

DOI: <http://dx.doi.org/10.1590/1982-4017-23-18>

Recebido em: 11/10/2020 | Aprovado em: 26/09/2023

Artigo Original | Original Article | Artículo Original

Editor de Seção: Fábio José Rauhen

## SENTIDOS DE BRASIL E BRASILEIRO EM MATERIAL DIDÁTICO DE PORTUGUÊS COMO LÍNGUA ESTRANGEIRA

Meanings of Brazil and Brazilians  
in a Textbook of Portuguese  
as a Foreign Language

Significados de Brasil y los brasileños  
en un libro de texto de portugués  
como lengua extranjera

**Mariana Ruiz Nascimento\***

**Cristiane Carvalho de Paula Brito\*\***

Universidade Federal de Uberlândia,  
Instituto de Letras e Linguística, Uberlândia, MG, Brasil

**Resumo:** Este artigo visa discutir e identificar representações discursivas sobre o Brasil e os brasileiros construídas em um livro de Português como Língua Estrangeira (PLE). Com base nos estudos trans/indisciplinares em Linguística Aplicada e em teorias discursivas de linguagem, parte-se da hipótese de que o livro didático analisado silencia as múltiplas e possíveis identidades do brasileiro; e que, quando retratadas, são tidas como estagnadas. Na análise, foram identificadas cinco representações, sintetizadas nos seguintes enunciados: (a) o brasileiro é “gente boa”; (b) Brasil: o país das praias, futebol e fio dental; (c) o brasileiro é engraçado; (d) Brasil, um país exótico; e (e) o brasileiro é romântico. Essas representações se inscrevem em discursos de colonialidade que corroboram imagens totalizantes sobre língua-cultura e identidade brasileiras. A análise aponta a necessidade de problematizar, nos processos de ensino-aprendizagem de línguas, sentidos homogêneos e universalizantes que (re)produzem preconceitos, estereótipos e reforçam relações desiguais de poder.

**Palavras-chave:** Ensino de línguas. Material didático. Português como Língua Estrangeira.

**Abstract:** This article aims to discuss and identify discursive representations about Brazil and Brazilians from a textbook of Portuguese as a Foreign Language. Based on trans/interdisciplinary studies in Applied Linguistics and discursive theories of language, the hypothesis is that the analyzed textbook silences the multiple and possible identities of Brazilians; and, when depicted, they seem to be stagnant. In the analysis, the following representations were identified: (a) Brazilians are “nice people”; (b) Brazil: the country of beaches, football and *fio dental* bikinis; (c) Brazilians are funny; (d) Brazil, an exotic country; and (e) Brazilians are romantic. These representations are inscribed in discourses of coloniality that corroborate totalizing images about the Brazilian language, culture and identity. The analysis points, therefore, to the need to problematize, in the teaching-learning processes of languages, homogeneous and universalizing meanings that (re)produce prejudices, stereotypes and reinforce unequal power relations.

**Keywords:** Language teaching. Pedagogical material. Portuguese as a Foreign Language.

\* Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Estudos Linguísticos da Universidade Federal de Uberlândia (PPGEL/UFU). Mestre em Estudos Linguísticos e Especialista em Português como Língua Estrangeira e Cultura Brasileira. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1016-9304>. E-mail: [mariruiznasci@yahoo.com.br](mailto:mariruiznasci@yahoo.com.br).

\*\* Docente no Instituto de Letras e Linguística da Universidade Federal de Uberlândia (UFU). Doutora em Linguística Aplicada pela Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP). Líder do Grupo de Pesquisa Laboratório de Estudos Polifônicos. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7210-6635>. E-mail: [depaulabrito@gmail.com](mailto:depaulabrito@gmail.com).

**Resumen:** Este artículo tiene como objetivo discutir e identificar las representaciones discursivas sobre Brasil y los brasileños en un libro de texto de Portugués como Lengua Extranjera. Basándose en estudios trans/interdisciplinarios en Lingüística Aplicada y teorías discursivas del lenguaje, la hipótesis es que el libro de texto analizado silencia las múltiples y posibles identidades de los brasileños, y cuando se representan, parecen estar estancadas. En el análisis, se identificaron las siguientes representaciones: (a) Los brasileños son “personas amables”; (b) Brasil es el país de las playas, del fútbol y de los bikinis de fío dental; (c) Los brasileños son divertidos; (d) Brasil, un país exótico; y (e) Los brasileños son románticos. Estas representaciones se inscriben en discursos de colonialidad que corroboran imágenes totalizadoras sobre el lenguaje, la cultura y la identidad brasileña. El análisis señala, por lo tanto, la necesidad de problematizar, en los procesos de enseñanza-aprendizaje de las lenguas, significados homogéneos y universalizantes que (re)producen prejuicios, estereotipos y refuerzan relaciones de poder desiguales.

**Palabras clave:** Enseñanza de idiomas. Material pedagógico. Portugués como Lengua Extranjera.

## 1 INTRODUÇÃO

O ensino-aprendizagem de uma língua estrangeira (LE) envolve o conhecimento da cultura dos países que falam aquela língua, e por isso é inevitável, em algum momento, deparar-se com representações de países e nacionalidades da língua-alvo em materiais didáticos. Sabendo que o livro é o recurso didático mais usado para o ensino-aprendizagem de uma língua estrangeira e, muitas vezes, a principal fonte de consulta do professor e do aluno, é relevante expressar preocupação sobre como as imagens aí presentes funcionam, produzindo discursos sobre a língua-cultura. Nesse sentido, interessa-nos aqui identificar representações discursivas sobre o Brasil e os brasileiros, construídas no livro *Portuguese for Dummies* (Keller, 2013), voltado para o ensino de Português como Língua Estrangeira (PLE)<sup>1</sup>. Partimos da hipótese de que o livro didático analisado silencia as múltiplas e possíveis identidades do brasileiro; e que estas, quando retratadas, são tidas como estagnadas e construídas a partir de discursos estereotipados.

Ramos e Marchesan (2013) apresentam o histórico da produção de livros didáticos de PLE e afirmam que esse é ainda um campo pouco explorado na área de Linguística Aplicada (LA) e que há poucos livros didáticos disponíveis no mercado. Outros autores (Moura, 2010; Almeida Filho, 2007) apontam a falta de investimentos em pesquisa e a necessidade de uma política linguística oficial para o ensino de PLE, que contribuiria para a produção de materiais didáticos com parâmetros e critérios mais bem definidos.

Para investigar algumas representações de Brasil e brasileiro em um livro de PLE, nós nos ancoramos nos pressupostos teóricos da LA trans/indisciplinar (Pennycook, 2006), a qual trabalha em conjunto com outras áreas de ciências humanas e sociais na compreensão de questões que nos confrontam no cotidiano e que envolvem a linguagem e o ensino de língua(s) (Moita Lopes, 2006). Trata-se de uma LA que “vem se opondo de forma radical a quaisquer perspectivas epistemológicas que busquem se eximir de e/ou neutralizar questões políticas e ideológicas em pesquisas sobre línguas(gens)” (Szundy; Fabrício, 2019, p. 70). Além da LA, a investigação também dialoga com a Análise do

<sup>1</sup> Utilizamos essa nomenclatura porque nesse contexto consideramos a língua portuguesa como uma *língua estrangeira* (e não L2, *segunda língua*, como é também comumente usada) por ser uma língua que não é nativa de uma determinada comunidade de fala (Trappes-Lomax, 1983 apud Cunha, 2007).

Discurso Francesa (ADF), a partir dos trabalhos de Michel Pêcheux, e com a Análise Dialógica do Discurso (ADD), tendo por base os estudos do Círculo de Bakhtin. É, pois, dessa ancoragem teórico-metodológica que tomamos posição em relação à língua(gem) e à própria constituição do *corpus* de pesquisa.

