida de negro, com uma paisagem montanhosa ao fundo, em tons de verde, negro e sépia. A mulher leva no rosto uma inefável expressão que comumente confunde o apreciador do quadro, por não ficar claro se a expressão facial ali representada reflete uma alegria plácida ou uma dor reprimida. Para Kidder e Opperheim (2009, p.185-186), “Monalisa”

demonstra o uso genial que Leonardo faz da técnica *sfumato* que em linhas suaves e difusas originam o mistério acerca do estado de ânimo feminino. Através dessa técnica, o artista gerou uma expressão facial ambígua ao retrato. Muito esforço se tem empreendido a fim de descrever a natureza precisa do sorriso da Monalisa e, de fato, parece verdade que transmite a sensação de mudança dependendo do ângulo que se observe.

A expressão “sorriso da Monalisa” também foi utilizada como título do filme do diretor norte-americano Mike Newell (2003). Vale ressaltar que o título original “Mona Lisa smile” fora traduzido para alguns outros idiomas sem perda do sentido, o que valida o uso da expressão baseada no culturema 'Monalisa' em sua complexidade simbólica em outros idiomas, tais como: português (O sorriso da Monalisa); espanhol (La sonrisa de Monalisa); francês (Le Sourire de Mona Lisa); alemão (Mona LisasLächeln); estoniano (Mona Lisa

10 Disponível em: <<http://ultimosegundo.ig.com.br/politica/2013-08-16/o-mensalao-foi-o-sorriso-de-monalisa-do-stf.html>>. Acesso em: 20 jan de 2014.

naeratus); turco (Mona Lisa Gülüşü); sueco (Mona Lisas leende), entre outras. Tal exemplo caracteriza Monalisa como um culturema ativo em termos de uso e compreensão nos países falantes dos supracitados idiomas. Neles, ao nos referirmos a “sorriso de Monalisa”, permanece o sentido de mistério que subjaz à expressão.

3.6.1 Personagens – Culturemas do Português Brasileiro

Conforme exemplificado anteriormente, os personagens que chegam a ser um símbolo motivado, produtivo e representativo de valores em uma (ou várias) comunidades linguísticas podem advir de fontes tanto linguísticas (no caso da literatura, da bíblia, e da mitologia) quanto não-linguísticas, como o exemplo da “Monalisa”. O que torna o personagem um culturema, então, não é necessariamente sua fonte ou propriamente sua materialização lexical que compõe a conjuntura semântica, mas o vislumbrar de um conceito pelo imaginário coletivo sobre o personagem.

Segundo Saussure (1978), a palavra surge a partir da necessidade de nomes, de chamar e distinguir as coisas umas das outras (diferença). E, ainda seguindo seu pensamento, ao relatar acerca da arbitrariedade do signo, há aqui esta arbitrariedade, não ao signo propriamente dito, visto que se pode encontrar motivação histórica, mas à fonte dos culturemas e se o léxico se fixará ou não na língua com as características de um culturema.

Para compreender, traçamos um paralelo entre a Amélia (nome próprio) x Amélia (culturema).

Foi a partir do samba-canção de Mário Lago e Ataulfo Alves que Amélia deixou de ser apenas um nome próprio para os brasileiros e tornou-se um símbolo de estereótipo comportamental feminino – especialmente aquele traçado nos anos 40- ano da composição da música.

Desde então, classificar “amélia” somente como nome próprio feminino é insuficiente para abranger a carga semântica que, agora, pertence a “amélia” no Português Brasileiro. O culturema “amélia” fora eleito como símbolo linguístico de representação de um perfil (estereótipo) social graças ao seu uso e sua repetição. Segundo a crônica “Mulher de verdade”, publicada na Revista feminina *TPM*, “Por ser a síntese de uma imagem muito clara na cabeça de todo brasileiro: a moça sem ‘a menor vaidade’, vivendo à sombra do marido

.Tudo o que nós não queremos ser”¹¹.

Como exemplo, é comum ouvimos mulheres registradas em cartório sob o nome de Amélia defendendo-se com sentenças:

- (1) Me chamo Amélia, mas de “amélia” não tenho nada.
- (2) Sou Amélia, mas só no nome.
- (3) Sou Amélia em todos os sentidos.

Tais declarações, considerando que o significado cultural de Amélia está arraigado à memória linguística do falante nativo na condição de uma palavra reconhecida no vernáculo de sua língua materna, não soam estranhas, haja vista o supracitado motivo. Entretanto, ao substituirmos, a título de exemplo, o nome próprio feminino “amélia” por um outro com a mesma classificação sintática, porém isento de carga semântica cultural é que podemos perceber o estranhamento uma vez que, de modo geral, o sentido fica comprometido:

- (1) Me chamo Cíntia, mas de Cíntia não tenho nada.
- (2) Sou Verônica, mas só no nome.
- (3) Sou Andréia em todos os sentidos.

Tendo em vista essa ausência de sentido, o interlocutor (seja nativo, seja estrangeiro) irá se perguntar:

- (1) Não tem nada de Cíntia? Mas o que é característico de uma Cíntia, afinal?
- (2) Em qual outro segmento uma pessoa pode ser ‘Verônica’ se não no nome próprio?
- (3) Em quais outros sentidos se poderia atribuir a alguém a característica de Andréia?

Ao consultar nosso vernáculo de língua portuguesa brasileira, observaremos que “Cíntia, Verônica e Andréia” são classificados como substantivos, femininos, singulares e nomes próprios, contudo, não recebem atribuições semânticas por si sós. Quando se substitui “Amélia” por esses três nomes, por exemplo, as sentenças são isentas de sentidos isoladamente, salvo em casos que estejam contextualizadas à fala de um determinado grupo

11

Disponível em: < <http://revistatpm.uol.com.br/revista/131/editorial/mulher-de-verdade.html>>. Acesso em: 18 fev de 2014.

de pessoas que possuam uma referência prévia de “Cíntia”, “Verônica” e “Andréia” e mantenha clara, no ato de comunicação, a negociação de sentido ali empregada com o uso desses nomes. No entanto, mesmo sendo atribuído sentido nesse contexto, essa carga semântica ali agregada não se trata de um acordo cultural entre uma comunidade numerosa em termos de usuários da língua portuguesa brasileira, como acontece com “Amélia”. Daí esta ser classificada como um culturema.

Vejamos agora as mesmas três frases substituindo os nomes próprios por três culturemas, ditos, universais:

- (1) Me chamo Casanova, mas de Casanova não tenho nada.
- (2) Sou Caxias, mas só no nome.
- (3) Sou Judas em todos os sentidos.

Observamos que “Casanova”, “Judas” e “Caxias”, assim como “amélia”, encontram na mente do interlocutor brasileiro uma “imagem acústica” que corresponde aos seus respectivos conceitos. Esse fenômeno justifica que essas palavras sigam sendo compreendidas e faladas, em sentido cultural, pela comunidade brasileira, o que lhes confere vitalidade.

CAPÍTULO 4 – PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

No presente trabalho tivemos por objeto de pesquisa o culturema “amélia”, sobre o qual lançamos a hipótese base de ser a representação gráfica do estereótipo social da [mulher]submissa e apresenta força ideológico-social no Português Brasileiro, no intuito de averiguar a sua procedência.

Nesse sentido, outras hipóteses secundárias se fomentaram no decorrer da investigação e à medida que a teoria dos Culturemas e objeto se encontravam. São elas: o culturema se valida pela repetição do seu uso em significado cultural; possui desdobramento linguístico, sendo esse desdobramento passível de uso e compreensão em significado cultural por parte de um indivíduo do Português Brasileiro, ainda que não estejam formalmente dicionarizados; o culturema “amélia” seria a representação gráfica de um estereótipo social; o culturema “amélia” é utilizado linguisticamente como pilar de representação de grupos identitários femininos: amélia x não-amélia, entre-amélia; a carga semântica do culturema “Amélia”carrega em si ambiguidade, que ora se mostra ofensiva, ora enaltecadora dos grupos identitários que sob ele se inscrevem.

Partindo dessas hipóteses sobre o objeto, buscamos estabelecer objetivos específicos para chegar a um resultado sobre cada uma delas.

Como objetivo primeiro deste trabalho e correspondente, portanto, à hipótese base fizemos a análise do culturema brasileiro amélia, a partir dos pressupostos teóricos em Veermer (1983), Nord (1997), Marín Hernandez (2005), Luque Nadal (2009,2010), Pamies Bertrán (2007,2009,2010), e a averiguação de sua complexidade linguística, carga semântica, e seu grau de representatividade social em grupos identitários femininos.

Dos objetivos específicos, designados para cada uma das hipóteses secundárias, realizamos: a observação dos contextos de uso e repetição do culturema “amélia” que o validasse enquanto tal; a verificação da relação entre o culturema e o estereótipo que compõe seu conceito; a análise dos contextos de uso de “amélia”, de modo a identificar os traços semânticos que foram associados ao objeto e a averiguação da carga semântica do culturema “amélia”.

A pesquisa esteve situada no contexto do Português Brasileiro e os aspectos culturais e ideológicos que nela se refletem linguisticamente.

O *corpus* caracteriza-se por ser integral e originalmente produzido em Português

Brasileiro, datar criação subsequente à composição e divulgação da música “Ai, que saudade da Amélia”, ser viabilizado por meio da Internet, ser de autoria de falantes nativos do Português Brasileiro, constar predominantemente da linguagem escrita, constar do uso do objeto de pesquisa situado em um contexto.

Para tanto, prezamos a seleção do *corpus* feita sob os critérios de:

a) ser um material autêntico (ser produzido por um ou uma falante autóctone da língua portuguesa brasileira e não se tratar de material didático);

b) ser de natureza da produção verbal, (a imagem que corrobore com o culturema e seja uma modalidade contemplada no material escrito, poderá ser citada se e quando julgarmos oportuno, entretanto, nossa análise centrará foco primordial em como a carga semântica do culturema se reverbera em torno da linguagem verbal);

c) ser um produto cultural reconhecido nacionalmente, ou seja, ser um produto levado a público pelos veículos de comunicação, seja de autoria reconhecida ou anônima, mas cujo gênero ou artefato seja identificável em nível de Brasil;

d) ser um produto que conste da presença, ou aluda à presença do culturema investigado através do campo semântico;

e) que o culturema evocado pelo produto obedeça aos critérios de vitalidade, produtividade linguística, complexidade simbólica, reconhecimento cultural, independência e, em instância não obrigatória, criação de fraseologismos a partir de si.

Nossa fonte de acesso a esse material foi a plataforma Web, a qual possibilitou o acesso a materiais que comungaram com as supracitadas características. Além disso, pudemos coletar textos autênticos com diversidade de gêneros, entre crônicas, redações escolares, relatos em fórum de mulheres, títulos de blogs, títulos e descrições de comunidades em redes sociais, configurando a seguinte tabela:

QUADRO 9 – Quantitativo de *Corpus* x Natureza

QUANTIDADE	NATUREZA
50	Comunidades em redes sociais
32	<i>Weblog</i>
04	Entrada em dicionário
02	Música
20	Crônica
03	Redação escolar
08	Relatos de histórias reais
01	Bem de consumo durável
120	TOTAL

Fonte: Elaborado pela autora

A plataforma *Web* possibilitou o diferencial quantitativo, o que confirma o uso e reconhecimento do termo “amélia” em sentido cultural e auxiliou-nos em sua classificação como *culturema*. Tomamos, portanto, neste trabalho, a quantidade relevante desses membros como uma relevante comprovação de que o termo é usado, reconhecido e possui vitalidade dentro do PB e para os falantes de PB.

Na rede social Orkut, plataforma social eleita por sua popularidade entre os brasileiros no período de 2005 a 2010 e por suas diversas comunidades virtuais que agregavam pessoas sob determinados eixos temáticos, a fim de gerar fóruns, foram encontradas cinquenta e quatro comunidades que traziam “amélia”, em sentido cultural, em seu título, dentre as quais elegemos as dez com maior número de membros para serem analisadas.

Os elementos de análise foram os títulos e as descrições das comunidades, pois acreditamos que, refletidos na titulação das comunidades, bem como no discurso ressaltado na descrição de cada uma delas, encontramos a carga semântica atribuída ao termo (semas positivos e negativos). Além disso, observamos os aspectos identitários, ou seja, o posicionamento ideológico da comunidade e, por conseguinte, de seus membros, em relação ao significado que se atribui culturalmente a “amélia”. Esse dado nos revela não somente a vitalidade, mas o caráter medidor de valores em grupos femininos (ser, não ser ou entre-ser “amélia”) que remete à identidade.

Outro aspecto analisado em seis das dez comunidades com mais membros, foram as imagens que se apresentavam como seus avatares. Nessas figuras, observamos os elementos que estão simbolicamente associados à “amélia”, repetidamente, ou como hipônimos de hiperônimos correspondentes a afazeres domésticos, conseqüentemente, vinculados ao estereótipo que compõe seu significado cultural.

Encontramos, também, 32 (trinta e dois) blogs cujos títulos correspondiam ao nosso critério de autenticidade e uso cultural do termo “amélia”.

Nesses títulos, lançamos um olhar pautado nos estudos identitários delineados por Hall (2000, 2001), Woodward (2000) e Silva (2000) classificando-os em três grupos representacionais femininos, a saber, os que:

- a) a partir do título, aderem à ideia de “amélia” enquanto representação linguística do estereótipo [mulher] submissa, usando-o de maneira nostálgica e ressaltando semas positivos;
- b) negam partilhar esse significado a partir do uso do *culturema* associado à negação

do estereótipo, antinostalgia e exaltação dos semas negativos;

c) posicionam em um entre-lugar, ou seja, ressaltam, no título, semas positivos que compõem a carga semântica, porém associam o *culturema*, também, a termos que não compõem o escopo semântico de “amélia”, ficando, assim em um entre-lugar.

