

PELO OLHAR DO OUTRO: CONSTRUÇÃO DO IMAGINÁRIO SOBRE A IDENTIDADE DO BRASILEIRO

Márcio Adriano Chocorosqui¹

RESUMO

O discurso das descobertas, referente à colonização do Brasil, está em textos de viajantes e missionários. Considerando as relações de poder e desejo, esse discurso constrói um imaginário sobre o Brasil e seus habitantes, no caso, os índios. Verifica-se que a invenção da brasilidade se dá ao longo dos tempos, por esse olhar do outro, e produz seus ecos e ressonâncias na contemporaneidade. Propõe-se uma abordagem sobre efeitos de sentido do discurso das descobertas em sua origem, a partir dos relatos de viajantes e missionários, e sobre como esse discurso mesmo se institui, formatando um estereótipo referente à identidade do brasileiro. Assim, são tomados três objetos de análise: estampas em camisetas elaboradas pela multinacional Adidas por ocasião da Copa do Mundo de 2014; anúncio de festa com temática brasileira em Londres, na forma de pôster; manifestações de junho de 2013 ocorridas no Brasil, via reportagem intitulada *How angry is Brazil? Pelé now has feet of clay*, publicada no *The New York Times*.

Palavras-chave: Discurso. Invenção. Brasilidade. Imaginário. Literatura.

ABSTRACT

The discoveries speech, regarding the colonization in Brazil, is in texts of travelers and missionaries. Considering the relations of power and desire, this speech builds an imaginary about Brazil and its population, in this case, the indians. It's possible to verify that the invention of Brazilian identity takes part over the time, by the sight of the other, and it produces its echoes and resonances in contemporaneity. It is proposed an approach upon meaning effects of the discoveries speech origin, from travelers and missionaries reports, and about how this speech establishes itself, formatting a stereotype regarding the Brazilian identity. Thus, it's been taken three objects of analysis: T-shirt prints elaborated by the multinational company Adidas, by occasion of the World Cup in 2014; party ad with Brazilian themes in London under the poster format; manifestations in June/2013 in Brazil, by the story titled *How angry is Brazil? Pelé now has feet of clay* published in *The New York Times*.

Keywords: Speech. Invention. Brazilian identity. Imaginary. Literature.

Introdução

Por meio do olhar do outro, elaboram-se discursos que inventam componentes da personalidade do brasileiro. Sabe-se que a imagem construída sobre o Brasil tem suas

¹ Possui graduação em Letras-Vernáculo e especialização em Literatura Infantil pela Universidade Federal do Acre (Ufac); é servidor técnico-administrativo da Ufac no cargo de revisor de texto e aluno do mestrado em Letras: Linguagem e Identidade da Ufac (e-mail: chocorosqui@ufac.br).

origens no discurso das descobertas e da colonização, cujos sentidos circularam e circulam, atravessando discursos outros da contemporaneidade.

Conforme Orlandi, “[...] o discurso das descobertas é um discurso que domina a nossa existência como brasileiros, quer dizer, ele se estende ao longo de toda a nossa história, produzindo e absorvendo sentidos” (ORLANDI, 1990, p. 14). E, mais ainda, corroborando essa assertiva: “A história, nesse caso, não é uma questão de evolução no tempo, é uma questão de sentidos e da sua duração. E estes podem circular indefinidamente” (ORLANDI, 1990, p. 235).

Quando Orlandi (1990) fala do “discurso das descobertas”, ela se refere aos textos produzidos pelos missionários e viajantes europeus, não só portugueses. Analisando esse material pela perspectiva da análise de discurso, verifica-se que o outro se coloca como superior, definindo o brasileiro (o nativo, índio) como inferior, dotado daquilo que, pelo olhar do estrangeiro, é tido como negativo e prejudicial. Ao nativo destina-se uma descrição antônima à que o europeu atribuía a si mesmo. O índio é selvagem, bárbaro, incivilizado, antropófago, pagão, irracional, indolente etc.

Assim, pela lógica da divergência e do maniqueísmo, o europeu constrói seu discurso. Aquilo que, para os navegantes que aportavam no Novo Mundo soava como descoberta — como nota Orlandi, ao explicar a expressão “terra à vista!” (1990, p.13) — era, vendo o lado de quem estava em terra (o habitante original) uma invasão. Por essa visão, não existe o discurso da invasão, existe o discurso do invasor, o das “descobertas”, no qual o índio é silenciado e inventado pelo outro.

Esse discurso (pela escrita dos cronistas — viajantes e missionários), inaugurado em 1500 com a *Carta*, de Pero Vaz de Caminha, alimentou o imaginário europeu sobre o Brasil durante mais de 300 anos. No século 19, com o início de uma produção historiográfica brasileira, os textos do passado vieram a lume também para a elite intelectual nacional. Os sentidos, que antes circulavam exclusivamente no exterior, foram incorporados e passaram a circular internamente, consolidando a constituição da brasilidade pelo filtro do outro. Além disso, começavam as elaborações de teorias ditas científicas que continuavam a inferiorizar o brasileiro (BRASIL, 2014).

A ideia de eleger o que é de fora (sobretudo europeu e norte-americano) como melhor tem origem colonial. A expressão “complexo de vira-latas”, alcunhada por Nelson Rodrigues em crônica de 1958 e que ganhou novos sentidos ao longo do tempo,

representa bem essa pecha de inferioridade que ronda o brasileiro como um fantasma, relegando-o a uma situação de incapacidade e conformismo (O COMPLEXO, 2013).

A ver com isso, durante o período da Guerra Fria (de 1945 até o final dos anos 1980 e começo dos 90), os conceitos de Primeiro Mundo e Terceiro Mundo pertenciam à área da geopolítica e eram utilizados para dividir o planeta em blocos de países considerados desenvolvidos e subdesenvolvidos, sobretudo do ponto de vista econômico e tecnológico.