Ao mobilizarem noções de língua(gem) que problematizam vieses meramente comunicativistas (Kleiman, 2020, p. 18) e colocam em cena a heterogeneidade dos sujeitos e a opacidade dos sentidos (Coracini, 2021), as teorias discursivas aqui referenciadas podem “oferecer suporte às reflexões sobre os processos de formação docente e de ensino-aprendizagem de línguas, áreas tão caras à LA” (Brito; Guilherme, 2013, p. 26), Apostamos, pois, em diálogos considerados por vezes como impertinentes por contemplarmos as potencialidades de sua convergência teórica.

Nas palavras de Guilherme (2013, p. 263):

Ao se pensar sobre as confluências epistemológicas existentes entre os trabalhos de Bakhtin e Pêcheux, pode-se observar que ambos retornam a Saussure com o objetivo de discutirem/problematizarem o objeto da Linguística estrutura, ou seja, a *langue* enquanto sistema formal e abstrato, para, então, proporem um objeto outro, o discurso. (itálico da autora).

Concordamos com Guilherme ao afirmar que o conceito de signo ideológico de Bakhtin/Volochinov se configura como aspecto constitutivo para se pensar o sentido<sup>2</sup> tanto na ADF quanto na ADD, haja vista possibilitar a “percepção da possibilidade heterogênea da significação” (Guilherme, 2013, p. 265), o que será explorado por Authier-Revuz (2004) na distinção entre a heterogeneidade mostrada e a heterogeneidade constitutiva.

No que tange ao nosso *corpus*, por meio de textos e imagens, os livros didáticos de LE incidem na construção do imaginário cultural do leitor, produzindo sentidos acerca de costumes e aspectos culturais do Brasil e da identidade do brasileiro. Dessa forma, é relevante analisá-los por uma perspectiva discursiva, já que esses materiais não estão isentos de visões ideológicas culturalmente estabelecidas. Por meio do livro didático, é apresentada uma versão ideológica da cultura brasileira, criando uma expectativa sobre as formas apropriadas de ser e agir socialmente no contexto que envolve o uso do português no Brasil (López; Resende, 2013). Abordar a cultura e a identidade pelo viés discursivo permite-nos explorar a relação dos sentidos com a história, memória, já-ditos, enfim, compreender como língua-sujeito-ideologia se imbricam nos processos de significação.

Em termos de organização, além desta introdução e das considerações finais, discutimos concepções de linguagem, cultura e identidade, situando nossa inscrição teórico-metodológica na próxima seção e, em seguida, explicitamos nosso gesto de interpretação do *corpus*, de forma a delinear algumas representações discursivas sobre o Brasil e os brasileiros.

---

<sup>2</sup> Guilherme (2013) aborda as noções de signo, língua e discurso a partir do escopo teórico pecheutiano e bakhtiniano, bem como explora o conceito de dialogismo como constituinte da noção de formação discursiva na ADF e discute a questão da enunciação nos dois autores, apontando suas (im)possibilidades de diálogo.

## 2 LINGUAGEM, CULTURA E IDENTIDADE

Ao analisar textos de dois livros populares de PLE, “Bem-Vindo! A Língua Portuguesa no Mundo da Comunicação” e “Brasil! Língua e Cultura”, López e Resende (2013) observaram que a representação de ‘ser brasileiro’ nesses materiais está associada a poucas identidades sociais de algumas regiões brasileiras específicas, e que o discurso dos livros, muitas vezes, conduz seus usuários a uma atitude responsiva negativa em relação ao Brasil. Moura (2010), por sua vez, verificou que vários materiais consideram algumas questões sobre identidade social e grupos sociais, mas minorias étnicas são raramente mencionadas. Além disso, o conteúdo apresenta muitas vezes distorções sobre a realidade.

Quanto à análise de livros de PLE, Moura (2010) levanta a importância de se considerar o fato de que o Brasil frequentemente se coloca de forma inferiorizada diante de outras línguas e culturas. Além disso, ela também aponta que, mesmo que o Carnaval, o futebol e as praias sejam aspectos de destaque no Brasil, é necessário que estrangeiros abandonem os estereótipos relativos à América Latina, ao Brasil e aos brasileiros para compreender que o país não se restringe a esses aspectos. Corroborando isso, Mendes (2004) afirma que poucos materiais apresentam uma abordagem cultural que não reduza a cultura a imagens exóticas.

Quando os livros se tornam objeto de pesquisa, em geral, dá-se mais ênfase aos aspectos metodológicos e aos temas, mas pouco se diz sobre seu caráter discursivo (Pedrozo, 2014). Nesse caso, analisar o material didático em uma perspectiva discursiva implica interpretar a produção e a regularização de sentidos, e considerá-la como parte integrante de suas atividades sociais. Esses sentidos se materializam no discurso que, por sua vez, pode ser materializado pela linguagem em forma de texto; e/ou pela materialidade imagética e sonora.

Dito isso, analisar o discurso significa interpretar os *enunciados*, que, para Bakhtin (2016), são a real unidade da comunicação discursiva. Para ele, “o discurso só pode existir de fato na forma de enunciados concretos de determinados falantes, sujeitos do discurso” (Bakhtin, 2016, p. 26). Por filiar-se a uma perspectiva dialógica da linguagem, compartilhamos o que é posto por López e Resende (2013, p. 4) sobre a *atitude responsiva* em relação aos enunciados do livro didático:

os livros de PLE, por sua natureza discursiva, podem constituir-se como enunciados emitidos pelos seus autores, que, por conseguinte, geram uma atitude responsiva dos estrangeiros – estudantes que utilizam esse material didático – às representações das identidades sociais brasileiras construídas no discurso do livro didático.

Essas atitudes responsivas aos enunciados por parte dos leitores, por sua vez, geram respostas que podem variar de admiração e respeito a preconceito e discriminação.

Além disso, considera-se que as vozes dos autores dos materiais didáticos também são responsivas às vozes que os influenciaram e que constituíram suas representações a respeito das identidades sociais brasileiras (López; Resende, 2013), pois, para Bakhtin (2016, p. 26),

todo falante é por si mesmo um respondente em maior ou menor grau: porque ele não é o primeiro falante, o primeiro a ter violado o eterno silêncio do universo, e pressupõe não só a existência do sistema da língua que usa mas também de alguns enunciados antecedentes – dos seus alheios – com os quais o seu enunciado entra nessas ou naquelas relações (baseia-se neles, polemiza com eles, simplesmente os pressupõe já conhecidos do ouvinte). Cada enunciado é um elo na corrente complexamente organizada de outros enunciados.

Ou seja, quando construímos enunciados, e há uma atitude responsiva por parte do outro, estamos ao mesmo tempo respondendo a uma voz que nos constitui enquanto sujeitos.

Esses conceitos nos são fundamentais porque entendemos que o material didático reivindica do leitor uma atitude responsiva em relação ao que é apresentado a ele no livro. Essa atitude responsiva constitui o imaginário em relação ao Brasil e ao brasileiro, incidindo em suas decisões, construção de juízos de valor e ações perante o outro. Ao mesmo tempo, os responsáveis pela produção do material apresentam atitudes responsivas em relação ao que foram expostos e ao que significaram anteriormente. É por isso que partimos de uma concepção dialógica da linguagem, pois consideramos que todo discurso produzido leva em conta discursos anteriormente produzidos e também dialoga com outros produzidos posteriormente.