Ainda nos *Weblogs*, realizamos uma análise quantitativa dos temas mais associados à “amélia”, ou seja, aqueles que encontramos nas figuras (avatars das redes sociais e em alguns relatos de definição de “amélia” feitos pelos autores dos *blogs* do *corpus*. Encontramos os seguintes temas ligados ao estereótipo que compõe a carga semântica de “amélia”: gastronomia, afazeres domésticos e família. A partir desses temas, examinamos as publicações e colunas desses *weblogs* no intuito de observar, percentualmente, quantos deles possuem esses assuntos em seu escopo temático e que, por conseguinte, reforçariam a semanticidade cultural do termo, situando-o como elemento hiperonímico (organizador), subjacente ao estereótipo [Mulher]submissa.

O fórum de relatos reais de histórias amorosas do portal Personare.com.br é outro dos nossos materiais de análise na pesquisa. Além de contemplar os requisitos supracitados, a quantidade de acessos e relatos do fórum fez-se relevante. Através de oito exemplares da nossa mostra, pudemos constatar a manifestação das funções do *culturema* (cognitivo-hermenêutica, estética e argumentativa), e as variações semânticas que coexistem através da mesma palavra (amélia).

As crônicas jornalísticas deram suporte ao posicionamento dos brasileiros em relação ao *culturema* “amélia” e seu uso frequente para a argumentação nos assuntos relativos à postura feminina diante das demandas sociais e pessoais. Nelas, pudemos constatar, novamente, todas as características de um *culturema* descritas por Luque Nadal (2009): vitalidade, uso, idiomaticidade, funções textuais, etc. A partir de trechos selecionados desse material, apresentamos o *culturema* em uso argumentativo e apontamos o contraste semântico.

A canção “Desconstruindo Amélia” foi eleita como componente deste *corpus* por redimensionar o alcance deste *culturema* ao questioná-lo e levantar no corpo de seu texto os semas de oposição aos que compõem a carga semântica de “amélia”.

A análise da canção é seguida da análise de três redações escolares vencedoras do concurso de redação do jornal Zero Hora. Os três textos foram escolhidos por abordarem a temática feminina, usando diretamente o *culturema* “amélia” quer no corpo textual, quer em seu título.

As redações escolares mostram como jovens pré-universitários do ano de 2012 se posicionavam sobre os aspectos socioideológicos que cercam o culturema “amélia”, como fazem uso e como, ao dialogar com os semas de oposição de “amélia”, atualizam-no em carga semântica e vitalidade no Português Brasileiro.

A coleta de dados foi feita majoritariamente através da plataforma *Web*, por veicular os portais dos quais extraímos materiais autênticos que contemplaram os requisitos por nós pautados como relevantes. Foram eles: “Orkut.com”; “personare.com.br”; “dicionarioinformal.com.br”; a tabela de blogs das páginas 82 e 83 deste trabalho; “revistatpm.uol.com.br”; “jornalistaclaudioferreira.com.br”; “papodehomem.com.br”; “serfelizeserlivre.blogspot.com.br”; “zerohora.com.br”; “diirce.com.br”; “revistaepoca.globo.com”; “locutoriodofrizeroblogspot.com”; “blogueirasfeministas.com” e, por fim, “avozdacidade.com”.

4.1 Categorias de Análise

As categorias de análise aqui utilizadas foram as que decorrem da conceituação vigente de Culturemas.

Para que uma palavra seja classificada como culturema, Veermer (1983), Nord (1997), Marín Hernandez (2005), Luque Nadal (2009, 2010), Pamies Bertrán (2007, 2009, 2010) traçam características de suma importância, tais como: ter vitalidade linguística (estar em uso recorrente e atual); ter funções textuais (argumentativa, cognitivo hermenêutica, estética); apresentar produtividade linguística (ser propulsora de neologismos e (ou) fraseologismos); apresentar idiomacidade (apresentar particularidade linguístico-cultural em seu uso e significado); ser particular de uma comunidade linguística ou compartilhada entre comunidades; ser oriunda de fontes históricas, bíblicas, mitológicas, artísticas ou literárias e apresentar usabilidade dentro de determinada comunidade linguística; ser um elemento cuja tradução só seria viável através de outro culturema que compartilhasse uma carga semântica similar.

Entretanto, para investigar a carga semântica de um culturema, existe a necessidade de compreender o contexto linguístico (português brasileiro) e a demanda ideológico-social (papel feminino). Assim, para que pudéssemos averiguar esse componente ideológico na conjuntura do culturema “amélia”, analisamos o uso textual que os brasileiros fazem atualmente desse culturema e como ele é usado para a descrição da identidade atual da mulher

brasileira. Nesse momento, nossas categorias de análise foram pautadas nos Estudos Culturais de Hall *et al.* (2000, 2001) cujo conceito básico de identidade se fomenta na identificação, **diferença e entre-lugar em que o indivíduo ou a comunidade se instaura.**

4.2 Procedimentos de análise

Primeiramente, foi feita a revisitação dos estudos feitos sobre culturemas, estereótipos, palavras-chave, equiparando diferenças e semelhanças, para, então, fomentar neste trabalho, conceito e função de culturema e seu uso como organizador de campo semântico. Para tanto, tomamos em conta as questões identitárias, históricas e políticas que perpassam a noção de culturema, sempre tendo em vista nosso principal foco neste trabalho: averiguar como essas influências que se inscrevem no culturema “Amélia” (para nós, genuinamente brasileiro, uma vez que sua fonte originária é um samba-canção em língua portuguesa brasileira) e sua fixação e desdobramento linguístico-cultural se deram através da e na língua portuguesa brasileira.

O segundo passo metodológico foi concretizado por meio da coleta de dados, sendo esta através de materiais autênticos (*realia*) em língua portuguesa brasileira. Por materiais autênticos entendemos, como Berward (1987), aqueles que são feitos por falantes autóctones, para falantes autóctones e que não receberam tratamento didático.

A amostra, portanto, está composta por exemplos dos culturemas utilizados em *blogs*, comunidades em redes sociais, crônicas jornalísticas, notícias cotidianas, letras de músicas, depoimentos em fóruns virtuais, verbetes, imagens associadas ao culturema “Amélia” como representação do que viria a ser sua “imagem acústica” (cf. Saussure, 1978).

O terceiro passo metodológico consistiu na análise de dados referentes a “amélia” que consideramos um culturema genuinamente brasileiro, haja vista a pré-estabelecida discussão e conceituação de culturema aqui trabalhadas e como se dá seu uso, sua complexidade simbólica, seu desdobramento no linguajar brasileiro.

Nesse momento, nossa atenção se pauta nas categorias de análise supracitadas no intuito de investigar a vitalidade e semanticidade de “Amélia” no contexto de Língua e Cultura do Português Brasileiro, bem como nas características que o legitimam como culturema.

CAPÍTULO 5 – ANÁLISE DE DADOS: AMÉLIA

Em geral, ao dizer algo sobre certas características identitárias de algum grupo cultural, achamos que estamos simplesmente descrevendo uma situação existente, um “fato” do mundo social. O que esquecemos é que aquilo que dizemos faz parte de uma rede mais ampla de atos linguísticos que, em seu conjunto, contribui para definir ou reforçar a identidade que supostamente apenas estamos descrevendo. Assim, por exemplo, quando estamos utilizando uma palavra racista como ‘negão’ para nos referir a uma pessoa negra do sexo masculino, não estamos simplesmente fazendo uma descrição sobre a cor da pessoa. Estamos, na verdade, inserindo-nos em um sistema linguístico mais amplo que contribui para reforçar a negatividade atribuída à identidade ‘negra’(SILVA, 2000, p.93).

Amélia, personagem vindo a público no samba-canção “Ai, que saudade da Amélia” de autoria de Mário Lago e Ataulfo Alves, composto nos anos 40, virara, popularmente, sinônimo de mulher resignada à sorte e submissa ao marido. Isso porque a letra da canção conta a história de um marido que compara a atual esposa (mulher afeita a luxos e excentricidades) à anterior (humilde, resignada, isenta de vaidades). A ausência desta é sentida pelo homem e a presença dela é idealizada pela saudade sentida. Podemos averiguar tudo isso na letra da canção registrada a seguir:

Ai, que saudade da amélia

Nunca vi fazer tanta exigência
 Nem fazer o que você me faz
 Você não sabe o que é consciência
 Nem vê que eu sou um pobre rapaz
 Você só pensa em luxo e riqueza
 Tudo que você vê você quer

Ai, meu Deus, que saudade da Amélia

Aquilo sim é que era mulher

Às vezes **passava fome ao meu lado**
 E **achava bonito não ter o que comer**
 E quando me via contrariado
 Dizia: **Meu filho, que se há de fazer**
 Amélia **não tinha a menor vaidade**
 Amélia é que era mulher de verdade

Amélia não tinha a menor vaidade

Amélia é que era mulher de verdade.

(Grifos nossos)

Amélia se tornara, então, o estereótipo de mulher submissa, caseira e sem grandes ambições. Dedicada à casa e ao marido. A figura idealizada daquela década, enfim. Porém, conforme estamos vendo ao longo deste trabalho, o termo “amélia” arraigou-se produtivamente à língua, assumindo vitalidade, sendo usado e compreendido no português brasileiro até os dias atuais.

Diversas histórias circulam popularmente com caráter de autenticidade de quem seria a musa inspiradora desse famoso samba. A mais completa delas diz que a inspiração veio de uma mulher chamada Amélia Ferreira. Esta foi empregada doméstica na casa da cantora Aracy de Almeida. E, segundo depoimentos de seus contemporâneos, era casada, tinha treze filhos, trabalhava em casas de família para criá-los e ainda tinha disposição para desfilhar no carnaval.

Almeidinha, irmão de Aracy e amigo do compositor Mário Lago, sempre bradava pensativo: “Amélia é que era mulher de verdade!”. Dizia isso quando reunido com o compositor e amigos em momentos de ócio e conversas despreziosas e quando a pauta da conversa era “mulher”. Até que Lago se sentiu instigado a compor sobre a personagem tal como a vislumbrava.

Tão logo a canção fez sucesso, “amélia” começou a instigar o imaginário coletivo da população brasileira. O brado “aquilo sim é que era mulher” soava como uma afronta a algumas mulheres, como um desafio a outras e, independente de haver sido ou não a intenção autoral, “Ai, que saudade da Amélia” ganhou ares de hino do conservadorismo e do sexismo.

“Ai que saudade da Amélia”, desde seu lançamento, trouxe à sociedade brasileira de um modo geral, um ponto de vista alvo de polêmica que se desdobrou em questionamentos tabus e velados até aquela época. O que seria uma mulher de verdade? Uma mulher que não aceita toda sorte de privações seria, por isso, menos mulher? A condição de mulher está legitimada apenas às que são subservientes aos seus maridos ou mesmo somente para as que optam em casar? Uma mulher vaidosa seria alguém desprovido de consciência?

Essas e outras questões, embora não ditas de maneira explícita, se inseriram na mente fértil da sociedade brasileira pelo contexto que induz o ouvinte da canção a pensar no

estereótipo “mulher submissa”, a partir de alguns hipônimos correspondentes ao estereótipo. Algumas características atribuídas à “amélia”, ainda que não tenham sido ditas (cozinheira, submissa), são associadas às que foram verbalizadas (sem vaidade, resignada), fazendo que os ouvintes cheguem a um hiperônimo que contemple o que foi dito pela canção, como o exemplo supracitado do samba “Hoje eu vou pagodear”, no qual alguns dos elementos da tradicional roda de samba são citados, a fim de chegar ao seu hiperônimo “samba”.

Ainda assim, “Ai, que saudade da Amélia” não passava de um alegre samba-canção a ser apreciado nas rodas de chorinho para alguns. Enquanto para outros – e outras, em especial – tratava-se do estopim de uma mentalidade que vinha, há tempos, sendo cultivada. Para o movimento feminista que emergia na época, por exemplo, tal peça artística era prova de que estava na hora de agir, caso as mulheres quisessem respaldar seu valor e dignidade como seres humanos e cidadãos diante da sociedade algum dia.

O movimento feminista teve um de seus auge na década de 30, dez anos antes do lançamento da canção. Nessa época, a luta foi em favor do voto feminino. A força do movimento pode haver sido um propulsor criativo para Lago que, no intento de expressar certo saudosismo pelo comportamento feminino resignado de outrora, compunha a canção. No entanto, não se encontraram registros oficiais de que “amélia” tenha sido eleita como símbolo oficial de aversão dos grupos feministas. Primeiramente, porque esses grupos feministas estão divididos em várias correntes que vão desde as radicais às filosóficas¹² e possuem meios distintos de lutar pela revisão hierárquica na sociedade entre os gêneros masculino e feminino; daí, dificilmente todos esses grupos seriam necessariamente contra ou a favor de “amélia”. Entretanto, há em textos não-históricos que as feministas haviam se rebelado contra a canção, daí o culturema em questão ter sido escolhido como um vocábulo de cunho oral e popular que reunia muitos dos elementos comportamentais e ideológicos contra os quais a maioria dos grupos lutava.

Naturalmente, apenas alguns anos após a conquista do direito ao voto, ouvir que “Mulher de verdade é a que não tem a menor vaidade”, é, no mínimo, perturbador aos ouvidos de mulheres que lutavam por direitos inerentes ao sujeito social. E, instintivamente, lançar uma resposta ao que foi considerado uma afronta- haja vista, também, o período histórico- não é uma postura de ódio ou aversão. É um direito social e uma reação humana.

12 Segundo Safiotti (1987, pp. 106-114) eram cinco as vertentes feministas: radical, socialista (amor livre); dogmático-marxista (princípios de Marx e Engels); liberal (baseada na lei, implantação da igualdade de direitos); conservadorista (preocupada com a dominação exercida pelos homens, porém sem teor político-cultural).