A Europa Ocidental e os Estados Unidos, entre outros, enquadravam-se no Primeiro Mundo, porque alcançavam altos índices de desenvolvimento. Já aqueles que cabiam no Terceiro Mundo eram subalternos, periféricos, atrasados e inferiores. Nesse sentido, a expressão “primeiro mundo” resistiu ao tempo e ainda é lembrada hoje como sinônimo de tudo que é de melhor qualidade, embora tenha caído em desuso no âmbito geopolítico.

Assim, dizer que algo é de “primeiro mundo” significa elevá-lo a altos padrões de qualidade e eficiência. No marketing político, há exemplos desse uso (de forma manipulada) no Brasil, bem pouco tempo atrás, em determinados estados. Num desses casos, a propaganda política do Estado do Acre ressaltava ser sua saúde pública de “primeiro mundo”. Ou seja, caracterizava-a como sendo de excelência.

Procedendo a uma análise de discurso dessa situação, verifica-se o endosso da inferiorização por parte do proponente da “saúde de primeiro mundo”. Pela interpretação da ausência, chega-se à ideia de que se apenas a saúde é de “primeiro mundo”, as demais áreas públicas que integram a instituição Estado, como educação, segurança, transporte, habitação, abastecimento, pavimentação, saneamento e cultura, definem-se pela inferioridade e estão relegadas à desqualificação e ao descrédito. Portanto, ao dizer-se *sendo* em parte, o Estado *não é* em conjunto, pela falta de integração de seus setores, e ratifica-se como inferior.

Esse estigma da inferioridade é recorrente quando o discurso do outro define o brasileiro e quando o próprio brasileiro (ou suas instituições) apropria-se do discurso do outro para se definir. Os textos do passado perpassam discursos que se reproduzem, com o aval do brasileiro, em elaborações as mais comezinhas que são absorvidas pelo inconsciente coletivo e inventam a brasilidade interna e externamente. Para verificar esse funcionamento, propõe-se a análise de três objetos produzidos por estrangeiros sobre o Brasil: um é constituído por estampas em camisetas elaboradas pela Adidas por

ocasião da Copa do Mundo de 2014; outro é um anúncio no suporte pôster de festa tematizando o Brasil na boate londrina Pacha; e o terceiro se baseia nas manifestações ocorridas no país em junho de 2013, tomando como exemplo a reportagem *How angry is Brazil? Pelé now has feet of clay*, publicada no periódico *The New York Times*.

1. Brasilidade no discurso das descobertas

Orlandi (1990) trata do discurso da descoberta, da posse e da conquista, constatando que o brasileiro é produzido como um “sujeito-cultural”, e não “sujeito-histórico”. É folclorizado a pretexto de um suposto discurso científico. Os relatos dos capuchinhos e viajantes franceses no Brasil dos séculos 16, 17 e 18, analisados por essa estudiosa da análise de discurso, pertencem ao discurso etnológico e elaboram um imaginário sobre o então Novo Mundo, constituindo um discurso colonial que apaga o histórico e elege o cultural para a produção de efeitos de sentido.

O brasileiro é tido como ser cultural inusitado e a-histórico. Trata-se de uma abordagem exclusivamente centrada em peculiaridades culturais. Assim, Orlandi (1990) visa à desconstrução dessa abordagem ou imagística, sem o engano de que restituirá a “verdadeira” história brasileira. E, ainda mais:

Não pretendemos tampouco definir o brasileiro. O que visamos é observar como o discurso que define o brasileiro constitui processos de significação, produzindo o imaginário pelo qual se rege a nossa sociedade. Ou, dito de outra forma, procuramos compreender os processos discursivos que vão provendo o brasileiro de uma definição que, por sua vez, é parte do funcionamento imaginário da sociedade brasileira. (ORLANDI, 1990, p.16)

Cumpramos ressaltar que — traduzindo Pêcheux (*apud* ORLANDI, 1990, p. 15) — a análise de discurso não pretende expressar o significado dos textos, mas mostrar ao leitor os procedimentos ou estratégias de que se lança mão na exposição de um assunto no texto. As práticas de linguagem (textos) elaboram um discurso de avaliação moral em que incide sobre o brasileiro um juízo de valor fundamentado na aparência e no exótico. Sua imagem é recoberta pela superficialidade e pelo estereótipo. Por isso ele é qualificado em termos de alegria, diversão, indolência e sensualidade, embora se lhe atribua uma inteligência que por ele é esbanjada. Orlandi (1990) procura compreender como se produzem esses sentidos.

Para tanto, seu método é destituir dos textos o caráter documental e considerá-los discurso: “[...] lugar de significação, de confronto de sentidos, de estabelecimento de identidades, de argumentação etc.” (ORLANDI, 1990, p. 18). A autora evita a nomeação e a interpretação para focalizar os efeitos de sentido que os textos produzem em sua época e que produzem hoje. Trata-se de descobrir sentidos do contato entre o europeu e o índio, o europeu e o Brasil das descobertas.

No jogo de poder e nas relações de força, há de se considerar o fenômeno do silêncio, que divide o que é dito e o que não é dito, configurando uma brasilidade. Os europeus elaboraram um conhecimento padronizado sobre o Brasil e o modo de ser brasileiro. O brasileiro, por sua vez, procura se conhecer lendo a produção europeia sobre o Brasil. A voz do europeu sobre o índio produz brasilidade; a voz do brasileiro sobre o que o europeu diz do descobrimento produz a origem brasileira. Nesse sentido, o discurso europeu apaga a origem brasileira e institui o imaginário mítico dela. Para Orlandi (1990), sendo uma mistura (como dito por muitos), o brasileiro não se identifica nem com o índio nem com o português e, desse modo, indefine-se: é um sujeito errante com perfil em transformação.