Como estamos tratando da representação de ‘Brasil’ e ‘brasileiro’, é pertinente para a análise discutir os conceitos de *cultura* e *identidade*. Santos (1996) aponta duas concepções de cultura: a primeira diz respeito a todos os aspectos de uma realidade social, ou seja, a tudo que caracteriza a existência de um povo ou nação, e até mesmo de grupos no interior de uma sociedade. Caracterizar uma cultura, em suas palavras, seria “dar conta das características dos agrupamentos a que se refere, preocupando-se com a totalidade dessas características, digam elas respeito às maneiras de conceber e organizar a vida social ou a seus aspectos materiais” (Santos, 1996, p. 24); a segunda é voltada ao conhecimento, às ideias e crenças que determinado grupo produz. As duas concepções de cultura apresentadas por Santos (1998) podem nos levar a uma compreensão errônea quanto à natureza da cultura. Ao tentar identificar traços que diferenciam uma da outra, somos levados a pensar em cultura enquanto uma realidade estagnada e parada. Todavia, ela é dinâmica e está em constantes transformações e mudanças (Santos, 1998).

Kramersch (2017) argumenta que, embora existam inúmeras investigações sobre o papel e o lugar da cultura no ensino-aprendizagem de línguas estrangeiras, parece ser prevalente a dicotomia entre aulas de LE e aulas de literatura ou cultura ministradas na LE ou mesmo em língua materna. Também comum, segundo a autora, é a visão de cultura com ‘c minúsculo’, referente aos “comportamentos, comidas, celebrações e costumes típicos (e algumas vezes estereotípicos) do grupo dominante ou do grupo de nativos da língua que é mais evidente aos olhos de um estrangeiro” (p. 143). Em contraposição, teríamos a visão de cultura com ‘C maiúsculo’ como o “produto de um letramento canônico impresso, adquirido na escola, sendo sinônimo de um conhecimento geral da literatura e das artes” (p. 141). Ambas as noções, contudo, referem-se a visões modernas de ensino de cultura.

Sob uma perspectiva pós-moderna, a cultura passa a ser compreendida como “um processo discursivo dinâmico, construído e reconstruído de várias maneiras por



indivíduos envolvidos nos embates por significado simbólico e no controle de subjetividades e interpretações da história” (Kramersch, 2017, p. 145). Nesse sentido, a aprendizagem de uma cultura estrangeira contempla a indagação de nossas próprias práticas discursivas, de forma a evitar “uma compreensão ahistórica e anacrônica do Outro e a um entendimento básico e, por conseguinte, limitado do Eu” (p. 146).

As considerações de Kramersch dialogam com a visão que aqui adotamos, ao refutar visões essencialistas de cultura e trazer para o centro da discussão a relação sujeito-discurso-língua(gem). Além disso, tais considerações priorizam a alteridade como aspecto fundamental para se compreender a cultura, o que por sua vez faz coro ao posicionamento de Bakhtin (2000, p. 368), para quem:

Existe uma ideia que tem vida longa, mas que é limitada e, portanto, incorreta. É a ideia segundo a qual, para melhor compreender uma cultura alheia, cumpriria transplantar-se nela e, esquecendo a sua própria cultura, ver o mundo pelos olhos da cultura alheia. É uma ideia que, como disse, é limitada. Que devamos nos implantar numa cultura alheia, contemplar o mundo por seus olhos, concordo! É uma fase indispensável no processo de compreensão de uma cultura. Mas se a compreensão se reduzisse apenas a esta fase, nada mais se oferecia senão uma duplicação da dada cultura, e não comportaria nada novo ou enriquecedor. Uma *compreensão ativa* não renuncia a si mesma, ao seu próprio lugar no tempo, à sua cultura, e nada esquece. O importante no ato de compreensão é a *exotopia* do compreendente no tempo, no espaço, na cultura, a respeito de que ele quer compreender. O mesmo não ocorre com o simples *aspecto externo* do homem, que este não pode ver nem pensar em sua totalidade, e não há espelho, nem fotografia que possa ajudá-lo; seu aspecto externo, apenas o outro pode captá-lo e compreendê-lo, em virtude de sua exotopia e do fato de ser *outro*.

É, pois, na tensa relação eu-outro/Outro<sup>3</sup>, e a partir de uma concepção de língua(gem) como materialidade sócio-histórica e ideológica, constitutiva e constituinte dos sujeitos, que reflete e refrata a realidade, que se pode conceber a noção de cultura, sempre múltipla, fluida, inconclusa. Street (1993) argumenta que o foco dos questionamentos sobre cultura deveria recair não em sua definição, mas naquilo que a cultura faz, vez que as próprias definições (de palavras, ideias, grupos etc.) são, em grande medida, fruto do papel da cultura. “A cultura é um processo ativo de produção de sentidos e disputa acerca de definição, incluindo a sua própria definição. Isso, então, é o que quero dizer ao argumentar que Cultura é um verbo<sup>4</sup>” (Street, 1993, p. 25).

A nosso ver, os materiais didáticos de línguas estrangeiras podem ensinar espaços que promovam a exotopia, a possibilidade de percepção de si e do outro, sem pretensão de acabamento ou fechamento dos sentidos, dos sujeitos, enfim, das diferenças. É em relações de alteridade que nos dizemos e nos significamos no mundo, que nos identificamos com práticas sociais, com formas de ser/estar em comunidade, com modos de nos engajar discursivamente. É nessas relações que tecemos nossas identidades.

<sup>3</sup> Importante salientar que há divergências teóricas quanto à compreensão do “Outro” nos estudos bakhtinianos, pecheutianos e na visão de Kramersch. Tomamos aqui a noção de “Outro” para nos referirmos ao que é da ordem do inconsciente e constitui os sujeitos para além de um saber lógico. Para uma discussão mais aprofundada sobre tal noção, sugerimos a leitura de Teixeira (1994) e Ribeiro e Sobral (2021).

<sup>4</sup> Nossa tradução do original: “culture is an active process of meaning making and contest over definition, including its own definition. This, then, is what I mean by arguing Culture is a verb” (Street, 1993, p. 25).

Quanto ao conceito de identidade, por sua vez, Hall (2002) afirma que esta, na modernidade tardia, torna-se cada vez mais descentrada, deslocada e fragmentada, o que seria fruto de uma mudança estrutural nas sociedades modernas do século XX. Esse movimento tem mudado a ideia que temos de nós mesmos enquanto sujeitos integrados, e pode acarretar o que ele chama de “crise de identidade”. Sendo assim, uma identidade totalmente unificada, completa, segura e coerente é inexistente na realidade que vivemos: “ao invés disso, à medida em que [sic] os sistemas de significação e representação cultural se multiplicam, somos confrontados por uma multiplicidade desconcertante e cambiante de identidades possíveis” (Hall, 2002, p. 13). É importante trazer à tona as concepções de cultura e identidade por compreendermos que elas se complementam e que uma está imbricada na outra.

De um ponto de vista discursivo, entendemos que a identidade é um movimento na história, resultante de posições discursivas que se constituem na relação do sujeito (cindido e fragmentado) com a ideologia, a memória e a língua. Para Orlandi (1998, p. 205), “ao significar, nos significamos. Sujeito e sentido se configuram ao mesmo tempo e é nisto que consistem os processos de identificação”. Não há, pois, uma identidade brasileira ou da cultura do Brasil, mas modos de ser/estar/compreender (n)o mundo que se inscrevem em redes de sentidos e produzem efeitos (imaginários) de unidade.

Assim, tendo por base tais considerações, discutimos, na próxima seção, algumas representações de *Brasil e brasileiro* em um livro didático de PLE.

### 3 REPRESENTAÇÕES DISCURSIVAS SOBRE O BRASIL E OS BRASILEIROS

O livro “*Portuguese for Dummies*” (Keller, 2013) faz parte da série chamada “Dummies”, que tem livros publicados em vários países e em diferentes temáticas (tais como: idiomas, informática, culinária, religião, dentre outras). Ele se propõe a ensinar aspectos básicos da língua de forma descontraída e informal, tendo como público-alvo leitores iniciantes. Além da introdução e índice, ele é dividido em cinco capítulos: *Getting Started*, *Portuguese in Action*, *Portuguese on the Go*, *The Parts of Tens* e *Appendixes*.