O passar do tempo e o avanço midiático fizeram com que o termo “amélia”, em vez de ficar obsoleto, ganhasse ainda mais uso, especialmente na mídia impressa, veículo que atribui força ao documentar graficamente o que já se cunhava na oralidade brasileira. Desses entrelaces históricos sabemos que “amélia” chegou ao século XXI com conotações internalizadas na mente do povo brasileiro.

A autora que responde pelo pseudônimo “diirce” em um texto publicado via *Web* intitulado “Amélia é o escambau!” vai traçando o perfil da mulher “amélia” de acordo com o que seu imaginário dita a partir da letra da canção. Tal afirmação é evidenciada quando a autora traça o perfil do que caracteriza uma “Amélia” a partir dos trechos de Mário Lago e Ataulfo Alves, confirmando o que o imaginário brasileiro atribuiu como sendo negativo à “amélia”:

Outro dia vieram me dizer que eu era meio Amélia. Confesso, fiquei ofendida (...) Amélia é também aquela mulher que passa a mão na cabeça e diz que vai passar. **A mais pura tradução de passividade**. Eu não sou assim não, meu rapaz! Sou mulher que põe a mão na massa(...) Comigo não tem essa de “Meu filho, o que se há de fazer?”. Sou mais como a vovó, que diz que pra tudo na vida tem um jeito, só não se dá jeito pra morte(...)Mas o pior de tudo é a aparência da Amélia, sabe? Poxa, a moçoila não tinha a menor vaidade! Amélia era mulher de verdade porque **era um bagulho?** Faça-me o favor! (Diirce. Amélia é o escambau!Disponível em: <<http://diirce.com.br/2013/08/30/amelia-escambau>>. Acesso em 13 fev de 2014).

5.1 Amélia: termo pejorativo ou apreciativo?

Para o jornalista Cláudio Ferreira (2011), as conotações atribuídas à “amélia” são injustas, pois, segundo ele “Amélia é a representação de um povo daquele Rio de Janeiro antigo e, ao mesmo tempo, a precursora da mulher de quádrupla jornada: trabalha, cuida da casa, da família e ainda tem tempo para se divertir”. Em sua crônica, ele reconhece a carga semântica pejorativa atribuída ao termo, porém, tendo em vista a história de Amélia Ferreira, tida como a musa inspiradora do samba-canção, não vê correspondência entre o seu significado vigente e a figura feminina que outrora inspirara a canção.

Se alguém diz que você é uma mulher Amélia, o que vai pensar? Bom, provavelmente vai ficar **bastante irritada**. Mas, você sabe o que é uma mulher Amélia? Pela origem do termo e contexto de como surgiu, **é uma expressão que toda mulher deveria se orgulhar**. (FERREIRA, C. Você é uma mulher Amélia. Disponível em: <<http://www.jornalistaclaudioferreira.com.br/2011/08/voce-e-uma-mulher-amelia.html>> Acesso em:02 fev 2014.Grifo nosso.)

O fato é que, mesmo ciente de quem fora a musa inspiradora da canção e

sabendo da sua árdua rotina e admirável força, Ferreira reconhece que “amélia”, por culpa da canção ou não, arraigou-se ao Português Brasileiro e ao imaginário coletivo de outra forma quando conclui que “Amélia se transformou no estereótipo da mulher submissa, resignada e voltada exclusivamente para os afazeres domésticos. (FERREIRA, C. Você é uma mulher Amélia. Disponível em: <<http://www.jornalistaclaudioferreira.com.br/2011/08/voce-e-uma-mulher-amelia.html>> Acesso em: 02 fev 2014.)

Outro fato reforçador do significado cultural atribuído a “Amélia” e, não obstante, consequência da canção, refletiu-se ideológica e mercadologicamente por volta dos anos 70, quando a Estrela SA, empresa de brinquedos famosos tais como as bonecas Barbie e Susie, lança a boneca “Amelinha – a dona de casa de verdade” que, conforme sugerido pelo *slogan* era claramente inspirada na canção. Amelinha vinha acompanhada dos seguintes acessórios de plástico: tábua de passar, ferro de engomar, espanador e trajada com o clássico avental, ou seja, os itens de representação do estereótipo ‘[mulher] submissa’ identificados neste trabalho. A proposta do brinquedo à pilha era a de mover-se ludicamente como se varresse uma casa, espanasse móveis e engomasse roupas, funções estas reforçadas pela língua através das instruções de como manusear o brinquedo, escritas na caixa (ilustração abaixo)¹³.

FIGURA 5 – Boneca “Amelinha”



A criação do brinquedo não corresponde, no entanto, sequer à década na qual o samba-canção foi lançado, sendo a boneca apresentada ao mercado apenas trinta anos após o lançamento da canção. Tal fato evidencia a carga semântica que o culturema em questão ganhava no PB, chegando a se redimensionar não só linguisticamente, como também

¹³ Imagens extraídas do site: <<http://anacaldatto.blogspot.com.br/>>, em 18 de fev. de 2014.

mercadologicamente.

No *blog* “Amo ser amélia”, a autora “Luciana” diz em uma de suas postagens que sofreu preconceito pelo título de seu blog: “Infelizmente, ser Amélia não gera bons julgamentos”. Entretanto, ao final do texto ressalta sua admiração pela conotação que atribui a ‘amélia’:

Amélias ,para mim, são mulheres que fazem de tudo pela família, que defendem com unhas e dentes seus filhos e seu marido (...) me desculpem as feministas, mas a mulher foi feita pra isso, mãe e esposa é o ponto de equilíbrio de uma família e a sociedade pode até tirar essa responsabilidade das costas, mas não há outro ser no mundo que consigo assumir tantas responsabilidades quanto a mulher!” (Blog “Amo ser amélia”. Em: 18 fev. 2014).

Observa-se no trecho acima, que a autora opõe o significado de “Amélia” a outro grupo de referência (Feministas), inclusive na própria definição do termo. Tem-se, então, um exemplo de afirmação de identidade em extrema oposição a um grupo (que demarca o papel do Outro) como se a ideologia do movimento feminista fosse expressamente contrária às características biológicas e ancestrais da figura feminina, tal como a maternidade.

Essa oposição destacada pelo ponto de vista de ‘Luciana’ alude ao “instinto maternal” como parte da carga semântica do *culturema*.

O trecho, assinado por Rosângela Brito, recorre legitimamente ao *culturema* em sua função estética e argumentativa. Vejamos:

Onde estão as amélias? Aquelas que sonhavam com o casamento, planejavam formar família e cuidar dela? Aquelas que casavam para permanecerem casadas custasse o que custasse? Que entendiam que o casamento é uma aliança e, se é aliança, tem que ser eterno e não um mero contrato temporário que se desfaz a qualquer hora diante do menor desentendimento (BRITO,R Em: Améia, mulher de verdade. <http://pt-br.mensagemiros.wikia.com/wiki/User_blog:Jos%C3%A9_Ivan_Moro/Am%C3%A9lia,_Mulher_de_Verdade>. Acesso: 18 fev. 2014.)

Vemos, nesse trecho, a recorrência aos semas positivos do *culturema*, ou seja, o que se considera virtuoso no que é transmitido através de “amélia” para fortalecer seu discurso. Esse uso também nos mostra o quão abrangente é esse *culturema*, com semas positivos e negativos.

Eventualmente, entretanto, torna-se responsabilidade do escritor, ao utilizar o *culturema*, ter em mente a extensão de sua carga semântica composta por semas que se opõem mutuamente, mesmo que seu intuito seja o de defender uma posição que apenas parte de sua carga semântica corrobora. O uso do *culturema* com função argumentativa é, portanto, uma tarefa que requer mais atenção por parte do escritor.

Na crônica “Amélia é que era ser humano de verdade”, de Frizeiro (2008), o autor questiona onde estaria a opressão feminina na letra do samba-canção para que Amélia fosse eleita o símbolo da mulher submissa no Brasil, uma vez que a letra não apresentava alusão ou menção de que a mulher fosse forçada à pobreza, sofresse violência doméstica ou estivesse impedida de buscar suas oportunidades de trabalho fora do lar. Frizeiro (*op. cit.*) analisa a protagonista da canção como uma mulher compreensiva diante das agruras que o seu marido, no papel de provedor do lar, passa, vendo-a assim, e altruísta dentro da ação conjunta que é o matrimônio.

Para o autor, o único trecho passível de ser interpretado como uma suposta “submissão” seria o refrão, “amélia não tinha a menor vaidade”, contudo, até mesmo este trecho é passível de ser contra-argumentado, uma vez que as acepções de vaidade como vanglória, ostentação eram correspondentes às características da atual companheira narrada no início da canção e, em comparação à inadaptabilidade financeira da atual, Amélia deixava saudades.

Vemos que, nessa análise, o autor não faz oposição ideológica ao machismo ao traçar o perfil de “Amélia”, sendo, para ele, a eleição da personagem como símbolo ideológico contra o qual a mulher deve lutar, “uma precipitada análise das nossas irmãs feministas”.

A lacuna que o refrão da canção deixa seria, para o autor, a frase “Amélia não tinha a menor vaidade”. Esse ponto é visto por Frizeiro (2008), e com ele concordamos, como algo passível de ser feito pela mulher em prol do homem: esquecer-se das suas próprias necessidades. Contudo, o autor advoga pelo lado humano de “Amélia”, definida por ele como uma mulher sem luxo e superficialidade, haja vista o orçamento do casal ser modesto.

Considerando sob o ponto de vista humanista, sem levar em conta as questões de gênero, de ideologia vigente na época e o que a eclosão do movimento feminista visava, Amélia poderia ser um culturema com uma carga semântica voltada ao espírito solidário, humilde e cooperativo (Esse estereótipo tem como culturema no Brasil, a figura de Madre Tereza de Calcutá). No entanto, a sociedade vigente na época estava prestes a passar por transformações históricas e qualquer indício de submissão e subserviência feminina seria rechaçado. Podemos então afirmar que parte da carga semântica dos culturemas é puramente cultural, ou seja, vinda da História Nacional e percepções do povo brasileiro sobre os eventos que dela decorrem. A fonte dele não explica por si só o sentido que lhe foi atribuído, mas a mentalidade social e nacional vigente na época em que o culturema foi acoplado à língua, essa sim é capaz de fazê-lo.

Amélia é um culturema que representa, no Brasil, um estereótipo universal sobre as mulheres. Estereótipo este sustentado por ideologias religiosas, sexistas e biológicas que, durante muitos anos, foram analisadas e transmitidas no seio da sociedade sob uma visão parcial, postulando, assim, o paradigma universal de inferioridade feminina.

O culturema “amélia”, portanto, cumpre na língua portuguesa brasileira a função de sintetizar em um único léxico um estereótipo universal, independente da sua fonte.

A despeito de qual seja sua história original e da época em que foi escrito o samba do qual saíra, “amélia” firmou-se na língua portuguesa brasileira de tal maneira que Holanda (2010,p. 126) tornou-a verbete:

Amélia [do antr. Amélia do samba “Ai, que saudade da Amélia”, de autoria de Ataulfo Alves e Mario Lago] s.f. Bras. pop. 1. Mulher que aceita toda sorte de privações e ou vexames sem reclamar, por amor ao seu homem.

“Amélia” também pode ser encontrado no Dicionário Houaiss (2009, p. 114) com a seguinte definição:

Amélia s.f.B. Inform. mulher amorosa, passiva e serviçal. ETIM. antr. Amélia do samba “Ai! Que saudade da Amélia” de autoria de Ataulfo Alves e Mário Lago.

E na plataforma *Web*, na página do Dicionário Informal, é possível averiguar as seguintes entradas:

Amélia s.fs. 1.Dona-de-casa. Mulher que passa o dia inteiro em casa lavando, cozinhando e outras coisas do gênero. 2. Uma mulher que não evoluiu no tempo, uma Maria vai com as outras sem personalidade.

Além do reconhecimento como verbete, “amélia” segue produtivo no Português Brasileiro, o que corresponde, segundo Luque Nadal (2009) a um dos requisitos do culturema (vitalidade linguística).

“Amélia”, em seu significado cultural, é mote para os títulos de *Weblogs*, comunidades em redes sociais, crônicas feministas e femininas. Fazendo uso deste culturema, posturas sociais são expressadas contra e a favor ao seu simbolismo.

No nosso *corpus*, contamos com 120 “amélias” , conforme consta do quadro nas páginas 62 e 63 deste trabalho.

A partir desse material, tendo sido certificado que todos os usos de “amélia” foram no sentido atribuído culturalmente a tal léxico, verificamos que o símbolo é usado para as mais divergentes manifestações de conduta.

O fato de termos encontrado essa quantidade de usos do culturema “amélia”

registrados via mídia impressa e por um número significativo de brasileiros que dialogam entre uso e sua compreensão nos garante a existência quantitativa e vitalidade linguística em si.

5.2 Títulos e descrições de comunidades das redes sociais

O Orkut foi uma das redes sociais que mais reuniu pessoas, fóruns e dados em geral da Internet, tendo como aspecto fortemente característico a livre criação de comunidades sobre temas e ideologias diversas.

Encontramos comunidades na rede social Orkut que levavam o nosso culturema de pesquisa em seu título, uma descrição cultural-ideológica de “amélia” e a quantidade de membros adeptos à tal ideologia. Essas comunidades apresentam, em geral, uma imagem representacional (avatar) que possui correspondência com a ideia defendida pela comunidade; um título, no qual consta da apresentação inicial da proposta; uma descrição geralmente escrita pelo criador da comunidade descrevendo o seu posicionamento e um botão de solicitação de participação, podendo esta solicitação, depois de feita, ser respondida automaticamente ou após a avaliação do moderador da comunidade.