É o que Ribeiro (1995) — incluindo a chegada, tempos depois, do negro no processo de miscigenação — chama de “ninguendade”:

Já o filho da índia, gerado por um estranho, branco ou preto, se perguntaria quem era, se já não era índio, nem tampouco branco ou preto. Seria ele o protobrasileiro, construído como um negativo feito de sua ausência de etnicidade? Buscando uma identidade grupal reconhecível para deixar de ser ninguém, ele se viu forçado a gerar sua própria identificação (RIBEIRO, 1995, p. 131).

O negro escravo, em si, continua com sua identidade original até morrer, mas não seu filho. E o ser brasileiro se inventa, então, ao negar sua “ninguendade”. Observe-se o que diz Ribeiro, primeiro fazendo alusão ao crioulo e, a seguir, juntando-o ao brasilíndio (ou mameluco):

Seu filho, crioulo, nascido na terra nova, racialmente puro ou mestiçado, este sim, sabendo-se não-africano como os negros boçais que via chegando, nem branco, nem índio e seus mestiços, se sentia desafiado a sair da ninguendade, construindo sua identidade. Seria, assim, ele também, um protobrasileiro por carência.

O brasilíndio como o afro-brasileiro existiam numa terra de ninguém, etnicamente falando, e é a partir dessa carência essencial, para livrar-se da ninguendade de não-índios, não-europeus e não-negros, que eles se vêem

forçados a criar a sua própria identidade étnica: a brasileira (RIBEIRO, 1995, p. 131).

Na análise de discurso, os sujeitos são tidos em transformação e com historicidade, por isso errantes, indefinidos ou não transparentes. Orlandi (1990) analisa as falas que definem o brasileiro e constituem seu imaginário social, não sua identidade (já que esta é entendida como *movimento*): que compreensão estes textos têm sobre o brasileiro e como ela elimina ou estabelece determinados sentidos para o brasileiro. “Se, para o europeu, os relatos dos missionários são tomados como artefatos que integram seus objetivos científicos em sua tradição, para nós são uma forma de nos passar a limpo em uma história contada por europeus para europeus” (ORLANDI, 1990, p. 17-18).

A eliminação de sentidos consiste no próprio silêncio, isto é, o processo de silenciamento controla sentidos e elide o sujeito, não lhe permitindo circular por diferentes formações discursivas. Desse modo, conforme reflexão proposta por Orlandi (1990, p. 56), o Estado (Estado brasileiro do branco) “silencia a existência do índio enquanto sua parte e componente da cultura brasileira”, e não apenas silencia o que o índio faz como sujeito. No dizer elucidativo dessa autora:

O discurso *sobre* o Brasil ou determina o lugar de que devem falar os brasileiros ou não lhes dá voz, sejam os nativos habitantes (os índios), sejam os que vão-se formando ao longo da nossa história. O brasileiro não fala, é falado. E tanto há um silêncio sobre ele, como ele mesmo significa silenciosamente, sem que os sentidos produzidos por essas formas de silêncio sejam menos determinantes do que as falas “positivas” que se fazem ouvir categoricamente (ORLANDI, 1990, p. 50).

Os outros falam no lugar dos brasileiros no discurso das descobertas. Assim, o silêncio é destaque na produção de distintos sentidos sobre a brasilidade. Com o silêncio, o Estado ignora e asfixia o pensamento, a vontade, a crítica e a resistência do sujeito. O índio não é integrado à mistura (de branco com preto) que constitui a nacionalidade brasileira; ele desaparece. Existe, sim, no discurso do missionário e do viajante, enquanto personagem que institui o imaginário nacional. A análise de discurso inclui o sujeito e o descentra: ele não é a fonte e o responsável pelo sentido que produz: é *parte* desse processo de produção.

Veja-se como Orlandi (1990) realiza um estudo de caso para mostrar o apagamento indígena no discurso da ciência, ao analisar o relato do padre Ivo D’Evreux

sobre a catequese do índio Pacamã, no Maranhão do século 17, ao passo que se inventa um imaginário sobre o nativo em geral. Avulta no texto de D'Evreux a descrição por meio de adjetivos que desenhavam um retrato físico e psicológico pejorativo do índio: “pequeno”, “vil”, “abjeto”, “velhaco”, “selvagem” (1990, p. 67). O mesmo procedimento é tomado em relação à esposa de Pacamã. O discurso aponta para um apagamento dessa imagem e sua transformação no ideal do ocidental cristão.

Segundo Orlandi (1990), há duas maneiras de apagamento do índio no discurso da conversão: uma pela simulação e outra pela exemplificação de lições de teologia. Na primeira, é encenado um diálogo em que o índio fala com as palavras do branco, as que este deseja ouvir dele:

Essa é a sua dissimetria fundamental: a voz do índio é dominada pela do branco; ou, dito de outra maneira, há uma simulação pela qual o branco fala de si e para os seus como se fosse o índio. E essa simulação não faz do índio um seu representante — ao contrário, o anula (ORLANDI, 1990, p. 68).

Nota-se que o missionário elabora a imagem de si mesmo pela fala que simula e atribui ao índio. E essa fala glorifica sua superioridade e inteligência. Para tal, há o uso do mecanismo da antecipação: o locutor toma o lugar (a fala) do interlocutor, visando ao controle do discurso e atingindo seu possível destinatário, o branco. “O que se constrói, finalmente, é a imagem do branco, para o branco, através do índio. O índio é mero pretexto para o branco mostrar-se a si mesmo e para os seus” (ORLANDI, 1990, p. 69).

Já a segunda maneira de apagamento é uma peça de teologia, um produto literário, e não um documento ou relato baseado em reflexões teológicas da época: a fala do índio é interpretada pelo redator do discurso — o padre. Ao dizer que Pacamã insiste em ser batizado por meio inadequado, cria um motivo para ilustrar o modo correto, conforme o cristianismo.

Conclui-se, por esse caso isolado, que o discurso pelo qual o índio fala é o religioso cristão, da catequese; o branco é o mediador do contato com o nativo. Esse contato é direcionado e atribui valor às culturas. O chamado “choque cultural” é uma invenção, é produzido como numa representação teatral. “Nossas estranhezas e familiaridades resultam de processos histórico-sociais claramente inscritos em nossas instituições, sejam elas científicas, políticas ou religiosas” (ORLANDI, 1990, p. 71-72).