Ressaltamos que o livro nos interessa aqui como documento sócio-histórico que funciona produzindo sentidos e apontando para aquilo que é da ordem do dizível (e visível) e que, portanto, não se origina numa suposta intenção do sujeito-autor, ainda que este se implique em seu dizer. Trata-se de compreender que algo fala antes do sujeito, já-ditos e “esquecidos” que retornam à enunciação promovendo possibilidades de sentidos outros. O sujeito é, pois, falado por uma memória discursiva, que não pode ser concebida

como uma esfera plana, cujas bordas seriam transcendentais históricos e cujo conteúdo seria um sentido homogêneo, acumulado ao modo de um reservatório: é necessariamente um espaço móvel de divisões, de disjunções, de deslocamentos e de retomadas, de conflitos de regularização... Um espaço de desdobramentos, réplicas, polêmicas e contra-discursos. (Pêcheux, 1983/1999, p. 56).

Desse modo, para identificar algumas representações sobre o Brasil e os brasileiros, selecionamos sequências discursivas (SD) no livro apontando regularidades enunciativas

acerca do tema em questão. Assim, pelo cotejamento entre o intradiscurso e o interdiscurso<sup>5</sup>, visamos delinear as memórias, já-ditos, que se inscrevem nas formulações linguísticas e na materialidade imagética, (des)velando imagens naturalizadas e que corroboram preconceitos.

Circunscrevemos a noção de representação a partir do conceito de formações imaginárias, conforme postulado por Pêcheux (1993), a saber: como o jogo de projeções que os sujeitos mobilizam acerca de si, do(s) outro(s), acerca do que falam e a que se referem, e que acena para os movimentos de identificação colocados em funcionamento nos processos discursivos. Assim, ao enunciar sobre o Brasil e os brasileiros, a instância enunciativa mobiliza “já-ditos” – interdiscurso – que apontam para sentidos sócio-historicamente constituídos sobre a brasilidade, os quais podem deslizar e se deslocar de forma a reconfigurar a rede discursiva, marcando o jogo de unidade e dispersão que caracteriza a tomada da palavra.

Concordamos com Grigoletto (2003, p. 225), para quem as representações sobre línguas estrangeiras e questões de identidade “podem ser estudadas como portas de entrada para a percepção das identificações dos sujeitos-alunos no contato com línguas estrangeiras”. Acreditamos, pois, que as representações podem incidir na relação dos sujeitos com as línguas que ensinam-aprendem, (des)legitimando modos de ser/estar/enunciar nas línguas-culturas outras.

Vejamos.

### 3.1 O BRASILEIRO É “GENTE BOA”

Nas partes I e II do livro, intituladas *Getting Started* e *Portuguese in Action*, respectivamente, temos as seguintes SDs sobre a personalidade do brasileiro:

SD01: I had randomly used one expression or the other until I finally got around to asking someone about the bom/bem dilemma. **Brazilians are such nice people, they never bothered correcting me.** (p. 41)<sup>6</sup>

SD02: The President of Brazil (as of 2005) himself has a **very strange name**. It's Luiz Inácio Lula da Silva (loo-eez ee-nah-see-oh loo-lah dah see-oooh-vah). He has two first names, but **the third name, Lula, is an apelido** (ah-peh-lee-doh; nickname) for Luiz. It's like saying John Scott Johnny Smith. It's **not common** for a nickname to be part of a full name like this. But then again, **Brazilians are very down-to-earth, and anything goes!** (p. 42)<sup>7</sup>

<sup>5</sup> Pêcheux (1975/1997) distingue o interdiscurso do intradiscurso. Este refere-se ao funcionamento do discurso com relação a si mesmo, isto é, o fio horizontal e linear do dizer (a relação entre o que eu digo agora, o que eu disse antes e o que eu direi depois). O primeiro, por sua vez, diz respeito à dimensão vertical do dizer, aquilo que fala sempre “antes, em outro lugar e independentemente”, isto é, a memória do dizer (Pêcheux, 1975/1997, p. 163).

<sup>6</sup> Tradução nossa: “Eu tinha usado uma ou outra expressão aleatoriamente até que finalmente consegui perguntar a alguém sobre o dilema do bom/bem. Os brasileiros são pessoas tão legais, eles nunca se preocuparam em me corrigir”.

<sup>7</sup> Tradução nossa: “O próprio Presidente do Brasil (a partir de 2005) tem um nome muito estranho. É Luiz Inácio Lula da Silva (loo-eez ee-nah-see-oh loo-lah dah see-oooh-vah). Ele tem dois primeiros nomes, mas o terceiro nome, Lula, é um apelido (ah-peh-lee-doh; apelido) para Luiz. É como dizer John Scott Johnny Smith. Não é comum que um apelido faça parte de um nome completo como este. Mas, novamente, os brasileiros são muito práticos e qualquer coisa vale!”



SD03: And if you make a mistake, don't sweat it. That's how you learn. And **Brazilians are nice. They won't laugh at you.** (p. 46).<sup>8</sup>

SD04: **The truth is, Brazilians are nice in all parts** of the country. But mineiros take the cake. They even have a reputation among Brazilians as being **particularly nice**. The common phrase is **Mineiros, gente boa** (mee-nay-dohz zhang-chee boh-ah; **people from Minas state are really nice, cool people**).<sup>9</sup> (p. 63).

SD05: And **Brazilians love to falar**, so you're in luck! **They're the perfect conversation partners.** (p. 53)<sup>10</sup>

SD06: The first question you're likely to be asked in Brazil is De onde você é? (jee ohng-jee voh-seh eh; Where are you from?). **Brazilians are very proud that people from all over the mundo (moon-doh; world) come to visit their country.** They're always curious to imagine how longe (lohn-zhee; far) you came. They may also ask De que país você é? (jee kee pah-eez voh-seh eh; Which country are you from?)<sup>11</sup>. (p. 61)

As sequências acima nos remetem, por meio de diferentes formulações linguísticas, à representação de brasileiro como povo hospitaleiro, agradável, gente boa (*nice*). É possível que essa seja uma visão pessoal da autora<sup>12</sup> sobre o brasileiro, baseada em sua experiência no Brasil, já que não há citação de fonte ou indicação de algum estudo sociológico, por exemplo, que viesse a respaldar tal percepção. Contudo, em uma perspectiva discursiva, entendemos que é um enunciado possível porque está inscrito historicamente e que remete a um imaginário que circula sobre o brasileiro, a de que somos um *povo amigável e acolhedor* – como pode ser verificado na reportagem da revista *Istoé*, intitulada “Um jeito brasileiro de ser” (Carvalho; Costa; Côrtes, 2005).

Na SD02, o brasileiro é colocado como prático e sensato por não ter o costume de chamar as pessoas pelo sobrenome (como ocorre nos Estados Unidos). Todavia, esse costume é visto também como *strange* e *not common*, como se o estranhamento e a diferença fossem inquestionáveis e não fruto da cultura e historicidade daquele que enuncia e que se coloca no lugar de quem teria uma certa medida a partir da qual pode avaliar e legitimar a brasilidade (e aquilo que nela seria estranho, por exemplo).

Afirmar que *anything goes* (qualquer coisa vale, ou vale tudo) corrobora a representação de brasileiro como “gente boa”, que não corrige e não ri do estrangeiro (SD01), reforçando uma característica de docilidade e subserviência. Possíveis

<sup>8</sup> Tradução nossa: “E se você cometer um erro, não se preocupe. É assim que você aprende. E os brasileiros são legais. Eles não vão rir de você.”

<sup>9</sup> Tradução nossa: “A verdade é que os brasileiros são legais em todas as partes do país. Mas mineiros levam a melhor. Eles até têm uma reputação entre os brasileiros como sendo particularmente bons. A frase comum é Mineiros, gente boa (pessoas do estado de Minas são pessoas legais).”