Tão logo o participante se integre à comunidade (e, em alguns casos, sem ser membro), terá acesso a um fórum de debates sobre o tema proposto, podendo partilhar opiniões e dados.

Esse veículo facilitador de trocas de informações entre pessoas interessadas em determinados assuntos possibilita fóruns, enquetes e encontros, tornou-se um meio bastante popular de expressão, atraindo muitos aderentes e aproximando pessoas cujas opiniões convergem.

Dada a força desse veículo em reunir pessoas em torno de ideais e ideologias, elencamos, para a composição do quadro abaixo, as dez comunidades com mais participantes, oriundas da rede social Orkut¹⁴:

QUADRO 10 – Comunidades em redes sociais x Quantidade de membros

	COMUNIDADE (NOME)	QUANTIDADE DE MEMBROS
01.	Não nasci pra Amélia	23.578 membros
02.	Não nasci pra ser AMÉLIA	2.038 membros
03.	Sou Amélia sim, e daí!?	510 membros
04.	<u>Não Nascemos para ser Amélia!!</u>	505 membros
05.	<u>Eu quero é ser Amélia!</u>	492 membros
06.	<u>Sou Pagu, Afrodite e Amélia</u>	403 membros
07.	<u>Amelia q era mulher d verdade!</u>	304 membros
08.	<u>EU NÃO NASCI PRA AMÉLIA</u>	292 membros
09.	<u>Não nasci pra Amélia</u>	231 membros
10.	<u>Minha mae eh Amelia de verdade</u>	231 membros

Fonte: elaborado pela autora

Observamos pelos títulos das comunidades e sua relação com a quantidade de membros que aderiram a elas o grau de aceitação dos significados atribuídos à “amélia”. Em primeiro e segundo lugar, duas comunidades homônimas “Não nasci pra ser amélia” demonstram a relação de apatia que as mulheres brasileiras sentem pelo que entendem por “amélia”. A descrição da comunidade com mais membros apresenta um trecho da canção e, logo abaixo, a seguinte descrição:

Se eles te fazem tremer nas bases e você abomina mulheres que fazem qualquer coisa para manter o homem ao seu lado, junte-se a nós! Porque somos mulheres que sabem cozinhar, lavar, passar... mas nem por isso vamos estragar as unhas e a escova para mostrar que são prendadas. OBS.: O que será que aconteceu com a "amélia" da canção? Morreu de fome ou o carinha a dispensou mesmo? (Não nasci pra ser amélia. Disponível em:<http://www.orkut.com.br/Main#Community?cmm=2028101>. Em 02. out.2013).

14 Disponível em:<www.orkut.com>. Acesso em: 02 out. 2013.

“Não nasci pra ser amélia” é o título de quatro - cinco se contarmos com a versão pluralizada 'Não nascemos para ser amélia' - entre as dez comunidades mais aderidas referentes à ideologia expressa através do culturema “amélia”. A descrição acima, no entanto, retrata, não uma intolerância completa à mulher cuidadora do lar, do marido e da família, mas à subserviência ao marido em detrimento da própria imagem, e valores morais de autorrespeito e bem-estar (vaidade). Na última frase da descrição da comunidade é lançada a pergunta “onde estaria a amélia da canção”. A primeira hipótese formulada foi: morta de fome ou abandonada pelo esposo, afinal, a mulher contemporânea que trabalha, recebe e administra seu dinheiro tem carreira e ambições de crescimento pessoal e profissional e tende a apresentar pouca tolerância a uma postura tão passiva diante da fome como a Amélia da canção. A segunda hipótese foi: dado o fato de “não ter a menor vaidade”, Amélia ficou menos atraente e, conseqüentemente, sem despertar a libido do marido, foi abandonada.

A 3ª comunidade mais aderida, intitulada “Sou amélia sim, e daí?” parece um brado de defesa à Amélia tal qual advinda da canção, não obstante, quando contextualizamos o número de aderentes (510 membros) à descrição proposta, vemos que o culturema ganhou uma ressignificação até mesmo para uma comunidade que, a julgar pelo título, parecia disposta a posicionar-se em defesa ortodoxa à ideia primordial:

Comunidade destinada a nós mulheres "Amélias" sim!....mas sempre mulheres, amantes, amigas, companheiras! Para quem não tem vergonha de afirmar que faz o possível para agradar o seu companheiro(mas só agrada quem é companheiro mesmo)! Mulher que mostra que não deixa de ser bem resolvida, e mantém sua autoestima lá em cima! Nada de submissão! Amar é saber se doar! (Disponível em: <<http://www.orkut.com.br/Main#Community?cmm=451665>>. Acesso em: 02 out 2013.)

A 5ª comunidade com mais membros, 'Eu quero é ser amélia', é, dentre as dez, a única que realmente parece corroborar inteiramente com a visão de Amélia na plenitude do léxico que compõe seu campo semântico, no que diz respeito à coerência estabelecida entre descrição e título. Encontra-se logo no cabeçalho, a seguinte citação:

(...) Gostaria de saber quem foi a mentecapta, a matriz das feministas que teve a infeliz ideia de reivindicar direitos à mulher e por quê ela fez isso conosco, que nascemos depois dela. Estava tudo tão bom no tempo das nossas avós, elas passavam o dia a bordar, a trocar receitas com as amigas, ensinando-se mutuamente segredos de molhos e temperos, de remédios caseiros, lendo bons livros das bibliotecas dos maridos, decorando a casa, podando árvores, plantando flores, colhendo legumes das hortas, educando crianças, freqüentando saraus, a vida era um grande curso de artesanato, medicina alternativa e culinária. Aí vem uma fulaninha qualquer que não gostava de sutiã, tampouco de espartilho, e contamina várias outras rebeldes inseqüentes com idéias mirabolantes sobre ‘vamos conquistar o nosso espaço’. Que espaço, minha filha? Você já tinha a casa inteira, o bairro todo, o mundo aos seus pés. (...) Estou abdicando do meu posto de mulher moderna... EU

QUERO É SER AMÉLIA!" (Em 'Eu quero é ser amélia. Disponível em:<<http://www.orkut.com.br/Main#Community?cmm=1362805>>. Em: 02 de out. 2013).

Ainda que não seja uma postura onipresente culturalmente falando, nem tampouco a mais popularmente difundida e aceita pelo gênero feminino no século XXI, o conservadorismo e os valores tradicionais se mantêm arraigados à mente feminina, algumas vezes, cristalizando-se, se levarmos em conta variáveis como a educação recebida, o planejamento familiar, família, oportunidades, desenvolvimento pessoal, etc.

“Sou Pagu, Afrodite, Amélia” intitula-se com base em dois culturemas, Afrodite e Amélia, que, respectivamente simbolizam a beleza feminina e as habilidades domésticas. Pagu, pseudônimo da jornalista, comunista e intelectual Patrícia Rehder Galvão, foi a primeira mulher brasileira a ser presa por motivos de militância política. Pagu, embora seja um personagem emblemático, personagem real da história do Brasil e símbolo de lucidez intelectual e proatividade política feminina, não pode ser classificado como um culturema, uma vez que, apesar de sua complexidade simbólica (traço peculiar em um culturema), não afixou-se na língua portuguesa brasileira a ponto de gerar sentidos conotativos; não é formadora de unidades fraseológicas, não possui independência semântica do contexto em que está, culturalmente falando.

O exemplo de Pagu, até hoje, só é estudado em si mesmo, ou seja, encontramos seu nome, sua história através de dados históricos e, com menos frequência em sentido metafórico, de atribuir seu nome em termos de um campo semântico que se agrupa automaticamente em torno de si, como acontece automaticamente com Amélia.

A relação do falante autóctone do português brasileiro com o léxico 'amélia' se faz mais familiar, dada a frequência de usos e a diversidade de contextos nos quais se pode encontrar. Neste trabalho, apresentamos manifestações linguísticas de seis naturezas mutuamente distintas nas quais podemos observar o desdobramento desse léxico como culturema e palavra-chave. Afirmações como “Quero ser é amélia” e “Sou amélia sim, e daí?” não conotam, de modo geral, para os falantes de português brasileiro, inveja ou cobiça pelo que outra mulher –Amélia– é, e sim, evocam o campo semântico representado por ‘amélia’ (serviçal, submissa, dona-de-casa).

As mesmas sentenças quando formuladas com o léxico “Pagu” ('Quero ser é Pagu'; 'Sou Pagu sim, e daí?'), a menos que os interlocutores estejam falando a respeito de história ou os interlocutores tenham esse conhecimento específico - já não evocam grupos semânticos se

dita de forma isolada de um contexto.

Eventualmente, os culturemas surgem e desaparecem na língua arbitrariamente. Dada a época, os fatos, as fontes, alguns assuntos perdem e ganham importância em termos de sociedade e nação. Não é descartada a possibilidade de que Pagu venha a arraigar-se ao Português Brasileiro e fixar-se como culturema, bem como há a possibilidade de os critérios que se conhecem atualmente para designar um culturema sejam revisados e reformulados em estudos posteriores.

A comunidade, ao citar Pagu, Afrodite e Amélia em seu título e ao descrever sua proposta, posiciona a mulher em face de seus vários recortes sociais (mãe, mulher, profissional, dona-de-casa). Amélia, quando acompanhada pelo simbolismo representado através de Pagu e Afrodite, deixa, então sua conotação de extremo conservadorismo, por vezes malquista pela mulher contemporânea brasileira, para assumir um papel necessário em uma, ora, forjada tríade de *frames* femininos: profissão, beleza e habilidades domésticas. A descrição da comunidade reafirma, finalmente, este propósito:

Para mulheres que assumem suas curvas, sinuosas ou não, que adoram sua profissão sobretudo as mães, que não se revestem de conceitos hipócritas só para manter uma imagem aceitável dentro do estereótipo ridículo estabelecido, mas que reafirmam a cada dia de suas vidas sua capacidade e força sendo doces ou enérgicas, porque se dão o direito de serem autênticas sem perder sua natureza feminina. (Disponível em: <<http://www.orkut.com.br/Main#Community?cmm=4874346> >. Acesso em 02 out. 2013).

5.3 Weblogs “amelistas” e a construção ideológica

Nos trinta e dois *weblogs* encontrados, verificamos o uso do termo “amélia” em seu título e em seus endereços eletrônicos vinculados a temáticas ‘pessoal’ e ‘beleza, moda, variedades’ conforme mostrado no quadro abaixo:

QUADRO 11 – Títulos de Weblogs x Endereços eletrônicos

	WEBLOG	ENDEREÇOS ELETRÔNICOS
01.	Eu não sou amélia	www.eunaosouamelia.com
02.	Eu queria ser amélia	http://euquieriaseramelia.blogspot.com.br/
03.	Nem aurora, nem amélia	www.nana.com.br
04.	Amélia Ensandecida	www.ameliaensandecida.blogspot.com/
05.	Amélia Moderna	amelia-moderna.blogspot.com/
06.	Dona Amélia	www.blogdonamelia.com/
07.	Amélia ao avesso	www.ameliaaoavesso.blogspot.com
08.	Desconstruindo Amélias	www.desconstruindoamelias.com
09.	Revista Amélia	http://revistaamelia.blogspot.com.br/
10.	Blog Amélias	http://blogamelias.com.br/
11.	Amélia blog	http://www.ameliablog.com.br/
12.	Amélias de Salto	http://www.ameliasdesalto.com/
13.	Que saudade da Amélia	http://quesaudadedaaamelia.blogspot.com.br/

14.	Amélia com vaidade	http://www.ameliacomvaidade.com/
15.	Doce Amélia	http://doceamelia.com.br
16.	Amélia Urbana	http://ameliaurbana.wordpress.com/
17.	Amélia Chamosa	http://ameliachamosa.blogspot.com.br/
18.	Amélia Feminista	http://ameliafeminista.zip.net/
19.	Papo de Amélia	http://papodeamelia.com
20.	Hoje acordei Amélia	http://hojeacordeiamelia.wordpress.com
21.	Meu lado Amélia	http://www.meuladoamelia.com
22.	Sem essa da Amélia	http://seda.bk2.com.br/
23.	Amélia, mulher de verdade	http://ameliasmulherdeverdade.blogspot.com.br/
24.	Amélia nem pensar	http://amelianempensar.blogspot.com.br/
25.	Amehlia Digital	http://amehliadigital.blogspot.com.br
26.	Amélia Pós-Moderna	http://ameliaposmoderna.blogspot.com.br/
27.	As Amélias Modernas	http://asameliasmodernas.blogspot.com.br/
28.	Moderna Amélia	http://modernaamelia.blogspot.com.br/
29.	Uma Amélia moderna	http://umaameliamoderna.blogspot.com.br/
30.	Moderna, Amélia moderna	http://modernaameliamoderna.blogspot.com.br/
31.	Amélias Modernas Virtuosas	http://www.ameliasmodernasvirtuosas.com/
32.	Amo ser Amélia	http://amoseramelia.blogspot.com.br/

Fonte: Elaborado pela autora

Mais uma vez, observamos nos títulos dos *blogs* a grande popularidade na desconstrução do *culturema* “amélia” na afirmação identitária da mulher brasileira. De acordo com Hall (2001), a identidade é construída a partir do Outro e também, por esta razão, ‘amélia’ é item lexical justificado e necessário no Português Brasileiro. Em todos os seus usos, ‘amélia’ é o Outro de identificação ou de diferença, mas o outro de parâmetro ao qual Hall (*op. cit.*) se refere como essencial na formação identitária do sujeito.