O apagamento também se processa do ponto de vista linguístico. Ou seja, a forma de conhecimento da língua ameríndia se construiu numa direção sinalizada pelo apagamento. A língua portuguesa do Brasil, ao se instituir, eliminou as línguas com as quais coexistiu, como o tupi. Os missionários, para fins de catequese e propaganda religiosa entre os índios, estudaram a língua indígena, o tupi, disciplinando-a e modificando-a conforme padrões linguísticos ocidentais (europeus). De acordo com Orlandi:

Quando os missionários falavam a língua do índio ou quando eles falavam dos índios, eles não falavam com eles nem os tomavam como interlocutores reais. O destinatário efetivo era o governo português ou ainda outros organismos do poder europeu de Estado ou religioso, ou simplesmente os europeus.

[...] No seu conjunto, todos produziram a domesticação da língua indígena pela gramática ocidental cujo modelo é o *latim*. (ORLANDI, 1990, p. 76)

Portanto, houve a construção do tupi imaginário, isto é, capturado em uma sistematização, com finalidade utilitária — instrumento de trabalho para comunicar, catequizar, governar. Gramáticas e dicionários foram elaborados segundo o modelo europeu: do latim, do francês, do alemão. “[...] os missionários produzem, de preferência, uma etnografia e não uma lingüística. Por outro lado, eles dão origem a uma ‘cultura local’: eis aí a realidade como resíduo dessa construção (imaginária)” (ORLANDI, 1990, p. 82). Equipara-se, ainda, a imagem da língua indígena com a do índio e sua cultura — uma imagem rústica.

De uma perspectiva ideológica, o discurso sobre o Brasil, a partir da abordagem dos nativos, constrói a imagem da *malícia* do povo. Sobre as mulheres, lança-se um olhar forjado no discurso das descobertas, quando se viam índias nuas em festividades nas quais, dizia-se, demonstravam sua lascívia, luxúria e sensualidade. E isso era tomado como um oferecimento sexual aos portugueses, que — como analisa Orlandi (1990), em texto do padre Martin de Nantes — encontravam, por causa disso, dificuldade para manutenção de sua castidade. Desse modo, os sentidos foram construídos sob a égide dos estereótipos sobre brasileiros e brasileiras, cujos componentes de personalidade incluem indolência, inferioridade, malícia e sensualidade.

2. Colonização portuguesa e cordialidade

Há de se considerar, quanto à construção imagética sobre a identidade brasileira, o discurso que desqualifica a colonização portuguesa, ao compará-la a processos colonizadores ditos mais eficientes e produtivos, como a colonização espanhola. Holanda (1976) conta que a colonização portuguesa era insuficiente e despreparada para lograr êxito; diferenciava-se da espanhola por privilegiar a exploração comercial e desprezar qualquer edificação de permanência e investimento na terra recém-descoberta, além de se caracterizar pelo desleixo. Diz ele: “Dir-se-ia que, aqui, a colônia é simples lugar de passagem, para o governo como para os súditos.” (1976, p. 65):

Para Holanda (1976), o caráter predatório da política mercantil lusitana evidenciava-se pelo estímulo ao povoamento do litoral, promovendo a contenção de entradas para o interior do país (deixando-as para o futuro), de onde seria dificultoso, demorado e oneroso o transporte dos gêneros produzidos até os portos, para exportação à Europa. Considera o autor:

A fisionomia mercantil, quase semita, dessa colonização, exprime-se tão sensivelmente no sistema de povoação litorânea ao alcance dos portos de embarque [...] (1976, p. 73).

Mesmo em seus melhores momentos, a obra realizada no Brasil pelos portugueses teve um caráter mais acentuado de feitorização do que de colonização. Não convinha que aqui se fizessem grandes obras, ao menos quando não produzissem imediatos benefícios. Nada que acarretasse maiores despesas ou resultasse em prejuízo para a metrópole. O preceito mercantilista, adotado aliás por todas as potências coloniais até ao século XIX, segundo o qual metrópole e colônias hão de completar-se reciprocamente, ajustava-se bem a esse ponto de vista (1976, p. 73-74).

A exclusiva busca pela obtenção do lucro e a exploração comercial desenfreada da terra confere à colonização portuguesa uma tonalidade prejudicial que se consolida no senso comum. Instaure-se a imagem do descaso português ao enviar para o Brasil os degredados, criminosos e banidos do convívio social na metrópole. Holanda (1976) refere-se à instabilidade e falta de planejamento do colonizador português. O brasileiro é configurado sob o signo do improvisado. O governo português atravanca o desenvolvimento da cultura intelectual no Brasil. A nova nobreza que aqui se instala é um arremedo da nobreza autêntica e original; seu objetivo primordial é a garantia daquilo que lhe proporciona riqueza e acúmulo de bens materiais; sua marca é o enfeite e a valorização da aparência que a diferencia das pessoas humildes (é recorrente em pinturas da época a figura de fidalgos pomposamente transportados em liteiras).

Se isso contribui para a composição do imaginário que se tem hoje sobre o Brasil, ainda há um aspecto comportamental que Holanda (1976) sintetiza na expressão “homem cordial”. Para entendê-la, refere-se à articulação entre Estado e círculo familiar cujo apogeu se registra a partir do século 19. Trata-se da presença do paternalismo e do pessoalismo na esfera institucional, configurando a influência íntima e doméstica nos setores públicos. Para ele, ocupantes de cargos públicos, oriundos da família patriarcal e no contexto da urbanização, tinham dificuldade para entender a diferença entre as competências do privado e do público. Assinala, também, que durante a história do Brasil, no âmbito do sistema administrativo, prevalecem as vontades particulares, fecundas em círculos fechados, sem abertura para uma ordenação impessoal. A esse respeito, pondera:

A escolha dos homens que irão exercer funções públicas faz-se de acordo com a confiança pessoal que mereçam os candidatos, e muito menos de acordo com as suas capacidades próprias. Falta a tudo a ordenação impessoal que caracteriza a vida no Estado burocrático. [...]