<sup>10</sup> Tradução nossa: “E os brasileiros adoram falar, então você está com sorte! Eles são os parceiros de conversa perfeitos.”

<sup>11</sup> Tradução nossa: “A primeira pergunta que provavelmente te perguntarão no Brasil é ‘De onde você é?’ (jee ohng-jee voh-seh eh; de onde você é?). Os brasileiros têm muito orgulho que pessoas de todas as partes do mundo (moon-doh; world) venham visitar seu país. Eles estão sempre curiosos para imaginar de quão longe (lohn-zhee; longe) você veio. Eles também podem perguntar ‘De que país você é?’ (jee kee pah-eez voh-seh eh; de qual país você é?).”

<sup>12</sup> As informações que temos sobre a autora são as que ela compartilha na apresentação do livro. Karen Keller se apresenta como nativa da Califórnia, nos Estados Unidos, e jornalista que morou no Brasil por três anos. Além de trabalhar como repórter, ela teve experiência como escritora de guia de turismo e como professora de espanhol em um site voltado para o ensino de línguas.

desdobramentos dessa representação é a preferência do leitor por se relacionar mais com mineiros – por serem mais gente boa (SD04) – do que brasileiros de outras regiões; e o estabelecimento de uma relação de domínio e autoridade sobre o brasileiro e as regras estabelecidas em nossa cultura – em que as preferências do estrangeiro se sobressaem.

O enunciado *The truth is* (A verdade é), em SD04, limita o brasileiro, mais especificamente o de Minas Gerais, a uma única característica, impossibilitando “brechas”, outras formas de ser enquanto brasileiro. Aqui, a autora dita uma certeza sobre a personalidade do brasileiro por meio desse recurso discursivo que dá a ela uma *voz da verdade*. Instaure-se, então, uma relação de poder, especialmente por ser uma autora americana falando sobre o Brasil, e pelo fato de este ser um país perpassado por relações de colonialidade.

As SD05 e SD06, por sua vez, produzem sentidos de acolhimento e docilidade, ao apontar os brasileiros como um povo sempre aberto a conhecer, a conversar com os estrangeiros, enfim a receber o outro. A SD06 reforça esses sentidos ao afirmar que os brasileiros têm muito orgulho (*very proud*) de receber visitantes de diferentes lugares do mundo. Esse suposto orgulho sugere sentidos de encantamento, colocando o brasileiro em posição de subserviência a esse ‘outro distante’. Há ainda de se ressaltar os efeitos de totalização produzidos por construções sintáticas como *Brazilians are*, pelo uso do advérbio *always* e do adjetivo *perfect*, que funcionam de forma a saturar outros dizeres e posicionar a autora como quem sabe (e pode) enunciar sobre “a” identidade brasileira.

### 3.2 BRASIL: O PAÍS DAS PRAIAS, FUTEBOL E FIO DENTAL

É notório que há uma frequente associação do Brasil às suas praias. Na Parte II do livro, há um capítulo destinado a ensinar a como se portar nesses locais (*Chapter 7: At the beach*). A necessidade de criação dessa seção já sugere que esse é um dos atrativos principais do Brasil, o que remete à representação do *Brasil como lugar de praias paradisíacas* – cabe, inclusive, questionar se um livro didático de outra língua estrangeira trata sobre praias da mesma forma que um livro de PLE o faz. Nessa unidade há alguns trechos que despertaram nossa atenção, como a SD07:

SD07: **Futebol** (foo-chee-bah-oooh; soccer) is an activity that you may see **more often on Brazil’s nordeste** (noh-dehs-chee; northeast) **beaches** than in beaches in Rio or São Paulo state. **The farther south you go, the richer Brazil gets**. The richer you are, the more money you have to build soccer fields. **And Brazilians value soccer fields a lot.**<sup>13</sup>(p. 122).

A conhecida representação de que *o Brasil é o país do futebol* aparece, na SD07, atrelada a uma questão econômica. A constatação de que o futebol de praia é uma atividade mais comum nas praias do Nordeste do que nas de São Paulo ou Rio é

<sup>13</sup> Tradução nossa: “Futebol é uma atividade que você pode ver com mais frequência nas praias do nordeste brasileiro do que nas praias do Rio ou estado de São Paulo. Quanto mais ao sul você for, mais rico o Brasil fica. Quanto mais rico você for, mais dinheiro terá para construir campos de futebol. E os brasileiros valorizam muito os campos de futebol.”

sustentada pela afirmação de que o Sul é mais rico e de que é preciso ter dinheiro para construir campos de futebol, daí a provável razão da popularidade do futebol nas praias (e não nos campos) do Nordeste. Além de equivocada a representação, esses enunciados acirram uma visão dicotômica entre as regiões Norte (pobre) e Sul (rica), fortalecendo preconceitos e reforçando o estereótipo de que os brasileiros valorizam o esporte de forma excessiva. Além disso, é possível que essa representação cause um estranhamento no estrangeiro ao conhecer um brasileiro que não goste de futebol, e que ele considere as cidades do Sul como regiões de mais prestígio do que as do Norte.

No mesmo capítulo, temos a seção *Beachwear: A Topic Brazilians Take Very Seriously*. Ao falar sobre o uso da vestimenta chamada fio dental, o livro afirma que:

SD08: It's a **myth** that all Brazilian mulheres (moo-yeh-deez; women) **wear itsy bitsy teeny weeny thong bikini bottoms**. In Portuguese, thong bikini bottoms are called fio dental (fee-oh dang-tah-oo; dental floss) — **Brazilians always have a sense of humor**.<sup>14</sup> (p. 114)

Se, por um lado, a SD08 problematiza o imaginário de que todas as brasileiras usam biquíni fio dental; por outro, a afirmação de que isso seja um ‘mito’ aponta para um sentido cristalizado que não cessa de se inscrever na discursividade sobre a cultura brasileira (a de que as mulheres são sexualmente provocantes, por exemplo). Aliás, é interessante notar o excesso de adjetivos usados para se referir a esse modelo de biquíni (que seria *itsy bitsy teeny weeny thong*), produzindo efeitos de surpresa e admiração por parte da instância enunciativa. Ou seja, a ênfase utilizada para se referir ao biquíni fio dental acaba por ensejar sentidos de estranhamento e inadequação sobre modos de se vestir das brasileiras.



**Figura 1 – Cartum que antecede a parte I do livro**

Fonte: Keller (2013, p. 7).

<sup>14</sup> Tradução nossa: “É um mito que todas as mulheres brasileiras usem seus minúsculos biquínis. Em português, os biquínis de tanga são chamados fio dental – os brasileiros sempre têm senso de humor.”

Ademais, sustentando essa representação, temos a imagem da figura 1, que pode ser encontrada no livro. Nessa imagem, há um trocadilho com a palavra *Diphthong* (ditongo, em inglês) e *thong* (tanga, em inglês). O professor escreve *Diphthong* no quadro, e a aluna o questiona, em tom de desaprovação, por entender que eles teriam uma aula sobre o vestuário utilizado pelos brasileiros na praia, e não sobre a língua portuguesa. É, portanto, sugerido que a única vestimenta utilizada pelo brasileiro para ir à praia são as tangas. A escrita no quadro da palavra *DIPH THONGS* mostra um pequeno espaço entre *diph* e *thongs*, o que nos sugere que ‘diph’, ainda que não seja uma palavra, possa se referir à sonoridade de ‘deep’. Assim, *DIPH THONGS* diria respeito tanto aos ditongos quanto às ‘tangas profundas’, reiterando o tamanho minúsculo dos biquínis das brasileiras. Desse modo, apesar de relativizar o uso do biquíni fio dental, a representação de brasileiro (ou mais especificamente de brasileiras) como povo que gosta de roupas provocantes parece se constituir como uma memória discursiva que emerge ainda que se tente controlar os sentidos.