Baseado na identidade e diferença, encontramos um grupo que faz uso do *culturema* “amélia” no sentido de negá-lo, conforme podemos ver em “Eu não sou amélia”, “Amélia ao avesso”, “Desconstruindo Amélias”, “Amélia nem pensar” e “Sem essa da Amélia”, a ideia de “amélia” é desestabilizada, questionada, retirada da ‘zona de conforto’ que é sua representação convencional.

Observamos, também, a partir de alguns títulos, um pertinente objetivo não de desconstrução da identidade “Amélia”, mas de fazer uso de parte de seu significado e vinculá-lo a outro no sentido de atenuar sua carga semântica negativa. Em outras palavras, “Amélia” possui uma carga semântica muito atrelada ao estereótipo submisso, maternal e cuidador e pouco atrelado à beleza física, carreira e competência profissional fora do lar.

Os títulos “Amélia Pós-Moderna”, “As Amélias Modernas”, “Moderna Amélia”, “Uma Amélia moderna”, “Moderna, Amélia moderna”, “Amélias Modernas Virtuosas”, “Amélia Moderna” ao utilizar o *culturema* “amélia” associado a um adjetivo referente a um tempo atual (moderna) equilibra o aspecto tradicional mantido pelas mulheres às questões

desenvolvidas e conquistadas na modernidade pelo gênero feminino. Nesses casos, não há a negação, mas a negociação da ideia transmitida pelo culturema. Essa complementação, por sua vez, só é demandada porque o culturema “amélia” já remete a um valor conservador automatizado para o falante brasileiro. Em “Amélias de Salto”, “Amélia com vaidade”, “Amélia Chamosa” e “Amélia Ensandecida” temos um símbolo (salto), uma locução (com vaidade) e um adjetivo que, respectivamente, remetem à vaidade e desequilíbrio, mas não chegam a negar o entorno conservador do culturema, sendo, portanto, também, uma negociação de sentido.

Também se enquadram no grupo de negociação de sentido os títulos “Amélia Digital”, “Amélia Urbana”, “Doce Amélia”, “Amélia Feminista”, onde, “amélia” é legitimada a partir da identificação das mulheres, respectivamente, para com seu significado cultural, para com parte desse significado dentre outros adendos não inclusos no seu campo semântico e com a releitura desse significado para o mundo moderno.

Finalmente, um terceiro grupo assume uma postura totalmente favorável à conotação cultural automatizada, ou seja, a que reforça a carga semântica conservadora, porém, positivamente.

A partir dos títulos “Que saudade da amélia”, “Dona Amélia”, “Eu queria ser Amélia”, “Amélia, mulher de verdade”, “Amélias” e “Meu lado Amélia” vemos a representação de um grupo que se identifica e se afirma sobre a carga semântica positiva evocada pelo culturema. Assim, quando um internauta acessa um *weblog* intitulado “Meu lado Amélia”, por exemplo, já espera encontrar dentre o escopo de assuntos abordados, aqueles relacionados ao estereótipo “[mulher] submissa” que foram reforçados, ao longo do tempo, como tarefas de alçada feminina.

Os *weblogs*, bem como as comunidades, já direcionam seu conteúdo ao seu público pelo simples fato de complementar, negar ou reforçar o culturema “amélia”. Nesse ponto, vemos que, ademais de prover um caráter estético ao título, o culturema defende todo um contexto, sendo assim argumentativo.

O samba-canção “Ai, que saudade da Amélia” introduz a ideia de mulher de verdade associada à falta de vaidade, resignação diante da falta de comida, e cuidados ao marido. Esses aspectos foram, ao longo do tempo, paulatinamente ampliados dentro do PB. Essa carga semântica foi sendo atribuída a partir do imaginário que a população brasileira construiu em torno da canção, mas esse não foi o único fator. A mudança de mentalidade através das

décadas, as conquistas femininas e, especialmente, a revolução feminina brasileira em meados dos anos 60 foram fatores de alta influência à carga semântica de “amélia”, pelo fato de as mulheres estarem lutando por direitos mais justos na sociedade como salários e condições de trabalho. A ‘amélia’ do samba-canção, que “passava fome” ao lado de seu homem (em vez de predispor-se a trabalhar fora e ajudá-lo), transformara-se logo em parâmetro de contra-exemplo revolucionário. Também a esse evento se deve parte dos semas em torno do referido culturema.

Não podemos deixar de observar, entretanto, que, para outro grupo de mulheres, a mesma personagem foi padrão de referência de um grupo identitário, bem como de postura feminina. Desse modo, a “amélia” foram atribuídas as características de dona-de-casa, apta às tarefas domésticas, cozinheira habilidosa, cuidadora da família, sendo esses semas positivos. Daí chegamos ao quadro:

QUADRO 12 – Semas

SEMAS DE AMÉLIA
Prendada
Dedicada
Amorosa
Maternal
Cuidadora
Habilidosa
Dona-de-casa
Cozinheira
Organizada
Esposa
Fiel
Submissa
Resignada
Serviçal
Sem vaidade
Descuidada
Subserviente
Obsoleta
Sem ambição
Abnegadora
Conformada
Passiva
Dependente
Permissiva

Fonte: Elaborado pela autora.

A ligação entre o culturema “amélia” e sua carga semântica tem sido reforçada através de símbolos que se repetem atrelados ao culturema. Averiguamos na *front page* dos *weblogs* as gravuras associadas à Amélia, em outras palavras, há ilustrações recorrentes que aparecem associadas ao culturema.

Como exemplo, o *blog* “Amélias de salto” tem em sua *front page*, ao lado do título, a ilustração de um avental floral, o que nos remete aos serviços domésticos.

FIGURA 6 –Avatar do Blog “Amélias de Salto”



Fonte: Disponível em: <ameliasdesalto.com>. Acesso em 03 fev. 2014.

Nos trinta e um *blogs* analisados, constatamos que 97% são de autoria feminina. Portanto, levando em consideração os aspectos beleza, tarefas domésticas, culinária (receitas, gastronomia), saúde (dietas) e família (marido, filhos), averiguamos que 32% desses *weblogs* possuem, em seu escopo de assuntos, abordagens referentes à família (marido, filhos, festas em família, experiências familiares); 32% abordam temas referentes a tarefas domésticas (dicas de limpeza, organização do lar, produtos de limpeza, dicas caseiras); 35% têm publicações e colunas referentes à saúde (dieta, exercícios, suplementos alimentares, medicamentos caseiros); 48% abordam conteúdo referentes à beleza estética, o que inclui moda, cosméticos, dicas de beleza e artigos de vestuário e 58% tem a ‘Culinária’ (receitas, dicas) como parte de seu conteúdo.

Sendo a culinária o assunto predominante entre os *blogs* que levam “amélia” no título, cabe observarmos que o avental, como símbolo do culturema, possui ligação com esse fator. Em segundo lugar entre os assuntos, encontramos os conteúdos ligados à beleza. Culinária e Beleza podem ser interpretados justamente como os principais pontos de escassez na vida do casal de Ataulfo Alves e Mário Lago quando colocados nos trechos “achava bonito não ter o que comer” e “Amélia não tinha a menor vaidade”.

É curioso observarmos que a falta de vaidade de uma mulher está associada à falta de

tempo de cuidar-se, por dedicá-lo ao lar e à família. Dessa interpretação formou-se o esquema mental de oposição entre beleza e determinadas habilidades. Assim, associar culinária à Amélia advém mais do fato de esta ‘não ter a menor vaidade’ que, automaticamente, vincula o culturema às tarefas domésticas e assim, aos dotes culinários. Afinal, a menção à gastronomia realizada pela canção é a de “achar bonito não ter o que comer”, o que, de acordo com o nosso *corpus* não gera desdobramento linguístico, tampouco semântico, que venha a culminar em “apreço por comida”, “receitas” e “dotes culinários”.

5.4 Funções argumentativas e cognitivo-hermenêuticas do Culturema ‘amélia’ e propulsão a neologismos

Em texto de 2012, o cronista Francis Bullos publica em “A voz da cidade” um texto intitulado “Um quê de Amélia”, no qual fala sobre a desenvoltura e competitividade das mulheres nascidas após os anos 60. O autor se questiona: “O que é a ‘amélia’ afinal de contas nas gerações de mulheres que nasceram após os anos sessenta? Teria a mesma definição das ‘amélias’ do passado?”

O excerto de “Um quê de Amélia” afirma:

Ainda existe salvação para os homens carentes daquelas “amélias” de meados do século XX. Não em toda sua plenitude e perfeição da música que se fez famosa e odiada pelas feministas”, permite-nos ver claramente que, a fonte do culturema amélia não só é conhecida e evocada no corpo do texto autêntico, como a representação de amélia ativa uma simbologia pejorativa para as “feministas” e desejada pelos homens carentes.

No mesmo texto, há também, a opinião de mulheres que se dizem com “um quê de amélia”

A resposta da ilustre e competente profissional cuidadora dos meus dentes foi a de que **"nós ainda temos sim um quê de Amélia!"** Falou afirmando e profetizando. Explicou-me seus compromissos domésticos, os quais já conhecia, pois conhecedor de sobra da geração citada. Que ela não desperte a ira das outras recentes gerações presentes ou futuras, porque o que ela quer dizer, antes que alguém a critique, é que essas mulheres são trintonas ou balzaquianas, são bonitas, vaidosas como todas, trabalham na profissão escolhida e ajudam seus respectivos cônjuges, administram a vida doméstica mesmo que 'en passant', preocupam-se em demasia com os filhos e o marido, nem sempre tem a ajuda das mães que moram distantes, sem no entanto privar-se de suas liberdades e independência, as quais prezam enormemente. Podem até exagerar na, digamos assim, 'amelice' eventual, mas que não ousem os maridos transformá-las em cativas sociais nem de longe, porque são e seriam insubmissas a qualquer tentativa. Provavelmente são as últimas a terem um resquício de "amélia" (Disponível em: <http://www.avozdacidade.com/ipad/page/noticias_interna.asp?cod=21919&categoria=56>. Acesso em: 02 out 2013. Grifo nosso).

(...) mas sou boa em português, sei roubar sorrisos da minha filha fazendo vozes

engraçadas, ganho a vida como assessora jurídica (...) e, para não dizer que não tenho nem **1% de sangue ameliano** correndo nas veias, os raros bolos que eventualmente faço não solam e são sempre deliciosos” (Disponível em: <<http://ameliasaoavesso.blogspot.com/2007/08/o-que-seria-uma-tpica-amlia-seria-uma.html>> Acesso: 02 out. 2013. Grifo nosso.)

Percebemos que o termo “amélia”, ainda que esteja classificado como substantivo pelos dicionários, tem uso frequente na condição de adjetivo. Na oração "**nós ainda temos sim um quê de Amélia!**", o substantivo é adjetivado, uma vez que se usa o termo para sintetizar a ideia imbricada culturalmente nele, de mulher submissa, resignada, sem vaidade. Vemos, ainda nesse trecho, o neologismo “amelice” que, dado o sufixo (-ice) e o contexto, entende-se por ‘qualidade de quem é amélia’. A livre criação de neologismos e expressões que o falante faz em torno de um recurso linguístico culturalmente relevante e que seja inteligível dentro de seu sistema linguístico é mais uma das fortes características de um culturema.

Conforme analisado no exemplo acima, é uma das características do culturema a propulsão de neologismos. No nosso *corpus*, essa propulsão aparece em prática nos seguintes exemplos:

(...) na, digamos assim, '**amelice**' eventual, mas que não ousem os maridos transformá-las em cativas sociais nem de longe, porque são e seriam insubmissas a qualquer tentativa. Provavelmente são as últimas a terem um resquício de "amélia" (Disponível em: <http://www.avozdacidade.com/ipad/page/noticias_interna.asp?cod=21919&categoria=56>. Acesso em: 02 out 2013. Grifo nosso).

“(...) e, para não dizer que não tenho nem **1% de sangue ameliano** correndo nas veias, os raros bolos que eventualmente faço não solam e são sempre deliciosos” (Disponível em: <<http://ameliasaoavesso.blogspot.com/2007/08/o-que-seria-uma-tpica-amlia-seria-uma.html>> Acesso: 02 out. 2013. Grifo nosso.)

“Esse **amelismo** revisitado foi um dos aspectos que nos fez pensar em uma edição sobre “prendas domésticas”.

A saudade da rotina de escrever no blog é incomensurável! Hoje nos propomos a tentar voltar com nossas **amelices**”. (<http://asameliasmodernas.blogspot.com.br/>)

5.5 Analisando fórum de opiniões: função argumentativa e complexidade simbólica de “amélia”

O portal da internet intitulado “Personare – autoconhecimento, harmonia e bem-viver”, vem desde 2004, através da plataforma *web*, desenvolvendo trabalhos sobre temas de autoconhecimento e qualidade de vida. Entre esses temas estão relacionamentos, casa e família, saúde e alimentação, carreira e dinheiro, beleza, amor, misticismo, terapias, entre outros.

Esses trabalhos são veiculados através de artigos escritos por especialistas em cada

área e colaboradores espontâneos, vídeos e *e-books*, além de oferecer serviços terapêuticos *online*. O portal abriga, dentre seus projetos, um fórum de histórias de amor, no qual o público leitor relata sua história espontaneamente, podendo identificar-se ou fazê-lo anonimamente e, assim, outras pessoas podem ter acesso livre a esses relatos, podendo tecer comentários, avaliar a história ou apenas lê-la sem qualquer interação e sem qualquer custo financeiro.

O fórum “Histórias reais de amor” traz em seu título o tema sobre o qual se propõe a tratar: histórias reais de amor. A maior parte das histórias é de autoria feminina e o fórum já conta com mais de quatro mil relatos.