E um dos efeitos decisivos da supremacia incontestável, absorvente, do núcleo familiar — a esfera, por excelência dos chamados “contatos primários”, dos laços de sangue e de coração — está em que as relações que se criam na vida doméstica sempre forneceram o modelo obrigatório de qualquer composição social entre nós. (HOLANDA, 1976, p. 106):

Emprestando a expressão “homem cordial” do escritor Ribeiro Couto, Holanda (1976, p. 106) anota ser a cordialidade, como já dito por outros, “a contribuição brasileira para a civilização”. No caso, ele esclarece que a palavra “cordial” deve ser entendida em seu sentido etimológico, o qual não encerra, necessariamente, noção positiva de afabilidade. Veja-se:

A lhaneza no trato, a hospitalidade, a generosidade, virtudes tão gabadas por estrangeiros que nos visitam, representam, com efeito, um traço definido do caráter brasileiro, na medida, ao menos, em que permanece ativa e fecunda a influência ancestral dos padrões de convívio humano, informados no meio rural e patriarcal. Seria engano supor que essas virtudes possam significar “boas maneiras”, civilidades. São antes de tudo expressões legítimas de um fundo emotivo extremamente rico e transbordante. (HOLANDA, 1976, p.106-107).

Segue que o tratamento respeitoso e de reverência, comum em outros povos, é admitido pelo brasileiro, desde que não elimine a possibilidade de contato mais íntimo. No campo linguístico, verifica-se esse temperamento afetivo, por exemplo, no uso de vocábulos no diminutivo (marcado pela terminação “-inho”) — uma forma de menção

carinhosa a pessoas, objetos e situações. Do mesmo modo ocorre com o uso do prenome das pessoas no tratamento social, em lugar do nome de família, o sobrenome. “O desconhecimento de qualquer forma de convívio que não seja ditada por uma ética de fundo emotivo representa um aspecto da vida brasileira que raros estrangeiros chegam a penetrar com facilidade” (HOLANDA, 1976, p. 109).

Atesta-se, ainda, que nas relações comerciais está incluída a ideia do “homem cordial”. Para fins de negociação, causa estranheza a estrangeiros que brasileiros desenvolvam com maior maleabilidade e conforto relações em que se privilegia a intimidade. É natural no trato mercantil que brasileiros, entre si, estabeleçam um contato por meio de cortesias, inclusive mediante trocas de presentes que conduzem a uma negociação mais frouxa e informal. “Um negociante de Filadélfia manifestou certa vez a André Siegfried seu espanto ao verificar que, no Brasil como na Argentina, para conquistar um freguês tinha necessidade de fazer dele um amigo” (HOLANDA, 1976, p. 109).

3. Literatura e vontade de verdade

No século XIX, os relatos dos missionários e viajantes foram divulgados no Brasil (antes não tinham circulação local, apenas exterior), mediante reedições, agora acompanhadas de prefácios e notas. Estes, de autoria da elite intelectual brasileira, abraçam o discurso das descobertas, desprezando o discurso da invasão. Orlandi (1990, p. 103) explica: “Ou seja, podemos compreender a ideologia como o fato de que os sentidos são fixados historicamente em uma *direção determinada*. Até as margens dos textos (suas notas) contribuem para isso”. Neste ponto, cabe um adendo, de acordo com Foucault (1999, p. 25), para quem os comentários (prefácios e notas) encerram um paradoxo segundo o qual devem “dizer pela primeira vez aquilo que, entretanto, já havia sido dito e repetir incansavelmente aquilo que, no entanto, não havia jamais sido dito”.

De fato, adotam-se os relatos como verdadeiros, envoltos numa atmosfera de credibilidade. Segundo Sússekind (1990, p. 54), tornam-se “tais viajantes e cronistas interlocutores obrigatórios da produção literária, historiográfica e periodística local”. Essa autora, ao abordar a prosa de ficção das décadas de 30 e 40 do século 19 (novela histórica, melodramática, de costumes ou de mistério), coloca-a como fundadora de uma paisagem, uma cena histórica ou familiar, almejando um regresso às origens do Brasil.

Os antigos relatos, reeditados, servem de fonte para composição de um cenário humano e físico no início da prosa novelesca brasileira; ficcionistas e poetas incorporam-nos como comprovação e os usam para ilustrar suas obras.

Por exemplo, José de Alencar baseia-se em Gabriel Soares de Sousa (*Tratado descritivo do Brasil*, escrito em 1587, publicado no Brasil em 1851) para fazer sua caracterização do índio brasileiro. “É fora do romance, noutra texto, que o romancista procura uma ‘certidão de verdade’ para o que seria, na realidade, matéria ficcional” (SÜSSEKIND, 1990, p. 50). Igualmente ocorre com Pereira da Silva e sua obra histórica *Jerônimo Corte-Real* (1840), publicada no *Jornal do Commercio*. “Não é a partir da própria novela que se convida o leitor a construir o seu sentido, mas a partir de um outro narrador então habitualmente tido como mais confiável: o viajante” (SÜSSEKIND, 1990, p. 50).

Registre-se, como lembra Sússekind (1990), que o lado oposto referente ao viajante estrangeiro está na comédia de costumes do século 19, em que ele figura como personagem trapaceiro, espoliador e mentiroso, uma sátira à sua confiabilidade. Como exemplo, listam-se as peças *Os dois ou o inglês maquinista* (1871), de Martins Pena; *Inglezes na costa* (1864) e *O tipo brasileiro* (1872), de França Júnior; *A estátua da Amazônia* (1848), de Manuel de Araújo Porto-Alegre.