### 3.3 O BRASILEIRO É ENGRAÇADO

Outra representação recorrente, no material, é a de que o *brasileiro é engraçado*, que funciona dialogicamente com a representação de que somos *nice* (SD01, SD03, SD04), reiterando sentidos de docilidade. A SD08, analisada na seção anterior, ressalta que *os brasileiros sempre têm senso de humor*, provavelmente como referência ao nome do biquíni fio-dental (daí o fato de ambas as considerações aparecerem juntas). Observamos o uso do advérbio de frequência ‘*always*’ (sempre) nessa sequência, de forma a produzir efeito de totalização sobre os brasileiros, o que é repetido na SD09, ao tratar da comida do Brasil:

SD09: X-salada (sheez sah-lah-dah): This is a cheeseburger with lettuce and tomato (Literally: cheese with salad). The letter x is pronounced sheez in Portuguese, which sounds like the English word cheese, so they just write the letter x. Brazilians **always have a sense of humor**.<sup>15</sup> (p. 85)

Aqui, mais uma vez, utiliza-se o advérbio ‘sempre’. Nesses dois casos (o uso da palavra ‘fio-dental’ para vestimenta e ‘X-salada’ para nomear o sanduíche), o senso de humor brasileiro está mais vinculado, na verdade, à criatividade, e não necessariamente à capacidade de tornar uma situação engraçada ou de fazer piada. Sendo assim, essa afirmativa se dá a partir de situações em que a autora, enquanto estrangeira, vê graça, mas não necessariamente do fato de que os brasileiros tentam transformar tudo em humor.

Na SD10, por sua vez, parece retomar o enunciado de que *anything goes* para os brasileiros (SD02), ao fazer comentários sobre a forma de os brasileiros se posicionarem diante de aspectos cotidianos:

<sup>15</sup> Tradução nossa: “X-salada (sheez sah-lah-dah): Este é um cheeseburger com alface e tomate (literalmente: queijo com salada). A letra x é pronunciada sheez em português, que soa como a palavra inglesa ‘cheese’, então eles apenas escrevem a letra x. Os brasileiros sempre têm senso de humor.”

SD10: **Brazilians love to exaggerar** (eh-zah-zheh-dah; exaggerate). Something that's nice but not really caro (kah-doh; expensive) is suddenly chiquíssimo (sheekeh- hee-moh; really glamorous). **This exaggeration is all about Brazilians' great quality of making the most of a vida** (ah vee-dah; life). Whatever's in front of them is o melhor. (p. 106)

A afirmação de que os brasileiros amam exagerar, usando superlativos para se expressarem, parece reforçar sentidos para uma identidade brincalhona (o que, na materialidade linguística da SD em questão é corroborada pelo uso de termos em português). Tratar-se-ia de um povo que não leva nada muito a sério, haja vista estarem mais preocupados em *making the most of a vida*. Novamente, coloca-se aqui o brasileiro em um lugar de inferioridade em relação ao outro (estrangeiro, sério, centrado): ainda que se ressalte que o exagero seja uma *great quality*, tais dizeres, para além da superfície linguística, significam em sua relação com a história, com as memórias que evocam, com o saber discursivo produzido nas práticas languageiras, enfim, com toda uma rede de sentidos que se atualiza a partir das condições de produção dos enunciados. Concordamos com Silva (2004) ao afirmar que

Na disputa pela identidade, está envolvida uma disputa mais ampla por outros recursos simbólicos e materiais da sociedade. A afirmação da identidade e a enunciação da diferença traduzem o desejo dos diferentes grupos sociais, assimetricamente situados, de garantir o acesso privilegiado aos bens sociais. A identidade e a diferença estão, pois, em estreita conexão com as relações de poder. O poder de definir a identidade e de marcar a diferença não pode ser separado das relações mais amplas de poder. A identidade e a diferença não são, nunca, inocentes (Silva, 2000, p. 81).

Desse modo, “ser engraçado”, “ser exagerado”, “não levar nada muito a sério” são enunciados que significam à luz de uma sociedade globalizada, capitalista, cuja demanda por produtividade se apresenta como condição de reconhecimento dos sujeitos, não podendo, pois, serem tais atributos considerados como positivos. Antes, eles funcionam dialogicamente com sentidos que remetem à seriedade, sensatez e determinação no que se refere à identidade de certas nacionalidades.

### 3.4 BRASIL, UM PAÍS EXÓTICO

Ainda na seção que trata sobre as praias, ao comentar a popularidade da marca Havaianas, sugere-se que *o Brasil é um país exótico* (SD11). Essa representação corrobora a imagem de *Brasil como lugar com praias paradisíacas*:

SD11: Brazil's most popular flip-flop company, Havaianas (ah-vah-ee-ah-nahz), has become hugely successful worldwide. You can see thousands of pairs of the famous brand on Brazilian beaches, as well as on the streets of New York and Paris. The name Havaianas means *Hawaiians*, **oddly enough**. That's because **to Brazilians, Hawaii is the most exotic beach location they can think of. Never mind that to Americans, Brazil itself is pretty exotic.**<sup>16</sup> (p. 115).

<sup>16</sup> Tradução nossa: “A mais popular empresa de chinelos do Brasil, a Havaianas, tornou-se um enorme sucesso em todo o mundo. Você pode ver milhares de pares da famosa marca nas praias brasileiras, bem como nas ruas de Nova York e Paris. O nome Havaianas significa havaiano, curiosamente. Isso porque, para os brasileiros, o Havaí é o local mais exótico em que podem pensar. Não importa que, para os americanos, o próprio Brasil seja bem exótico.”



Interessa destacar na sequência o estranhamento da autora diante da constatação de que o Havái seria – supostamente – o país mais exótico para os brasileiros (daí a razão do nome das chinelas). Sem qualquer discussão sobre o que viria a ser um ‘lugar exótico’ – ou consideração de que talvez fosse mais apropriado citar as regiões frias do hemisfério norte como exóticas, já que não é comum encontrar neve no Brasil da mesma forma que nesses países –, ela projeta a sua concepção e entendimento acerca dessa noção e a transfere como sendo a do brasileiro. Mais especificamente, a autora expressa estranheza sobre sua constatação com base no argumento de que os americanos consideram o Brasil *pretty exotic*, atribuindo a eles a autoridade para julgar o ‘grau de exotividade’ de um país.

Assim, falando em nome de sua nacionalidade, estabelece-se uma tensão, no fio discursivo, entre o eles (*they – Brazilians*) e o nós (autora – *Americans*) que aponta para o embate de sentidos acerca do Brasil. Novamente nos remetemos às palavras de Silva (2004, p. 82), para quem

dividir o mundo social entre “nós” e “eles” significa classificar. 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. A identidade e a diferença estão estreitamente relacionadas às formas pelas quais a sociedade produz e utiliza classificações. As classificações são sempre feitas a partir do ponto de vista da identidade. Isto é, as classes nas quais o mundo social é dividido não são simples agrupamentos simétricos. Dividir e classificar significa, neste caso, também hierarquizar. Deter o privilégio de classificar significa também deter o privilégio de atribuir diferentes valores aos grupos assim classificados.

Entendemos que, ao falar do Brasil, é também dos brasileiros que se fala, isto é, os sentidos atribuídos à nação entrelaçam-se àqueles referidos ao seu povo. O Brasil seria exótico, assim como os brasileiros que, por exemplo, dão o nome de Havaianas para uma marca de chinelo (*oddly enough*). No caso da SD analisada, é o outro que pode avaliar a “medida da estranheza” com que se nomeia a marca de um objeto. Estranho e exótico é, pois, tudo o que não reconheço como familiar, como ‘normal’ ou padrão, o que, por sua vez, instaura uma relação assimétrica de poder.