O culturema “amélia” é usado em alguns desses relatos de forma modalizada pelas mulheres que o utilizam. Ora, “amélia” ganha a conotação arcaica e até mesmo pejorativa quando a autora se refere a uma mulher que lhe causou algum dano emocional. Como se pode ver no trecho do relato (1) e em outros relatos, o culturema vem acompanhado da visão que entorna o significado simbólico de 'amélia':

(1) **MAS, QUEM PENSA QUE VAI SAIR ILESO DESTA HISTÓRIA? ATÉ QUANDO VEREI AQUELE SORRISINHO CÍNICO DE MULHERZINHA AMÉLIA PUBLICADA EM FOTOS COM OS DOIS JUNTINHOS ESPALHADOS (...)**(Disponível em: <<http://www.personare.com.br/amor/historias-reais-de-amor/viewtopic.php?f=8&t=2596>>. Acesso em: 09 out 2013)

(2) Eles pensam que tem a mãe dentro de casa que faz tudo por eles, lava, passa, cozinha cuida dos filhos ai eles vão procurar uma amante quente na rua, **como eles vão ter tesão por uma Amélia descabelada, sem graça, sem autoestima e com cheiro de cebola?**”(Disponível em: <<http://www.personare.com.br/amor/historias-reais-de-amor/viewtopic.php?f=12&t=3699>>. Acesso em: 09 out 2013)

(3) (...) disse para ele viver a aventura dele... porque não poderia confiar mais nele ...que apesar de amá-lo muito...**não ia conseguir ser como antes..carinhosa ...amavel...a amelia da vidarsrs** (Disponível em: <<http://www.personare.com.br/amor/historias-reais-de-amor/viewtopic.php?f=5&t=3741>>. Acesso em: 09 out 2013)

(4) Na minha vida tudo acontece de maneira inusitada, nunca planejo nada e as coisas vão acontecendo...**fiquei casada 17 anos, uma superAmelia, lavava, passava, cozinhava e economizava...alem de cuidar dos filhos, atender ao marido, e ainda me manter linda e com a cara descansada. Nunca comi meu pedaço preferido de frango porque meu marido se servia primeiro.**(Disponível em:<<http://www.personare.com.br/amor/historias-reais-de-amor/viewtopic.php?f=6&t=2730>>. Acesso em 09 out 2013. Grifos nossos.)

Podemos observar, nos quatro relatos, percepções semelhantes, contudo, realçadas de maneiras diferentes. No relato (1), o termo “mulherzinha”, ao anteceder “amélia”, atribui uma conotação depreciativa, reforçada pelo “sorrisinho cínico”. Trata-se de um relato de uma mulher que fora deixada pelo cônjuge, que assumira, pouco depois, o romance com outra mulher. Em seu relato, a autora refere-se à atual namorada do ex-parceiro a partir dos adjetivos cínica (sorriso cínico), “mulherzinha” e “amélia”. Nesse contexto, são evocados por

“amélia” o caudal semântico ‘submissa’, ‘passiva’, ‘sem graça’, ‘ofuscada’.

No trecho do relato (2), a autora constrói a oposição “amante quente” x “amélia descabelada, sem graça, sem autoestima e com cheiro de cebola”. No texto integral, a autora dá conselhos para ajudar mulheres a manterem seus relacionamentos conjugais 'vivos'. Para gerar efeito exato de argumentação e impactar suas leitoras, a autora se utiliza de ‘amélia’ para reforçar sua argumentação do que não deve ser feito. O exemplo evocado é reforçado pela ‘falta de vaidade’ (sem graça, cheiro de cebola e descabelada) e a função argumentativa através do *culturema* vigora nesse relato.

No relato (3), a autora tem uma ideia positiva de ‘amélia’. Ela relata que não conseguirá ser como era antes da traição do seu cônjuge e, para isso, usa os adjetivos ‘carinhosa’, ‘amável’ e resume o *frame* comportamental – de como ela era antes da traição – quando diz: ‘uma *amélia* da vida’. Mais uma vez há o uso de ‘amélia’, porém evocando o arquétipo de ‘fidelidade e dedicação ao lar’ que, uma vez rompida a confiança entre o casal, já não será possível. Com ‘*uma amélia da vida*’ a autora sintetizou para seus leitores e leitoras toda a perda sofrida pelo marido por haver traído a confiança de sua esposa.

O trecho extraído do relato (4) refere-se ao passado da autora que desdobra a partir do *culturema* ‘amélia’ a visão que tinha de si mesma enquanto foi casada. Para isso, ela usa um léxico de afazeres domésticos, mas deixa claro que se mantinha em sua vaidade (algo dissociado da visão arcaica de ‘amélia’ e atribuído à mulher contemporânea, a que “não quer ser amélia”). Logo, a autora retoma o discurso ‘amelístico’ quando diz “Nunca comi meu pedaço preferido de frango porque meu marido se servia primeiro”. Essa parte do texto retoma um valor de ‘abnegação’ e remete-nos aos valores patriarcais e sexistas que regeram a etiqueta no século XIX, nas quais o homem da casa é o primeiro a servir-se à mesa.

“Amélia”, portanto, mostra-se como um *culturema* relacionado a valores arcaicos, patriarcais e sexistas, inclusive, evocando condutas de uma época que não se viveu. O próprio título da canção ‘Ai, que saudade da Amélia’, traz a nostalgia de uma época- transformada pela memória e pela expectativa do porvir que se havia na juventude – aparentemente melhor. Daí, a associação de Amélia com “passado”.

5.5.1 Desconstruindo Amélia

À medida que os episódios históricos e a mentalidade social evoluem, com a eclosão do movimento feminista¹⁵ dos anos 70, a luta por direitos, a linguagem é ressignificada e o que outrora fora símbolo da mentalidade vigente, passa por representar um *modus videndi* questionável.

‘Amélia’, ganha carga semântica, como podemos ver em alguns trechos do *corpus* supracitado, dependendo do gênero do seu interlocutor, o que nos mostra uma variável além do tempo e para atribuir semanticidade ao léxico. Entretanto, a mentalidade social que atravessa as décadas como paradigma da razão, o machismo, transgride as barreiras de gênero dos interlocutores, de modo que, os interlocutores, ao usarem a palavra ‘amélia’, não tomam por base seu gênero e sim sua mentalidade, sendo possível averiguar homens e mulheres atribuindo valores sexistas e estereotipados à ‘Amélia’ ou de quebra de estereótipos (machismo x anti-machismo).

Como exemplo disso, a cantora e compositora brasileira Pitty compôs uma canção intitulada “Desconstruindo Amélia”, cuja letra não se refere diretamente a Amélia em nenhum momento. Em vez disso, a compositora usa todo o léxico referente ao campo semântico antônimo ao campo semântico associado ao culturema.

15 No final da década de 70 e por toda a década de 80, o Brasil viveu um período de movimentos operários e sociais. Segundo Soares (1994,p.12)“as mulheres fizeram despontar um novo sujeito social(...)elas estavam nos movimentos por um melhor custo de vida, pela anistia política, por creches , criaram associações e casas das mulheres, entraram nos sindicatos onde reivindicaram um espaço próprio(...) Novos temas temas entraram no cenário político, novas práticas surgiram”.

Desconstruindo Amélia

Já é tarde, tudo está certo
 Cada coisa posta em seu lugar
 Filho dorme ela arruma o uniforme
 Tudo pronto pra quando despertar
 O ensejo a fez tão **prendada**
 Ela foi educada pra **cuidar** e **servir**
 De costume esquecia-se dela
 Sempre a última a sair...
 Disfarça e segue em frente
 Todo dia até cansar
 E eis que de repente ela resolve então mudar
Vira a mesa
Assume o jogo
Faz questão de se cuidar
 Nem serva, nem objeto
Já não quer ser o outro
Hoje ela é um também
 A despeito de tanto **mestrado**
 Ganha menos que o namorado
 E não entende porque
 Tem **talento** de equilibrista
 Ela é muita se você quer saber
 Hoje aos 30 é melhor que aos 18
 Nem Balzac poderia prever
 Depois do lar, do **trabalho** e dos filhos
 Ainda vai pra night ferver.
 (Grifos nossos.)

Desde que foi lançada, no ano de 2009, a canção “Desconstruindo Amélia”, além de representar uma resposta a “Ai, que saudade da Amélia”, representa ainda uma geração com mudanças de valores. Na letra da canção de Pitty, vemos que estudo, vaidade, talento e trabalho entram no escopo de oposição à canção “Ai, que saudade da Amélia” e hoje integram o cotidiano feminino.

Observamos que, na primeira parte da canção, há palavras relacionadas a Amélia (servir, cuidar, prendada, “esquecer-se de si”) em oposição à segunda parte com o léxico oposto à ideia da ‘amélia’ (mestrado, talento, trabalho, “virar a mesa”, “assumir o jogo”, “se cuidar”).

Literalmente, esses léxicos não são antônimos entre si, entretanto, dada a complexidade simbólica de “amélia” formadora de um campo semântico que prescreve a subserviência feminina, os termos explorados por Pitty no intuito de desconstruir Amélia conferem tom preciso da oposição ao símbolo.

Pitty traz também a questão do salário das mulheres ser inferior ao dos homens, a despeito do seu preparo. Esse ponto revela uma das intenções do feminismo que, segundo Zubel (2007), se trata de um movimento social que repensa os papéis hierárquicos da sociedade.

Há na letra uma negociação dos semas negativos e positivos de “Amélia”. A referência traz consigo, também, a vitalidade do termo, ao querer desconstruí-lo. Em outras palavras, com a canção “Desconstruindo Amélia”, a cantora e compositora brasileira Pitty trouxe, através da repercussão da canção, o culturema para uma geração que poderia tê-lo perdido. Por esse alcance, “Desconstruindo Amélia” se torna referência para os jovens.

Um concurso de redação com o tema “O papel da mulher na sociedade”, promovido pelo jornal capixaba “Zero Hora”, em 2012 e direcionado para estudantes do ensino médio, garantiu uma bolsa de estudos aos campeões. Foram divulgadas cinco redações campeãs e três delas usaram “Amélia” em seus títulos (“A Amélia que ainda está por vir”; “A extinção da Amélia”; “De Amélia a Leila Diniz”). Nelas os autores recorrem ao culturema em função argumentativa, conforme veremos nos trechos abaixo, extraídos dessas redações escolares.

1. “A amélia que representa o estado de mudanças em que a sociedade feminina se encontra é da música ‘Desconstruindo Amélia’ de Pitty”. (Redação escolar “A Amélia que ainda está por vir”, de Henrique Santos de Souza.)

(b) “Vencido o tempo da submissão, o momento agora é de mudança e mobilização. Para que cada representante feminina decida o que quer representar, as convicções das mulheres que lutaram pelos seus direitos em tempos de repressão devem ser transmitidas intensamente. Somente assim, a figura feminina se desvinculará da imagem de Pitty ou da de Mário Lago, mas se vinculará à de outra Amélia, personagem de uma canção que ainda será escrita”. (Redação escolar “A amélia que ainda está por vir” de Henrique Santos de Souza.)

(c)[...] a valorização dessas “Amélias” [...] é esse o diferencial que nos levará a um país mais igualitário ou ao retrocesso, porque a Amélia do memorável Mário Lago não passa de uma vaga lembrança e, ao contrário da canção, não deixou saudades”. (Redação escolar: “A extinção da Amélia”, por Juliana de O. Ramires)

(d) “O grande dilema social da mulher é colocado como uma simples escolha entre uma Amélia submissa ou outra [Amélia] autossuficiente, galgando uma virilidade excessiva. A solução, no entanto, é um meio-termo (...)”. (Redação escolar “O poder feminino” por Rafael Bublitz de Oliveira).

Observamos, a partir dos trechos supracitados, um posicionamento ideológico contemporâneo em que o autor do texto ‘a’ reforça seu argumento com a canção de Pitty, alegando ser a Amélia desconstruída a representante das mudanças ocorridas até hoje; já em (b) o mesmo autor se posiciona favorável a uma 3ª Amélia que, segundo ele, ainda estaria por vir. Nesse momento, surge a questão identitária de “amélia x não-amélia x entre-amélia”. Há aí a negação de duas posições “amélia x não-amélia”, embora não haja pistas para decodificar o que supostamente iria compor a terceira amélia, que ainda será escrita.

Em (d), entretanto, o autor Rafael Bublitz abre a mesma questão identitária, mas, diferente do trecho (b), ele se posiciona a favor de um entre-lugar. Um ponto marcante nesse trecho é a oposição “Amélia submissa x Amélia autossuficiente”, como se estivesse sendo considerado no texto o termo “Amélia” pelo termo “mulher”. Tal uso do culturema “Amélia” nos reporta à explicação estruturalista

do capítulo 3, na qual “Mulher” seria o Significante (plano linguístico), “Submissa” seria o Significante’(plano identitário), e “Amélia” Significante”(plano cultural).

Em (c), a autora Juliana Ramires, utiliza-se do culturema de forma similar ao uso de Rafael (b). Refere-se, inicialmente, à “valorização dessas “amélias” como medida solucionadora ou o retrocesso do país, em que “amélias” poderia ser substituído por “mulheres sem comprometer o texto; entretanto, houve um enriquecimento não somente estético como também cognitivo-hermenêutico na opção feita pela autora de usar “amélias” por “mulheres”, dado que o termo possui rica carga semântica cultural e peso ideológico.

Dados esses exemplos de “amélia”, construímos um quadro com o léxico referente à sua carga semântica legitimado e vivo na língua e na sociedade brasileira que, somado ao quadro de semas (negativos e positivos), comprovam a legitimidade do culturema “Amélia” nas esferas linguísticas, ideológicas, culturais e como hiperônimo para uma série de hipônimos que sob ele se agregam.