Esta última obra satiriza a inventividade e a falsa ciência do viajante estrangeiro, no caso representado em eruditos franceses, quando, em discussão, explicam e definem de forma mirabolante uma pequena, feia e grosseira estátua de pedra em forma simiesca, obra de um pedreiro de passagem pelo Pará. Os eruditos a avaliam como uma antiga relíquia arqueológica. Não obstante as exceções, o discurso das descobertas e o detalhismo das catalogações científicas de expedicionários repercutem de forma positiva na literatura, via pela qual será divulgado e repetido o discurso de construção de um imaginário sobre a identidade nacional.

Sússekind (1990) ressalta, ainda, a narrativa pictórica de Jean Baptiste Debret, com sua *Viagem pitoresca e histórica ao Brasil*. A serviço do governo imperial, Debret contribui para a divulgação e fixação da imagem de um país civilizado. Ele incorpora na pintura elementos como montanhas, vegetação abundante, palmeiras, frutas tropicais, sacos de café, cana-de-açúcar, índios e escravos. Essas marcas de brasilidade vão se constituindo junto a representações de trajes típicos, paisagens americanas, cenas do cotidiano popular e uma acentuada presença da escravidão. Sobre as pranchas e ilustrações de Debret, diz Sússekind

(1990, p. 39) que “[...] sugerem, de um lado, um saber técnico, um modo de olhar e classificar racionalmente figuras e vistas [...] e, de outro um ‘Brasil pitoresco e histórico’ decisivo na figuração romântica de uma paisagem singular, intransferível e delimitada como ‘nação’ para o país”.

A busca por essa “certidão de verdade” em textos que adquirem status de “científicos” compõe o que Foucault (1999) chama de sistema de exclusão do discurso. Ele identifica três grandes sistemas de exclusão: a interdição (“palavra proibida”); a oposição razão e loucura (“segregação da loucura”); e a oposição verdadeiro e falso (“vontade de verdade”). Este sistema procura retomar os dois primeiros para modificá-los e fundamentá-los; reforça-se e torna-se mais profundo e incontornável.

Assim, só aparece aos nossos olhos uma verdade que seria riqueza, fecundidade, força doce e insidiosamente universal. E ignoramos, em contrapartida, a vontade de verdade, como prodigiosa maquinaria destinada a excluir todos aqueles que, ponto por ponto, em nossa história, procuraram contornar essa vontade de verdade e recolocá-la em questão contra a verdade, lá justamente onde a verdade assume a tarefa de justificar a interdição e definir a loucura (FOUCAULT, 1999, p. 20).

A vontade de verdade, como os outros sistemas de exclusão, é apoiada na instituição: exerce sobre os outros discursos pressão e poder de coerção, conforme Foucault (1999). Diz ele (p. 17): “Mas ela é também reconduzida, mais profundamente sem dúvida, pelo modo como o saber é aplicado em uma sociedade, como é valorizado, distribuído, repartido e de certo modo atribuído.” O filósofo francês relata que, nos séculos 16 e 17 (cultura clássica), houve uma vontade de saber com planos de objetos possíveis, observáveis, mensuráveis, classificáveis. Ao sujeito cognoscente era imposta a supremacia do olhar (ver e verificar ao invés de ler e comentar), com prescrição do nível técnico para que os conhecimentos fossem verificáveis e úteis. E a literatura ocidental buscou, durante séculos, apoio “no natural, no verossímil, na sinceridade, na ciência também — em suma, no discurso verdadeiro” (FOUCAULT, 1999, p. 18).

Os textos dos cronistas e viajantes instituem um saber baseado na clássica busca pelo descritivismo e pela catalogação, como engrenagem de uma “prodigiosa maquinaria” cuja vontade de verdade acena para a exclusão de determinados discursos e instauração de outros que inventam uma brasilidade, repercutindo ao longo da história. Anota Foucault (1999) que há uma ordem arriscada do discurso, sendo este um contínuo perpétuo; ao continuá-lo, o enunciador pode não considerar o que ele, discurso, tem “de

singular, de terrível, talvez de maléfico” (p. 6). O desejo do enunciador seria penetrar numa transparência calma e profunda de que fala Foucault (1999), na qual se elevassem as verdades.

Ocorre que a instituição lhe responderia que o discurso está na ordem das leis e já lhe foi preparado com honra, mas sem efeito de poder, pois este só dela provém. A realidade concreta do discurso falado ou escrito produz uma inquietação: seu tempo de existência não pode ser mensurado; sua prática envolve poderes e perigos; por meio das palavras supõem-se dominações e servidões. Foucault (1999) apresenta um questionamento: que perigo há nas falas dos enunciadores e na reprodução indefinida de seus discursos?

[...] suponho que em toda sociedade a produção do discurso é ao mesmo tempo controlada, selecionada, organizada e redistribuída por certo número de procedimentos que têm por função conjurar seus poderes e perigos, dominar seu acontecimento aleatório, esquivar sua pesada e temível materialidade (FOUCAULT, 1999, p. 9).

No caso do discurso das descobertas, verifica-se que está na origem de falas novas; estas o retoma ou fala dele indireta e ocultamente. Ele se enquadra na categoria de discursos permanentes, que *são ditos*, por oposição a discursos passageiros, que *se dizem*, segundo formulação de Foucault (1999). Na relação estabelecida num complexo jogo de desejo e poder, esses discursos se repetem, se disfarçam ou mesmo se transformam, de modo a ensejar, nesse particular, clichês perversos sobre o Brasil e o brasileiro.