### 3.5 O BRASILEIRO É ROMÂNTICO

Na seção III, intitulada *Portuguese on the Go*, que se propõe a tratar situações comuns de viagens turísticas (reservar uma acomodação, visitar museus, pedir um táxi, entre outros), temos a SD12, em que o brasileiro é colocado como  *muito romântico*. Essa representação se dá ao comparar a língua com a cultura (como a língua é bonita e melódica, o brasileiro também o é):

SD12: Brazilian Portuguese is an **extremely romantic language — not only are the sounds beautiful and melodic, but Brazilians themselves are very românticos** (hoh-mahn-chee-kooz; romantic). And **you can’t separate the lingua (*linggwah*; language) from its cultura** (kool-too-dah; culture). The language está cheia de poesia (eh-stah shay-ah jee poh-eh-zee-ah; it’s full of poetry). (p. 279)<sup>17</sup>

<sup>17</sup> Tradução nossa: “O português brasileiro é uma língua extremamente romântica – não apenas os sons são belos e melódicos, mas os próprios brasileiros são muito românticos. E você não pode separar a língua de sua cultura. A linguagem está cheia de poesia.”

Ao afirmar que a língua não pode ser separada de sua cultura (*you can't separate the lingua from its cultura*), não se abre novamente espaço para que os brasileiros sejam outra coisa além de românticos: haveria uma força maior (a língua) que antecede e determina essa característica no povo brasileiro.

Apaga-se, entretanto, para a instância enunciadora, que o sentido de evidência do suposto caráter romântico da língua e dos brasileiros, reforçado nos advérbios de intensidade (*extremely* e *very*), é efeito de uma interpelação ideológica, isto é, da inscrição em uma rede de sentidos que mobilizam identidades estanques e apriorísticas sobre a brasilidade.

A representação de brasileiro como romântico (SD12) vem ao encontro da SD13, na qual se afirma que os brasileiros pensam muito em romance, por acompanharem novelas, que trazem, em sua esmagadora maioria, estórias de paixão (80% delas):

SD13: In Brazil, **most people are up-to-date on the television novelas** (noh-veh-lahz; soap operas). And with **80 percent of Brazilian novelas dealing with a paixão** (ah pah-ee-shah-ooh; passion), **that means most Brazilians think about romance a lot**. The stories are **alegres** (ah-leh-gdeez; happy) and **tristes** (tdeez-cheez; sad), of course, and a **touch of tragédia** (tdah-zheh-jee-ah; tragedy) never hurts. In contrast, **cop shows, talk shows, and sitcoms** seem to top the ratings **in the U.S.** (p. 279)<sup>18</sup>

A escolha lexical de *that means* (isso significa) ganha um tom explicativo e conclusivo ao apresentar uma justificativa para o “fato” de os brasileiros pensarem muito em romance. Assim, não se permite contestação, já que se tem um fato, um dado, que é apresentado anteriormente: *with 80 percent of Brazilian novelas dealing with a paixão* (80% das novelas lidando com paixão). Ou seja, o dado apresentado anteriormente, com um tom quase científico, valida a conclusão da autora de que os brasileiros pensam em romance constantemente, em contraposição aos americanos, que, segundo ela, preferem shows policiais, *talk shows* e séries. Dessa forma, na relação com o outro (os americanos), atribui-se sentidos para a identidade brasileira que remetem a uma emotividade (quase) excessiva, em contraposição a uma mais pautada na lógica e na racionalidade.

#### 4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em nosso gesto de interpretação, a fim de investigar sentidos de ‘Brasil’ e do que é ‘brasileiro’ no livro *Portuguese for Dummies*, verificamos que ressoam representações que colocam o Brasil como o país do futebol, exótico e de praias paradisíacas no material. Quanto ao brasileiro, ele é representado como gente boa, com forte senso de humor, e muito romântico. Nossas observações vão ao encontro dos trabalhos de Moura (2010), que verificou que, mesmo dando importância para aspectos culturais brasileiros, o conteúdo de vários livros apresenta distorções sobre a realidade; e o de López e Resende (2013), quando observaram que a representação de ‘brasileiro’ geralmente está associada a poucas identidades sociais de algumas regiões brasileiras específicas.

<sup>18</sup> Tradução nossa: “No Brasil, a maioria das pessoas está atualizada nas novelas da televisão. E com 80% das novelas brasileiras lidando com uma paixão, isso significa que a maioria dos brasileiros pensa muito em romance. As histórias são alegres e tristes, é claro, e um toque de tragédia nunca machuca. Em contraste, os programas policiais, programas de entrevistas e seriados parecem liderar as classificações nos EUA.”

Observa-se que esses dizeres são colocados, no material didático, como verdades imutáveis e inquestionáveis aplicadas a todos os brasileiros. Eles não problematizam o que frequentemente circula na mídia sobre o Brasil e sobre o que significa ser brasileiro; pelo contrário, reforçam esse imaginário. Tais representações parecem se sustentar em uma interdiscursividade colonial, que atribui ao Brasil e ao brasileiro sentidos de docilidade, sexualização, hospitalidade, pacificidade. Enfim, tratar-se-ia de um país e de um povo sempre aberto ao outro (especialmente o estrangeiro), sempre de bem com a vida, não muito dado ao que é sério. Essa interdiscursividade remete, pois, a dizeres que apontam para sentidos de inferiorização na relação entre diferentes culturas e nações, reforçando modelos hierárquicos de poder/saber/ser. É relevante ainda considerar que essas representações sobre o Brasil e o brasileiro foram veiculadas por um estrangeiro. Assim, elas emergem do imaginário e de vozes constituídas do sujeito, ambos possivelmente responsivos (Bakhtin, 2016) às relações de poder e de colonialidade instauradas historicamente entre o Brasil e outros países.

Se aceitamos a perspectiva de que cultura e identidade não são fechadas em si, estagnadas ou estáticas (Hall, 2002; Santos, 1996), percebemos que essas representações não permitem que o leitor compreenda a dinamicidade da identidade do brasileiro e da cultura brasileira, e tampouco dão abertura para outras formas de ser brasileiro e de caracterizar o Brasil. Os sentidos produzidos nas sequências analisadas acenam, portanto, para efeitos de totalização e homogeneidade que obliteram as diferenças e as singularidades das línguas-culturas, corroborando visões estereotipadas que, por sua vez, engendram preconceitos.

Possíveis desdobramentos, baseados em nosso recorte e nas representações discutidas, incluem uma preferência por regiões específicas em detrimento de outros lugares do Brasil, a partir de enunciados que valorizam determinados lugares e desprestigiam outros. É possível, também, que haja um conflito ou estranhamento por parte do estrangeiro ao conhecer um brasileiro que não goste de futebol e que não seja acolhedor ou romântico, por exemplo.

Por fim, este trabalho pode proporcionar a reflexão sobre como as representações sobre o Brasil e o brasileiro são construídas e os possíveis efeitos e desdobramentos no ensino de português para estrangeiros, especialmente no que concerne à produção e uso de materiais didáticos. Ademais, aponta-se para a necessidade de se pensar em propostas decoloniais no ensino de línguas que abram espaço para o múltiplo, o singular e o heterogêneo.