QUADRO 13 – Culturema e Campo Semântico

CULTUREMA	CAMPO SEMÂNTICO
AMÉLIA	Submissa, resignada, conformada, dona-de -casa, prendada, sem vaidade, sem ambição, cuidadora, subserviente, serviçal, dedicada ao lar, amorosa, passiva, permissiva, habilidades domésticas, dependente, ofuscada, sem graça, “mosca morta”, “sem sal”, “pouco sensual”, desleixada, abnegadora, machista, valores tradicionais, valores arcaicos, conduta machista, passado, obsoleta, ultrapassada, feia, sem opinião, sem orgulho, sem amor-próprio, altruísta, zeladora, valores familiares, sexista, de má parência, tradicional, conservadora, dependente emocional, dependente financeira, fiel, companheira.

Fonte: Elaborado pela autora

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Culturemas são estereótipos linguisticamente representados na língua, oriundos de uma demanda social, ideológica e cultural por uma palavra ou expressão que materialize, mediante o léxico, a especificidade do sentimento (ideológico, emotivo, etc.) compartilhado pela comunidade linguística que o sente e, assim, necessita dessa verbalização. Observa-se no caso de “amélia”, a amplitude de seu campo semântico, que abrange semas positivos como “fiel”, “amorosa”, até semas negativos, como “serviçal” e “submissa”. Esses semas coexistem no cerne da mesma palavra, haja vista os diferentes usos que encontramos na análise do *corpus* e que fazem a palavra poder ser utilizada pelo emissor da mensagem com ambas as intenções: positivas e negativas.

Nota-se a palavra ligada a valores do lar e responsabilidade, especialmente no que diz respeito à vida de mulheres casadas e mães, o que torna o culturema usado discursivamente com o valor positivo. A tradicionalidade, a predominância de sua participação na gastronomia e cuidados com a família são aspectos defendidos por mulheres majoritariamente com esse perfil e que se sentem pertencentes a essa realidade. Este grupo, classificado aqui como o grupo identitário com o sentimento de pertença, utiliza-se, de modo geral, apenas da carga semântica positiva em seus argumentos, ora a despeito da carga semântica negativa, ora defendendo-se da negatividade com os semas positivos.

Observou-se também, nos contextos de uso, a carga semântica negativa no intuito de desfazer-se de outrem ou de um comportamento do passado do(a) emissor(a) que não lhe trouxe grandes benefícios.

A escolha da palavra “amélia” foi muito influenciada pelo contexto de vida das interlocutoras. Isso porque, dentre os blogs, encontraram-se temáticas que variavam entre assuntos do lar e gastronomia (o perfil das autoras constava de mulheres casadas e acima de 25 anos), até moda, beleza, literatura e negócios (as autoras identificavam-se tendo abaixo de 25 anos e sendo solteiras). Mesmo falando de “lugares” diferentes da vida, as interlocutoras, conscientes da abrangência semântica do culturema, fazem uso dos semas que estão mais ligados ao seu grupo de referência atual e sua realidade. O culturema “amélia”, portanto, acompanha uma transitoriedade identitária que permite que mulheres em momentos distintos de suas experiências socioidentitárias se vislumbrem afirmando, negando ou compactuando

com traços semânticos presentes em uma única palavra, devido ao próprio escopo conotativo atribuído ao longo dos anos e com o uso do *culturema*.

Não houve, em todo *corpus* e na nossa perspectiva de análise, total negação do termo, nem mesmo quando o ser “amélia” foi negado pelo grupo aqui identificado por “não-amélias”. Houve negação ideológica, porém não semântica, uma vez que a negação semântica do termo se daria pelo seu não-uso, sequer para negá-lo. Mas, pelo fato de os títulos de weblogs, comunidades e crônicas usarem o *culturema* ainda que fosse para a sua negação, o campo semântico de “amélia” está sendo evocado, sujeito às leituras, à busca de “o que seja uma amélia” e, principalmente, ao juízo de valor que o receptor da mensagem emitirá (se ser amélia é bom, não é bom, é parcialmente bom, por exemplo). Esse processo de emissão e recepção do *culturema*, em si, é suficiente para sua reafirmação na língua. Pode, no entanto, dados os diversos usos e interpretações dele, incorporar semas ao campo semântico, bem como suprimi-los.

Porém, para que quaisquer desses processos ocorram, será necessária uma grande adesão (linguística, cultural e ideologicamente falando) dos supostos “novos” semas, o que é passível de acontecer com a internacionalização do Português Brasileiro, pois, com o ensino e a aprendizagem dessa língua e suas unidades fraseológicas, em geral, outras comunidades linguístico-culturais (inclusive nos países da Comunidade de Países de Língua Portuguesa - CPLP) estarão de posse desse conhecimento, podendo aderir aos *culturemas*, introjetando suas próprias “leituras de mundo” (parcial ou totalmente) na carga semântica das unidades fraseológicas.

O *culturema* “amélia”, conforme visto ao longo do trabalho, cumpre funções de linguagem nos textos (argumentativa, estética, cognitivo-hermenêutica) e possui:

- alto grau de idiomaticidade;
- simbologia e figuratividade;
- adesão pela comunidade linguística e
- carga semântica ambígua, porém de alta eficácia comunicativa nos contextos aqui analisados (vide exemplos das comunidades do Orkut e sua quantidade de membros a aderir).

Ideologicamente falando, é um forte desencadeador de questões de gênero (a despeito de dizer levianamente que “amélia” é um termo machista) pois, diante de toda a gama de

objetivos pretendidos com o uso desse *culturema* que aqui presenciamos, percebeu-se o reducionismo que é pensar nessa palavra sem considerar a sociedade que lhe conferiu *status* de palavra necessária, usada e dicionarizada.

Era necessário um símbolo por meio do qual grupos femininos (e feministas) materializassem o porquê da sua mobilização por direitos. Era necessário concretizar para “fazer-se ver”. E “amélia” é incorporada às falas nesse momento histórico-social.

Hoje, conforme podemos ver no *corpus*, “amélia” está associada a temáticas como gastronomia, beleza e moda, assuntos tidos como aqueles em que o gênero feminino se identifica positivamente, entende e movimenta um nicho mercadológico. Dessa maneira, a presença do *culturema* ali chama a atenção para a questão do gênero feminino. A análise do contexto, entretanto, esclarecerá para qual sentido os argumentos se despontarão. Também se encontra associado a assuntos como identidade político-social (blogs feministas, canção “desconstruindo amélia”), questionamentos sociais, questões ligadas a luta de direitos, empoderamento, salários, nas quais o uso do termo faz-se notar como argumento (função argumentativa) em defesa do porvir social que beneficie o gênero feminino ou que, ao menos, elucide que há uma hierarquização social.

No que concerne ao ensino e aprendizagem de Português como Língua Estrangeira, este estudo visa apresentar possibilidades acessíveis de se empreender tópicos culturais gerados do léxico na língua-meta, de modo a desdobrar-se em atividades de aquisição de vocabulário (na observação do campo semântico), a tópicos de conversação avançada sobre ideologia, cultura, mentalidade social na palavra. Dessa maneira, o estudo expande-se como proposta para o trabalho em sala de aula e para a formação docente em Estudos Fraseológicos.

Nesse mesmo sentido, ampliam-se nossas considerações a estudos que, como este, visem investigar *culturemas*, palavras-culturais, amplitude de campo semântico, léxicos incorporados à língua. Buscou-se aqui a compreensão de um aparato de pressupostos conceituais, que perpassam a Linguística, a Cultura e a Sociologia, a fim de compreender um pouco mais sobre *culturemas* e vislumbrar perspectivas de mudanças da língua e uma metodologia pautada no uso sincrônico.

Para o Projeto “Diccionarios Linguístico-Culturales”, da Universidad de Granada, há um simbólico intento de contribuir às entradas referentes à representatividade feminina, com um léxico específico-cultural do Português Brasileiro. E, diante dos encontros aqui possibilitados, clamar pelos *culturemas* “amelísticos” nas línguas do mundo.

REFERÊNCIAS

- AGAR, M. *Language shock: understanding the culture of conversation*. New York; William Morrowand Company, 1994.
- ALIJO, I.; AL JALLAD, N.; ALIJO, I.; AL JALLAD N. Los conceptos árabes zawash, durrah, mutallaqa, hamma y kinneh a través de la fraseología: una perspectiva sobre la mujer. In: LUQUE DURÁN & PAMIES BERTRÁN (Orgs.) *Interculturalidad y lenguaje I. El significado como corolario cultural*. Granada: Método, 2007.
- ALMEIDA FILHO, J.C.P. *Fundamentos de Abordagem e Formação no Ensino de PLE e de Outras Línguas*. Campinas, SP: Pontes, 2012.
- _____. Língua-Cultura na sala de aula e na história. In: MENDES, E. *Ensino e Formação em Português Língua Estrangeira*. Campinas, SP: Pontes, 2011.
- APRESJAN, J.D. *Leksicheskaia Samantika. Sinomiches kie Sredstva Jazyka*. Moscow: Nauka, 1974.
- BAGNO, M. *Preconceito Linguístico - o que é, como se faz*. São Paulo: Edições Loyola, 1999.
- _____. *A norma oculta - língua e poder na sociedade brasileira*. São Paulo: Parábola Editorial, 2003.
- _____. *Nada na língua é por acaso - por uma pedagogia da variação linguística*. São Paulo: Parábola Editorial, 2007.
- BAUMAN, Z. *A cultura no mundo líquido moderno*. 1ª ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.
- BENNETT, M. J. (ed.) *Basic Concepts of Intercultural Communication selected reading*. Yarmouth, EUA: Intercultural Press. P. 1-34, 1998.
- BERWALD, J.P. *Teaching Foreign Languages with Realia and other Authentic Materials*. ERIC REPRODUCTION DOCUMENT, ed. 289 367, 1987.
- BRANDÃO, C.R. *Identidade e Etnia*. Construção da pessoa e resistência cultural. São Paulo: Brasiliense, 1986
- CAVALCANTE, R. A Cara do brasileiro. *Super Interessante*, São Paulo, Set, 2005.
- CAVALLARI, J. S.; UYENO, E. Y. (Organizadoras) *Bilinguismos: subjetivação e identificações nas - pelas línguas maternas e estrangeiras*. Coleção: Novas Perspectivas em Linguística Aplicada V. 9. Campinas, SP: Pontes Editores, 2011.
- EXTREMERA, J.J.A. El español de 'sol y playa'. Reflexiones sobre la docencia de los culturemas en E/LE. Disponível em <http://www.academia.edu/729173/El_espanol_de_sol_y_playa._Reflexiones_sobre_la_docencia_de_culturemas_en_E_LE>. Acesso em 13 out. 2013.

GHIRALDELO, C. Representações de línguas estrangeiras (e materna) por sujeitos de baixa escolaridade. In: *Bilinguismos: subjetivação e identificações nas – pelas línguas maternas e estrangeiras*. Coleção: Novas Perspectivas em Linguística Aplicada V. 9. Campinas, SP: Pontes Editores, 2011.

HALL, S. *Beyond culture*. Garden City, NY: Anchor Press, 1976.

_____. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A, 2011.

HOUAISS, A; VILLAR, M.S. *Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa* – 1ª ed. - Rio de Janeiro: Objetiva, 2009.

HUMBOLDT, W. V. *Sobre la diversidad de la estructura del lenguaje humano y su influencia sobre el desarrollo espiritual de la humanidad*. Barcelona: Anthropos, [1820]1990.

HUNTINGTON, S.P *The Clash of Civilizations and the Remaking of World Order*. New York: Simon and Schuster, 1996.

JORGE, g. A Tradução nos Estudos Fraseológicos. In: ORTIZ ALVAREZ, M.(Org.) *Tendências atuais na pesquisa descritiva e aplicada em fraseologia e paremiologia - Anais-Volume 1 / Maria Luisa Ortiz Alvarez (Org.)* Campinas, SP: Pontes Editores, 2012.

KEKIĆK. *El lenguaje figurado con zoónimos em serbio*. Language Design 10: 107-131, 2008

KIDDER, D. S; OPPENHEIM, N.D. *365 Días para ser más culto*. 6ª ed. Bogotá: Planeta Colombiano S.A, 2009.

KRAMSCH, C. J. *Context and culture in Language Teaching*. 3ª edição. OUP, 1996.

LAKOFF, G; JOHNSON, M. *Methaphors We Live By*. Chicago: The University of Chicago Press, 1980.

LIPPMANN, W. *Public Opinion*. Harcourt: Brace, 1922.

LUQUE DURÁN, J. de D. Las colocaciones de cuantificación por comparación: tradición e innovación en las comparaciones proverbiales. In: LUQUE, J.D.D. ; PAMIES, A. (Orgs.) *La creatividad en el lenguaje: colocaciones idiomáticas y fraseología*. Granada: Método, 2005.

_____. Codificación de la información lingüístico-cultural en los diccionarios interculturales”. In: LUQUE J.D.D.; PAMIES, A. (Orgs.) *Interculturalidad y lenguaje I. El significado como corolario cultural*. Granada: Método, 2007.

_____. *Claves culturales e imaginológicas de los textos argumentativos*. Ponencia presentada a la III Conferencia Internacional de Hispanistas de Rusia. Moscú., pp.19-21 de mayo de 2009.

LUQUE DURÁN, J.de D.; LUQUE NADAL, L. Cómo las metáforas recurren aconocimientos ontológicos y culturales. Fundamentos teóricos del Diccionario Intercultural e Interlingüístico. In: KORHONEN, J. et al. (Orgs.): *Phraseologie -Global - Areal - Regional*. Tübingen: G.Narr, 2008.

LUQUE DURÁN, J.de D.; PAMIES, A. (Orgs.) *Interculturalidad y lenguaje 2 vols*. Granada:

Granada Lingvistica / Método, 2007.

LUQUE NADAL, L. *Principio de culturología y fraseología españolas*. Frankfurt Am Main: Peter Lang, 2012.

_____. *Fundamentos teóricos de los diccionarios lingüístico-culturales*. Granada: Educatori/ Granada Lingvistica, 2010.

_____. Los culturemas: ¿unidades lingüísticas, ideológicas o culturales?, *Language Design*, 11, 2009: pp.93-120.

_____. *Los diccionarios lingüístico-culturales y el estudio de los fraseologismos*. Disponible em:<<http://www.slideshare.net/praetece/los-diccionarios-lingstico-culturales-y-el-estudio-de-los-fraseologismos-lucia-luque-nadal>>. Acesso em: 20 jan 2013.

MARÍN HERNANDEZ, D. La esencialización de la cultura y sus consecuencias en los estudios de traducción. In: *Trans* -n. 9 -2005. pp. 73-84.

MENDES, E. Por que ensinar língua como cultura. In: SANTOS,P., ORTIZ, M.L.A (orgs). *Língua e cultura no Contexto de Português como Língua Estrangeira*. Campinas,SP: Pontes Editores, 2010, pp. 53-77.

MONTEIRO-PLANTIN, R.S. *Estereótipos da Cultura Nacional ma Fraseologia Brasileira*. In: PAMIES BERTRÁN, A (org.). *De lingüística, traducción, y léxico-fraseología*. Homenaje a Juan de Dios Luque Durán. Granada,2013.

MOSÉ,V. *A palavra não sabe o que diz*. Disponível em:<<https://soundcloud.com/marcosdemeneghi/viviane-mos-a-palavra-n-o-sabe>>. Acesso em: 03 out. 2013.

NORD, C. *Translation as a Purposeful Activity*. Manchester. St.Jerome, 1997.

OETTING, E; e BEAUVAIS, F. Orthogonal cultural identification theory: the cultural identificationofminority adolescents. In: *The International Journal of the Addictions* 25, 1991. pp. 655-685.

ORTIZ ALVAREZ. M. (Org.)Tendências atuais na pesquisa descritiva e aplicada em fraseologia eparemiologia - Anais-Volume 1 / Maria Luisa Ortiz Alvarez (Org.)Campinas, SP: Pontes Editores, 2012.

PAMIES BERTRÁN, A. Productividad fraseológica y competencia metafórica (inter)cultural. In: *Paremia*, 17: 2008. pp. 41-57.

_____. El lenguaje de la lechuza. Apuntes para un diccionario intercultural. In: LUQUE J.d.D.; PAMIES, A. (Orgs.) *Interculturalidad y lenguaje I. El significado como corolario cultural*. Granada: Método: pp.375-404, 2007.

_____. *Productividad fraseológica y competencia metafórica (inter)cultural*. *Paremia*17: pp. 41-58, 2008^a.

_____. Comparaison inter-linguistiqueetcomparaisoninterculturelle. In: QUITOUT, M. (Org.) *Traduction, proverbes et Traductologie*. Paris: ÉditionsL'Harmattan, pp.143-156,

2008b.

_____. National linguo-cultural specificity vs. linguistic globalization: the case of figurative meaning. In: KORHONEN, J. et al. (Orgs.): *Phraseologie -Global -Areal-Regional*. Tübingen: Gunther Narr. 29-42, 2009.

_____. El componente (inter)cultural en la metáfora: el caso de la ictionimia. In: CRIDA ÁLVAREZ, C. (ed.) *Fraseo-paremiología e interculturalidad*. Atenas: Ta Kalos Keimena: pp. 33-53, 2010.

_____. Motivación cultural y botanismos gastronómicos. In: ORTIZ ALVAREZ, M.L.; HUELVA UNTERBÄUMEN, E. (Orgs.). *Uma (re)visão da teoria e da pesquisa fraseológicas*. Campinas: Pontes & Universidad Nacional de Brasília: pp.49-68, 2011a.

_____. À propos de la motivation phraséologique. In: PAMIES, A.; DOBROVOL'SKIJ, D. (Orgs.) *Linguo-cultural competence and phraseological motivation*. Baltmannsweiler: Schneider Verlag, 2011b.

_____. "O Projeto "Dicionários Culturais". In: ORTIZ ALVAREZ, M.L. (org.). *Tendências atuais nas pesquisas descritiva e aplicada em Fraseologia e Paremiologia- Anais- Vol. 1*. Campinas, SP: Pontes, 2012. pp. 345 - 354.

PAMIES, A.; DOBROVOL'SKIJ, D. (Orgs.) *Linguo-cultural competence and phraseological motivation*. Baltmannsweiler: Schneider Verlag, 2011.

PINKER, S. *The language instinct*. New York, 1994.

PUTNAM, H. The meaning of meaning. In: *Philosophical Papers*, vol. 2: Mind, Language and Reality. Cambridge: Cambridge University Press, 1975. Pp.215-271.

RAMIREZ, J.O. a EXTINÇÃO DA Amélia. Disponível em: <<http://zerohora.clicrbs.com.br/rs/geral/vestibular/noticia/2012/08/conheca-os-textos-dos-vencedores-do-redacao-zh-3848050.html>>. Acesso em: 03 fev 2014.

RAJAGOPALAN, K. *Por uma linguística crítica: linguagem, identidade e a questão ética*. São Paulo: Parábola, 2003.

REIS, M. J. O Ensino da História e a construção da identidade nacional: uma união legítima? In: *PERSPECTIVA*. Florianópolis, v. 17, n. Especial, jan-jun. 1999. pp. 99-110

RÓHEIM, G. Psychoanalysis of primitive cultural types. *International Journal of Psychoanalysis*, 1932. pp. 213-224.

_____. *The origin and the function of culture*. Nervous and Mental disease Monographs. New York: Johnson Reprint Co., 1943.

SANTOS, D.T.S. Entre a praia e a nau: reflexões em torno dos conceitos de identidade, cultura e competência intercultural em contexto de ensino de PLE. In: SANTOS, P., ORTIZ, M.L.A (orgs). *Língua e cultura no Contexto de Português como Língua Estrangeira*. Campinas, SP: Pontes Editores, 2010, pp. 181 -190.

SAVEDRA, M.S.G. *Linguas majoritárias e minoritárias no Mercosul: a questão de línguas*

oficiais, línguas de trabalho e línguas de ensino. In: HORA, D; LUCENA,R.M. (orgs.). *Políticas Linguísticas na América Latina*. João Pessoa: Ideia, 2008. pp.115-125.

SANTOS, D.T.; MELLO,A.C.M.R,N. (UFRJ). As noções de tempo, espaço e território e a competência intercultural no contexto de PLE. In: *Português como língua (Inter) nacional: faces e interfaces*. Campinas, SP:Pontes Editores, 2013.

SAPIR, E. *A linguagem*. SP: Perspectiva,1980.

SAUSSURE, F. *Curso de Linguística geral*. São Paulo: Cultrix, 1978.

SCHAPIRA, C. *Lesstereotypes in français*.Paris: Ophrys, 1992.

SHWEDER, R.; BOURNE, E. Doesthe concept of thepersonvarycrossculturally. In: R.A. SHWEDER, R.A LEVINE (eds.). *Cultural Theory*. New York: Cambridge University Press, 1984. Pp. 158- 199.

SHARAB, M. *Estudio lingüístico-cultural del árabe palestino actual*.Tesisdoctoral inédita. Universidad de Granada, 2010.

SILVA, T.T da (org). *Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais*. Stuart Hall, Kathryn Woodward. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000.

SOARES,V. Movimento Feminista-Paradigmas e desafios. In: *Estudos Feministas*.a.2 .1994. pp. 11-24

TYLOR, E.B. *Primitive Culture – researchesintothedevlopment of mythology, philosophy, religion, language, art and custom, v.I. 6th edition*. London: John Murray, 1920.

TRIANDIS, H.C. Theself and social behavior in differing cultural contexts. In: *PsychologicalReview*, n.96. pp. 506-520.

TUTÁEVA, K. *La simbología del cerdo en la fraseología inglesa, rusa y española*.LanguageDesign, 11: 5-27
(http://elies.rediris.es/Language_Design/LD11/LD11-01-Tutaeva.pdf), 2009.

VERMEER, H.J. *Translation theory and linguistics*. In: ROINILA, P., ORFANOS, R, TIRKKONEN - CONDIT, S. eds. *Häkökohtiakäänämisentutkimuksesta*.Joensuu: University, 1983. pp. 1-10.

VILELA, M. Estereótipos e os estereótipos da língua portuguesa actual. In: *Revista Galega de Filoloxia*, 2000.Pp.11-33

WIERZIBICKA, A. *Understanding cultures through their keywords*. New York. Oxford: Oxford University Press, 1997.

REFERÊNCIAS DOS DADOS DIGITAIS

Amélia ao avesso. Disponível em: <<http://ameliaaoavesso.blogspot.com.br/>> Acesso em 02 de out. 2013.

Amehlia Digital .Disponível em:< <http://amehliadigital.blogspot.com/p/amehlia-digital.html>>. Acesso em: 02 de out. 2013

Amélia Ensandecida. Disponível em: <<http://ameliaensandecida.blogspot.com.br/>>. Acesso em: 02. Out. 2013.

Amélia Moderna. Disponível em: <<http://amelia-moderna.blogspot.com.br/>> Acesso em: 02 out. 2013.

Amelia q era mulher d verdade! Disponível em:<<http://www.orkut.com.br/Main#Community?cmm=553121>>. Acesso em: 02 out. 2013.

BAPTISTA,M. *Saudada da Amélia?* Disponível em:<<http://www.papodehomem.com.br/saudades-da-amelia/>>. Acesso em: 02 de out 2013

BUBLITZ, R. O Poder Feminino. Disponível em: <<http://zerohora.clicrbs.com.br/rs/geral/vestibular/noticia/2012/08/conheca-os-textos-dos-vencedores-do-redacao-zh-3848050.html>.> Acesso em: 03 fev. 2014.

BULLOS, F. *Um quê de amélia*. Disponível em: <http://www.avozdacidade.com/ipad/page/noticias_interna.asp?cod=21919&categoria=56>. Acesso em: 02 out. 2013.

Desconstruindo amélia.Disponível em: < <http://desconstruindo-amelia.blogspot.com.br/>>. Acesso em: 02 out. 2013.

Eu quero é ser amélia. Disponível em:<<http://www.orkut.com.br/Main#Community?cmm=1362805>>. Em: 02 de out. 2013.

EU NÃO NASCI PRA AMÉLIA. Disponível em: <<http://www.orkut.com.br/Main#Community?cmm=6186500>>. Acesso em 02 out. 2013.

Eu não sou amélia. Disponível em: <<http://www.eunaosouamelia.com/>> Acesso em 02 out 2013.

Eu queria ser amélia, Disponível em: <www.euqueriaseramelia.blogspot.com>. Acessoem: 02 out. 2013.

FERREIRA, A.B.H. *Dicionário Aurélio da Língua Portuguesa*.5^A ed. - Curitiba: Positivo, 2010.

FERREIRA, C. *Você é uma mulher Amélia*. Disponível em: <<http://www.jornalistaclaudioferreira.com.br/2011/08/voce-e-uma-mulher-amelia.html>> Acesso em: 02 fev 2014.

FRIZERO, R. *Amélia é que era ser humano de verdade*. Disponível em: <<http://locutoriodofrizero.blogspot.com.br/2008/12/amelia-que-era-ser-humano-de-verdade.html>>. Acesso em 03 fev 2014.

GEHLIN, V.M. De Amélia a Leila Diniz. Disponível em: <<http://zerohora.clicrbs.com.br/rs/geral/vestibular/noticia/2012/08/conheca-os-textos-dos-vencedores-do-redacao-zh-3848050.html>>. Acesso em: 03 fev. 2014.

GOMES, R. *Mulheres do Brasil: ascensão, conquista e desafio*. Disponível em: <<http://serfelizeserlivre.blogspot.com/2013/09/mulheres-do-brasil-ascensao-conquistas.html>>. Acesso em 02 de ot. 2013

INFORMAL, D. Verbete Amélia. Disponível em: <<http://www.dicionarioinformal.com.br/am%C3%A9lia/>>. Acesso em: 20 set. 2013.

Nem aurora, nem amélia. Disponível em: <<http://www.nana.blog.br/>>. Acesso em 02 out. 2013.

Não nascemos pra ser amélia. <<http://www.orkut.com.br/Main#Community?cmm=2611167>>. Acesso em: 02 out 2013.

Não nasci pra ser amélia. Disponível em: <<http://www.orkut.com.br/Main#Community?cmm=2028101>>. Em 02. out.2013.

Não nasci pra ser AMÉLIA. Disponível em: <<http://www.orkut.com.br/Main#Community?cmm=8138420>> Acesso em: 02 out 2013.

SANTOS, W.G. *O mensalão foi o sorriso da monalisa da STF*. <<http://ultimosegundo.ig.com.br/politica/2013-08-16/o-mensalao-foi-o-sorriso-de-monalisa-do-stf.html>>. Acesso em: 20 set. 2013.

Sou amélia sim, e daí. Disponível em: <<http://www.orkut.com.br/Main#Community?cmm=451665>>. Acesso em: 02 out 2013.

Sou Pagu, Afrodite e Amélia. Disponível em: <<http://www.orkut.com.br/Main#Community?cmm=4874346>>. Acesso em 02 out. 2013.

SOUZA, H.S De. A Amélia que ainda está por vir. Disponível em: <<http://zerohora.clicrbs.com.br/rs/geral/vestibular/noticia/2013/06/conheca-um-dos-textos-vencedores-do-redacao-zh-2012-4180571.html>>. Acesso em: 02 fev. 2014.

VENTURA, Z. *De Leila a Luma ou A Amélia do ano 2000*. Disponível em: <<http://revistaepoca.globo.com/Revista/Epoca/0,EMI166195-15518,00.html>> Acesso em: 02 out de 2013.