4. Pelo olhar do outro

De acordo com Holanda (1976, p. 67), a colonização litorânea repercutiu na contemporaneidade, influenciando o conceito de “interior”, que é pensado como no século 16 — lugar isolado e pouco habitado. Não por acaso, hoje, é certo que uma das imagens que se tem do Brasil no exterior é a do Brasil litorâneo, com suas praias festivas e povoadas de gente seminua em estado de diversão permanente, principalmente mulheres trajadas sumariamente de biquíni fio dental. É essa a imagem vendida pelo turismo que repete aquele clichê antigo cuja gênese está no discurso das

TROPOS: COMUNICAÇÃO, SOCIEDADE E CULTURA

descobertas. Tome-se, como exemplo a FIGURA 1², representação de produtos elaborados com objetivo vendável, por ocasião da Copa do Mundo de Futebol da Fifa de 2014:



Figura 1: Design gráfico de camisetas elaborado pela multinacional Adidas.

Essas duas camisetas, destinadas ao público norte-americano, causaram polêmica por sugerir apelo e turismo sexuais no contexto de um evento internacional sediado no Brasil e, a pedido da Embratur, não foram mais comercializadas pela Adidas (COUTINHO, 2014). Na estampa da camiseta amarela consta a expressão, em inglês, “lookin’ to score”, que significa “em busca de gols”, mas que adquire duplo sentido reforçado pela ilustração: “querendo faturar”, “pegando garotas”. A representação do feminino nacional, no caso, uma mulata protuberante e sorridente, convidativa e de biquíni, segura uma bola de futebol, tendo como pano de fundo o Pão de Açúcar, ponto turístico do Rio de Janeiro, iluminado pelo sol e abaixo do qual se lê “Brazil”.

Na camiseta verde vê-se um coração em formato similar a nádegas, estilizado com um fio dental. O conjunto de desenho e palavras indicam a expressão “I love Brazil” (“eu amo o Brasil”). Considerando a imagem, amar o Brasil sugere amar mulheres com fio dental. No geral, o conjunto das estampas reproduz o discurso segundo o qual se propaga a imagem típica do Brasil para o estrangeiro: a do país

² Fonte: GOVERNO pede que Adidas retire do mercado camisetas com apelo sexual. *Folha de S.Paulo*, 25 fev. 2014. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/esporte/folhanacopa/2014/02/1417519-embratur-repudia-camisetas-com-conotacao-sexual-para-a-copa.shtml>>. Acesso em: 3 fev. 2015.

TROPOS: COMUNICAÇÃO, SOCIEDADE E CULTURA

tropical, de praia e mar, ensolarado e de natureza exuberante. Sobre o feminino, reforça-se o mito das “mulheres fáceis”, fundado no discurso das descobertas com a descrição das índias. É o reflexo do Brasil colonial e de suas peculiaridades apresentadas nas velhas crônicas de viagem e catequese.

O mesmo se observa na outra figura a seguir, anúncio de balada da boate londrina Pacha, tematizando o Brasil, caso em que o clichê se repete: praia, sol, mar, palmeiras, pontos turísticos cariocas (como o Cristo Redentor, ao fundo) e mulher de biquíni. Aqui as características físicas desta se diferenciam: é a representação de uma loira esbelta de olhos azuis. Há uma transferência do padrão feminino de beleza europeia para o cenário brasileiro. A publicidade sobre a festa temática se justifica considerando que seu destinatário preferencial é inglês e, por isso, visa à identificação da mulher local. Sobressaltam aos olhos a luminosidade do cartaz, com predominância do dourado, e a simbolização do Brasil pelas cores verde e amarelo.



Figura 2: Pôster na estação de metrô Pimlico, em Londres (foto editada: Mark Hillary/Flickr³).

Mais um exemplo de como o outro lança seu olhar sobre os brasileiros pode ser obtido pela repercussão, no estrangeiro, das manifestações populares iniciadas no Brasil no dia 17 de junho de 2013, ocasião em que, durante uma semana, centenas de milhares de pessoas tomaram ruas e praças para protestar contra tudo (MILHARES, 2013). Isso abalou a imagem do país tropical em constantes celebrações, sobretudo advindas do Carnaval e do futebol; uma imagem que consolida os habitantes (nativos) como gente pacífica e catequisada. A esse respeito, tome-se como ilustração a manchete do jornal *The New York Times*: *How angry is Brazil? Pelé now has feet of clay (Por que os brasileiros estão irritados? Pelé agora tem pés de barro — tradução nossa)*.

A reportagem do diário norte-americano, escrita por Simon Romero e William Neuman, publicada em 21 de junho de 2013, refere-se ao futebol como fonte de orgulho para os brasileiros, por ser considerado o melhor do mundo, e laço comum que une um país desigual, mesmo em tempos de crise econômica e de ditadura. Mas que, no contexto daquelas manifestações, o Brasil, país com maior êxito na história da Copa do Mundo, que possui lendas como Pelé e Ronaldo, estava numa situação desconfortável em relação ao seu “jogo bonito” no futebol. Os protestos de milhares de pessoas eram uma forma que encontraram para desabafar sua raiva contra líderes políticos, corrupção e estado lastimável dos serviços públicos.

Há de se lembrar que, naquele momento, o Brasil sediava a Copa das Confederações de 2013, torneio internacional organizado pela Fifa, e sediaria, posteriormente, a Copa do Mundo de 2014, o que o colocava no centro das atenções mundiais. A pergunta do *The New York Times* soava como uma interjeição de espanto: “Por que os brasileiros estão irritados?” Ou seja, o que está perturbando a felicidade daquele povo pacificado, caracterizado pela alegria, sempre visto em festas onde comemora a vida com suas danças típicas e sua música diversificada. O estereótipo ruía diante de notícias que davam conta de manifestações coibidas pela polícia com spray de pimenta, bombas de efeito moral, balas de borracha, cassetetes etc.

A reportagem do *The New York Times* dizia parecer impensável aquilo que propunham os manifestantes: boicotar a Copa do Mundo de 2014. E que isso era um

³ Disponível em: <<https://www.flickr.com/photos/markhillary/3567394084/in/photolist-endJXi-YfSa5-eRLGK8-2YPCrQ-VdTdk-5g7beU-dWX6Nv-8b9gRs-bJsTcF-dvs8ZC-dQ4TrN-gRWkDv-hDX7J-dWX63X-6rePYy-8cXFvp>>. Acesso em: 3 fev. 2015.

indício de quanto o país estava virado de cabeça para baixo, sendo que até mesmo alguns dos heróis do futebol, reverenciados no país, tornaram-se alvos de insatisfação por se distanciarem da revolta popular. Por isso a referência, no subtítulo da matéria, aos “pés de barro” do ídolo nacional Pelé.

Não entrando no mérito do complexo imbricamento político em que consistiram as manifestações de junho de 2013 no Brasil, verifica-se que elas colocaram em xeque um aspecto do discurso das descobertas que ecoa na construção de uma imagem nacional nos dias de hoje. Significa que perturbaram certa ordem do discurso que se tem no exterior sobre o Brasil: hospitaleiro e acomodado país terceiro mundista em paz com sua população e sua natureza exuberante.

Por outro lado e ao mesmo tempo, os conflitos durante os protestos, sobretudo pela imposição de sua imagem no discurso midiático, enfatizavam e elaboração de um perfil de manifestantes tidos como selvagens, bárbaros, arredios e arruaceiros, o mesmo perfil traçado para índios no discurso de missionários e viajantes. Trata-se da manutenção de um senso comum pejorativo e existente em olhares do estrangeiro sobre os brasileiros: são todos índios.

Considerações finais

O Brasil, produzindo conhecimento sobre si mesmo, pode adotar uma postura crítica, rejeitando uma reprodução do olhar europeu ou norte-americano. Considerando que o homem é um ser condenado a significar, e que a interpretação é uma imposição social regida por condições de construção de significados estabelecidos na história da sociedade, o discurso deve ser tomado como produto de uma ideologia e como uma possibilidade, eximindo-se dele o atestado de *verdade*.

O processo de produção do sentido baseia-se na relação entre paráfrase e polissemia. O espaço onde o sentido se derrama é o da multiplicidade e da mutilação, sendo que um sentido se abre em vários ou se estilhaça, multiplicando outros. Já seu tempo de permanência é fixado pela instituição. Esta o regulariza e o normatiza, dando-lhe forma como história, no processo de um embate entre fixação e transformação. Vê-se que o discurso das descobertas é uma maneira de controlar o sentido e significar o brasileiro. O olhar do colonizador que incide sobre o brasileiro é de mão única, sem

volta, por uma construção histórica, que apaga o brasileiro como diferente (só o brasileiro tem um *outro*).

Falando de outro modo, o discurso histórico elege o que deve ser dito e o que deve ser excluído, o que deve ser lembrado e o que deve ser esquecido sobre o passado. Assim, determinados discursos adquirem status de documento, o que lhes confere legitimidade e autoridade na definição de uma memória nacional. Portanto, a história oficial configura-se numa relação com o poder, e não com o tempo. Os sentidos oficializados pela história produzem seus efeitos, indefinidamente. E pode se observar em peças de mídia, tanto interna, como externamente, a propagação de sentidos que circulam no cotidiano e informam o perfil de brasilidade que, não inocentemente, tem suas raízes fincadas no discurso das descobertas.

Referências

- BRASIL NO OLHAR DOS VIAJANTES.** Episódio 4: Viajantes do século XIX, parte II. Roteiro e direção: João Carlos Fontoura. Produção: Lorena Maria; Rita Nardelli. Brasil: TV Senado, 2014. Vídeo. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=nh9ntKXYKXE>>. Acesso em: 22 jan. 2015.
- COUTINHO, Filipe. **Adidas diz que vai retirar do mercado camisetas do Brasil com apelo sexual.** *Folha de S.Paulo*, 25 fev. 2014. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/esporte/folhanacopa/2014/02/1417599-adidas-diz-que-vai-retirar-do-mercado-camisetas-do-brasil-com-apelo-sexual.shtml>>. Acesso em: 3 fev. 2015.
- FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso:** aula inaugural no Collège de France, pronunciada em 2 de dezembro de 1970. Traduzido por Laura Fraga de Almeida Sampaio. 5. ed. São Paulo: Edições Loyola, 1999. Tradução de: *L'ordre du discours*. Leçon inaugurale au Collège de France prononcée le 2 décembre 1970.
- HOLANDA, Sérgio Buarque de. **Raízes do Brasil.** 9. ed. Rio de Janeiro: J. Olympio, 1976.
- MILHARES VÃO ÀS RUAS 'CONTRA TUDO'; GRUPOS ATINGEM PALÁCIOS.** *Folha de S.Paulo*, São Paulo, 18 jun. 2013.
- O COMPLEXO DE VIRA-LATAS.** Direção: Leandro Caproni. Roteiro: Leandro Caproni; Priscila Chibante. Produção: Diego Silva; Bruno Silveira; Nathália Bomfim; Priscila Chibante. Brasil: Cabrueira Filmes; Sem Cortes, 2013. Vídeo. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=2_WD7dqGbzk>. Acesso em: 20 fev. 2015.
- ORLANDI, Eni Pulcinelli. **Terra à vista:** discurso do confronto: velho e novo mundo. São Paulo: Cortez; Campinas, SP: Editora da Unicamp, 1990.
- RIBEIRO, Darcy. **O povo brasileiro:** a formação e o sentido do Brasil. 2. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.
- ROMERO, Simon; NEUMAN, William. **How angry is Brazil?** Pelé now has feet of clay. *The New York Times*, 21 jun. 2013. Disponível em: <http://www.nytimes.com/2013/06/22/world/americas/how-angry-is-brazil-pele-now-has-feet-of-clay.html?_r=1&>. Acesso em: 3 fev. 2015.



TROPOS: COMUNICAÇÃO, SOCIEDADE E CULTURA

SÜSSEKIND, Flora. **O Brasil não é longe daqui:** o narrador, a viagem. São Paulo: Companhia das Letras, 1990.

Recebido em: 15 de março de 2016

Aceito para publicação em: 20 de abril de 2016