## REFERÊNCIAS

- ALMEIDA FILHO, J. C. P. Índices nacionais de desenvolvimento do ensino de português língua estrangeira. In: ALMEIDA FILHO, J. C. P.; CUNHA, Maria. J. C. (Org.). *Projetos iniciais em português para falantes de outras línguas*. Campinas: Pontes, 2007.
- AUTHIER-REVUZ, J. Entre a transparência e a opacidade: um estudo enunciativo do sentido. Revisão Técnica de Tradução de Leci B. Barbisan e Valdir N. Flores. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2004. p. 11-80.
- BAKHTIN, M. *Gêneros do discurso*. São Paulo: Ed. 34, 2016.
- BAKHTIN, M. *Estética da criação verbal*. 3. ed. Tradução: Maria Ermantina Galvão G. Pereira. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

- BRITO, C. C. P.; GUILHERME, M. F. F. Linguística aplicada e análise do discurso: possíveis entrelaçamentos para a constituição de uma epistemologia. *Cadernos Discursivos*, v. 1, n. 1, p. 17-40, 2013.
- CARVALHO, A.; COSTA, F.; CÔRTEZ, C. Um jeito brasileiro de ser. *Revista Istoé* (online), São Paulo, n. 1840, 19 de janeiro de 2005. Disponível em: [https://istoe.com.br/23\\_UM+JEITO+BRASILEIRO+DE+SER/](https://istoe.com.br/23_UM+JEITO+BRASILEIRO+DE+SER/). Acesso em: 4 set. 2020.
- CORACINI, M. J. Funcionamentos discursivos de livros didáticos e materiais didáticos: entrevista com Maria José Coracini. Dossiê Funcionamentos discursivos de livros didáticos e de materiais didáticos: possibilidades de análise e de trabalho. *Cadernos Discursivos*, v. 1, n. 1, p. 166-177, 2021. Disponível em: [https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/595/o/Entrevista\\_Coracini\\_2021.pdf](https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/595/o/Entrevista_Coracini_2021.pdf). Acesso em: 18 set. 2023.
- CUNHA, M. J. C. O Português para falantes de outras línguas: redefinindo tipos e conceitos. In: ALMEIDA FILHO, J. C. P.; CUNHA, M. J. C (Org.). *Projetos iniciais em português para falantes de outras línguas*. Campinas: Pontes, 2007.
- GRIGOLETTO, M. Representação, identidade e aprendizagem de língua estrangeira. In: CORACINI, M. J. (Org.). *Identidade & Discurso: (des)construindo subjetividades*. Campinas: Ed. da Unicamp; Chapecó: Argos Ed. Universitária, 2003. p. 223-235.
- GUILHERME, M. F. F. Bakhtin e Pêcheux: atravessamentos teóricos. In: PAULA, L. de; STAFUZZA, G. (Org.). *Série Bakhtin Inclassificável*. V. 3 - Círculo de Bakhtin: pensamento interacional. Campinas: Mercado de Letras, 2013. p. 259-279.
- HALL, S. *A identidade cultural na pós-modernidade*. 7. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2002.
- KELLER, K. *Portuguese For Dummies*. Indianapolis: Wiley Publishing, 2013.
- KRAMSCH, C. Cultura no ensino de língua estrangeira. *Bakhtiniana*, v. 12, n. 3, p. 134-152, 2017. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/bak/a/8B3QB3FB5Nv7KFZRmrXrS5H/> Acesso em: 18 set. 2023.
- LÓPEZ, A. P. A.; RESENDE, L. A. S. A representação das identidades sociais dos brasileiros em livros de português para estrangeiros. In: CONGRESSO DE PRODUÇÃO CIENTÍFICA, 11., 2013. *Anais...* Divinópolis: UFSJ, np, 2013. Disponível em: <https://bit.ly/3PLHiel>. Acesso em: 18 set. 2023.
- MENDES, E. *Abordagem comunicativa intercultural: uma abordagem para ensinar e aprender línguas no diálogo de culturas*. 2004. 432f. Tese (Doutorado em Linguística Aplicada) – Instituto de Estudos da Linguagem, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2004.
- MOITA LOPES, L. P. da. Linguística Aplicada e vida contemporânea: problematização dos construtos que têm orientado a pesquisa. In: MOITA LOPES, L. P. da (Org.). *Por uma linguística aplicada INdisciplinar*. São Paulo: Parábola Editorial, 2006. p. 85-107.
- MOURA, R. P. de. O lugar da cultura em livros didáticos de português como segunda língua. In: SANTOS, P.; ALVAREZ, M. L. O. (Org.). *Língua e cultura no contexto de Português Língua Estrangeira*. Campinas: Pontes, 2010.
- ORLANDI, E. P. Identidade linguística escolar. In: SIGNORINI, I. (Org.). *Língua(gem) e identidade: elementos para uma discussão no campo aplicado*. Campinas: Mercado de Letras; São Paulo: Fapesp, 1998. p. 203-212.
- PÊCHEUX, M. Análise automática do discurso. Tradução de Eni Orlandi. In: GADET, F.; HAK, T. (Org.). *Por uma análise automática do discurso: uma introdução à obra de Michel Pêcheux*. 2. ed. Campinas: Unicamp, 1993.
- PÊCHEUX, M. (1983). Papel da memória. In: ACHARD, Pierre et al. *Papel da memória*. Campinas: Pontes, 1999. p. 49-57.
- PÊCHEUX, M. (1975). *Semântica e discurso: uma crítica à afirmação do óbvio*. 3. ed. Trad. Eni Pucinielli Orlandi [et al.]. Campinas, SP: Editora da UNICAMP, 1997.
- PEDROZO, J. A. *Representação do povo brasileiro em livros de português como segunda língua*. 2014. 182f. Dissertação (Mestrado em Linguística) – Universidade de Brasília, Brasília, 2014. Disponível em: <http://repositorio.unb.br/handle/10482/16094>. Acesso em: 21 abr. 2018.
- PENNYCOOK, A. Uma Linguística Aplicada Transgressiva. In: MOITA LOPES, L. P. da (Org.). *Por uma linguística aplicada INdisciplinar*. São Paulo: Parábola Editorial, 2006. p.67-84.
- RAMOS, A. G.; MARCHESAN, M. T. N. O ensino de PLE para fins específicos e a produção de livros didáticos. *Horizontes da Linguística Aplicada*, v. 12, n. 2, p. 15-35, 2013.
- RIBEIRO, P. B.; SOBRAL, A. **Eu, o outro (Outro) e o vazio na constituição da representação identitária**. *DELTA*, v. 37, n. 1, p. 1-15, 2021. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/delta/a/bmLXSKqkHKNx9dhBYHxGvrf/?lang=pt> Acesso em 5 set. 2023.
- NASCIMENTO, Mariana Ruiz; BRITO, Cristiane Carvalho de Paula. Sentidos de Brasil e brasileiro em material didático de português como língua estrangeira. **Linguagem em (Dis)curso**, Tubarão, SC, v. 23, p. 1-18, 2023. e-1982-4017-23-18.

SANTOS, J. L. dos. *O que é cultura*. São Paulo: Ed. Brasiliense, 1996.

SILVA, T. T. da. A produção social da identidade e da diferença. 3. ed. In: SILVA, T. T. da; HALL, S.; WOODWARD, K. (Org.). *Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2004.

STREET, B. V. Culture is a Verb: Anthropological aspects of language and cultural process. *Language and Culture*. British Association for Applied Linguistics in association with Multilingual Matters Ltd. 1993. p. 23-43. Disponível em:

<https://books.google.com.br/books?id=U2NTxpfrapC&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>.

Acesso em: 5 jun. 2020.

SZUNDY, P. T. C.; FABRÍCIO, B. F. Linguística Aplicada e Indisciplinaridade no Brasil: promovendo diálogos, dissipando brumas e projetando desafios. In: SZUNDY, P. T. C.; TÍLIO, R.; MELO, G. C. V. de (Org.). *Inovações e desafios epistemológicos em linguística aplicada: perspectivas sul-americanas*. Campinas: Pontes Editores, 2019. p. 63-89.

TEIXEIRA, M. O “sujeito” é o “outro”? Uma reflexão sobre o apelo de Pêcheux à psicanálise. *Letras de Hoje*, v. 32, n. 1, p. 61-88, 1997.



Este texto está licenciado com uma Licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional.