

“Abraça essa Brasil”: a identidade brasileira (re)construída no discurso publicitário

(“Abraça essa Brasil”: the Brazilian identity (re)built in the advertising discourse)

Ana Lúcia Furquim Campos-Toscano¹

¹Uni-Facef Centro Universitário de Franca (UNI-FACEF)

anafurquim@yahoo.com

Abstract: In this study, we aim to reflect upon the constitution of Brazilian identity in an advertisement that incorporates previous discourses about the same issue. Our study is based on studies conducted by Mikhail Bakhtin’s Circle on speech genres and dialogism. We analyze one of Malhas Malwee advertisements, which was published by *Veja* magazine in January 2010. In the advertisement, the Brazilian flag is modified due to the articulation between verbal and nonverbal language. The modification causes a new visual configuration and, consequently, another meaning effect. Therefore, other discourses are incorporated and/or reinterpreted such as the symbology in the flag colors, the conception of a rich and exuberant nature and its birds which connected to the idea of Brazil as the football country, creates a sense of conquering the world and “embracing happiness”.

Keywords: speech genres; dialogism; style; Brazilian identity.

Resumo: Por meio dos estudos do Círculo de Mikhail Bakhtin sobre gêneros do discurso e dialogismo, objetivamos, neste artigo, refletir sobre a constituição da identidade brasileira presente em um anúncio publicitário que retoma discursos anteriormente enunciados sobre a identidade nacional. Para tanto, analisamos uma propaganda das Malhas Malwee, veiculada na revista *Veja*, em janeiro de 2010, em que a bandeira do Brasil, na articulação entre as linguagens verbal e não-verbal, é modificada, apresentando uma nova configuração visual e, por conseguinte, outro efeito de sentido. Assim, outros enunciados são retomados e/ou ressignificados, como a simbologia das cores da bandeira, a concepção da natureza rica e exuberante e dos pássaros da fauna brasileira, que, aliados à ideia de o Brasil ser o país do futebol, constrói-se o sentido de que é possível conquistar o mundo e “abraçar a felicidade”.

Palavras-chave: gêneros do discurso; dialogismo; estilo; identidade brasileira.

Introdução

A identidade brasileira, em diferentes momentos, é marcada pela sacração da natureza, ou seja, desde o descobrimento do Brasil, já na carta de Pero Vaz de Caminha, a natureza, descrita como exuberante, rica e exótica, é vista como um paraíso terrestre e abençoada por Deus. Constituída no imaginário brasileiro, a natureza é retomada em discursos de épocas diversas, como, por exemplo, nos poemas patrióticos de Olavo Bilac, nas poesias românticas do século XIX, na letra do Hino Nacional e até nas cores da Bandeira Nacional. Aliada a essa concepção de uma terra paradisíaca e promissora, há ainda o mito do povo brasileiro ordeiro, pacífico, generoso, acolhedor e alegre, mesmo em face a problemas econômicos ou sociais. Esses mitos são retomados em forma de enunciados, narrativas, símbolos e figuras, construindo, dessa maneira, as representações da identidade brasileira.

A compreensão e a reflexão sobre a constituição da identidade brasileira é, portanto, o objetivo deste trabalho. Para tanto, analisamos um anúncio publicitário que retoma discursos anteriormente enunciados sobre a identidade nacional, ou seja, uma propaganda das Malhas Malwee, veiculada na revista *Veja* em janeiro deste ano. Por se tratar de um enunciado verbo-visual, a análise se pauta em dois planos: o verbal, constituído pelo *slogan* “Abraça essa Brasil” e por dois outros enunciados que complementam o sentido do anúncio publicitário, e o visual, que, ao ocupar duas páginas da revista, apresenta uma bandeira do Brasil estilizada com folhagens, flores e pássaros.

Para a análise do anúncio em questão, utilizamos os estudos do Círculo de Mikhail Bakhtin sobre dialogismo e gêneros do discurso. Sabemos que cada esfera das atividades humanas elabora enunciados relativamente estáveis para atender às finalidades comunicativas e, ao enunciar um determinado discurso, retoma outros enunciados num processo de reflexão mútua, determinando-lhes o caráter, ou seja, dando-lhes características únicas, tornando-os singulares. O enunciado, portanto, apresenta marcas enunciativas que revelam a posição do sujeito enunciator inserido em um dado contexto sócio-histórico.

Gêneros do discurso e dialogismo

Os estudos de Mikhail Bakhtin¹ enfatizam a relação entre língua e práxis humanas, destacando a necessidade de conhecimento, por parte dos sujeitos da comunicação, dos enunciados que compõem as diversas esferas das atividades humanas. A concepção de enunciado, nessa perspectiva, é uma unidade de comunicação em oposição à ideia de língua como abstração gramatical, ou seja, como uma sentença inscrita na gramática. Assim, a língua é concebida como viva, concreta, em seu uso real.

O conceito de gêneros do discurso — “tipos relativamente estáveis de enunciados” elaborados para atender as finalidades das diversas esferas de atividades humanas (BAKHTIN, 2000) — traz em seu bojo o conceito de dialogismo que não deve ser entendido somente como o diálogo do cotidiano ou face a face, mas, sim, aquele que instaura a condição dialógica da linguagem.

A heterogeneidade dos gêneros do discurso, ou seja, a variedade de enunciados para o atendimento das diversas esferas de atividades humanas também evoca o diálogo entre gêneros de discurso primário (simples, do cotidiano) e os secundários (mais complexos, geralmente escritos, como os gêneros artísticos, científicos, entre outros). A absorção dos gêneros primários pelos secundários evidencia os problemas para a análise dos enunciados, pois, como afirma Bakhtin (2000, p. 282), além de esclarecer a natureza do enunciado, expõe o “difícil problema da correlação entre língua, ideologias e visões do mundo”.

Bakhtin também salienta que, em cada época e, de acordo com os valores sociais vigentes, há alterações dos gêneros do discurso, não só os gêneros secundários, mas também os primários, acarretando, assim, uma modificação no estilo e na estrutura composicional.

Nessa perspectiva, os gêneros têm que estar abertos para a mudança, para a remodelação, pois a forma, na concepção bakhtiniana, passa a ser entendida, ao mesmo tempo, como

¹ Apesar de nos referirmos, ao longo do artigo, aos estudos de Mikhail Bakhtin, trata-se das reflexões do “Círculo de Bakhtin” e não exclusivamente dos textos assinados por ele. Não nos interessamos, neste trabalho, em discutir a autoria dos textos dos integrantes do círculo, composto por estudiosos e artistas como Bakhtin, Volochinov, Medviédiev e outros.

estabilidade e instabilidade, como reiteração e abertura para o novo, ou seja, um gênero novo traz recorrências de gêneros antigos, equilibrando-se entre o estático e o dinâmico.

Nesse processo contínuo de mudanças, é possível reconhecer similaridades e recorrências da forma, entendendo, portanto, que os enunciados são relativamente estáveis, mas auxiliam na organização das mais diversas atividades humanas, orientando nosso agir e permitindo que nos adaptemos a novas circunstâncias que, porventura, possamos viver. Há, desse modo, um estreito vínculo entre língua e vida, pois “a língua penetra na vida através dos enunciados concretos que a realizam, e é também através dos enunciados concretos que a vida penetra na língua” (BAKHTIN, 2000, p. 282).

Bakhtin propõe uma nova concepção de estudo da língua, a translinguística,² que tem por objetivo compreender as relações dialógicas da língua, ou seja, o funcionamento real, concreto da linguagem verbal. Desse modo, o filósofo russo opõe-se ao estudo do sistema da língua, de suas unidades (palavras e orações). Também é contrário à noção de funções do “ouvinte” ou “receptor”. Segundo ele, nos cursos de linguística geral, o locutor é ativo no processo e o ouvinte, quem recebe a fala, é passivo. Pela perspectiva bakhtiniana, o ouvinte adota uma atitude responsiva ativa perante o enunciado, podendo discordar, complementar, adaptar, confrontar. O próprio locutor é um respondente, pois ele também responde a enunciados dos outros.

O acabamento de um enunciado sempre pressupõe a compreensão responsiva ativa do outro. Desse modo, constitutivamente, o enunciado é dialógico e, nele, estão presentes outros enunciados que, ideologicamente, são refletidos e refratados de acordo com os valores sociais vigentes no contexto em que está inserido.

Como afirma Bakhtin (1999, p. 32), “um signo não existe apenas como parte de uma realidade; ele também reflete e refrata uma outra. Ele pode distorcer essa realidade, ser-lhe fiel, ou apreendê-la de um ponto de vista específico, etc. Todo signo está sujeito aos critérios de avaliação ideológica”.

O acabamento do enunciado deve proporcionar a possibilidade de resposta do outro e é determinado por três fatores elencados por Bakhtin (2000, p. 299): “1) o tratamento exaustivo do objeto de sentido; 2) o intuito, o querer-dizer do locutor; 3) as formas típicas de estruturação do gênero do acabamento”.

O primeiro item, o tratamento exaustivo do enunciado, é relativizado pelo acabamento mínimo, de acordo com o contexto em que está inserido, da forma como o problema é abordado, do material, isto é, tudo depende do intuito discursivo do locutor. O intuito discursivo, em combinação com o objetivo da enunciação, forma uma unidade indissolúvel que determina o todo do enunciado e possibilita uma atitude responsiva, visto que um enunciado é considerado acabado quando permite a resposta do outro. O querer-dizer do locutor se realiza por meio da escolha do gênero, ou seja, deve-se selecionar um enunciado, composto pelo conteúdo temático, pelo estilo verbal (entendido como escolhas dos recursos da língua – recursos lexicais, fraseológicos e gramaticais) e pela estrutura composicional, que atenda às necessidades comunicativas e esteja em acordo com a esfera da atividade humana em questão.

² De acordo com Fiorin (2006), em algumas traduções das obras bakhtinianas, o termo “translinguística” aparece como “metalinguística”. Embora os prefixos *meta-* e *trans-* (o primeiro grego e o segundo latino) tenham o mesmo sentido de “além de”, *metalinguística* acaba sendo relacionada aos discursos que descrevem e analisam a língua.

O estilo é determinado pelos problemas de execução que o enunciado representa para o locutor. Desse modo, é necessária a expressividade do locutor, que ocorre por meio de uma dada entonação, perante o objeto de sentido de seu enunciado para a enunciação de seus valores emotivo-valorativos. É importante salientar que há a expressividade típica do gênero, o que não desabona a possibilidade da expressividade individualizada dependendo do gênero utilizado permitir maior ou menor individualização. Segundo Bakhtin (2000), a partir do momento em que uma palavra é empregada pelo locutor em uma determinada situação discursiva e com uma intenção, já está impregnada de expressividade individual.

Por exemplo, os enunciados que compõem os gêneros secundários exigem maior criatividade e elaboração da linguagem, mesmo porque também estão vinculados ao querer-dizer do enunciador. Um romance, uma carta, uma propaganda, por exemplo, não têm como objetivo único manter uma interação verbal, mas, muitas vezes, têm como princípio convencer, seduzir o outro, ou, até mesmo, proporcionar contemplação da estética, visto que há a possibilidade, nas artes literárias, de “manipular” as palavras para a criação do “belo”.

Assim, o intuito discursivo vincula-se à forma do gênero escolhido, ou seja, ao todo do enunciado, à sua estruturação. Há a necessidade da relativa forma padrão para que possamos nos orientar quanto à nossa participação social.

Em relação à citação e à utilização de enunciados já existentes aliadas à experiência individual do locutor, Bakhtin (2000, p. 313) afirma que

A época, o meio social, o micromundo – o da família, dos amigos e conhecidos, dos colegas – que vê o homem crescer e viver, sempre possui seus enunciados que servem de norma, dão o tom; são obras científicas, literárias, ideológicas, nas quais as pessoas se apóiam e às quais se referem, que são citadas, imitadas, servem de inspiração. Toda época, em cada uma das esferas da vida e da realidade, tem tradições acatadas que se expressam e se preservam sob o invólucro das palavras, das obras, dos enunciados, das locuções, etc. Há sempre um certo número de ideias diretrizes que emanam dos “luminares” da época, certo número de objetivos que se perseguem, certo número de palavras de ordem, etc.

Nessa ambiência, entendemos que nossos enunciados estão repletos das palavras dos outros e que podem sofrer, determinados por um juízo de valor, um processo de assimilação ou de reestruturação. Justamente por pressupor uma atitude responsiva ativa do ouvinte, ao produzir um enunciado, o locutor leva em conta o destinatário e seus conhecimentos, objeções, preconceitos e convicções a respeito do objeto de sentido do enunciado. Assim sendo, o estilo e a expressividade, que dão um tom emotivo-valorativo ao enunciado, dependem do modo como o locutor percebe e compreende seu destinatário.

Abraça essa Brasil: a retomada de símbolos brasileiros

Atualmente, o Brasil vive um momento de euforia, pois, na esfera econômica, vem sendo considerado um país promissor e, na esfera esportiva, o país também experimenta um momento de celebração e expectativa, visto que será sede da Copa do Mundo de Futebol, em 2014, e dos Jogos Olímpicos, em 2016.

Todos esses eventos contribuem para a retomada de símbolos, narrativas, mitos e figuras que constituem as representações da identidade brasileira. Em época de Copa do Mundo, as cores da bandeira nacional, por exemplo, não somente invadem as ruas, como também evocam um patriotismo, muitas vezes, adormecido. É nesse contexto, que analisamos uma propaganda, veiculada na revista *Veja*, em janeiro de 2010, das malhas Malwee³ cuja campanha publicitária intitulada “Um abraço brasileiro” tem como tema central o Brasil e sua diversidade cultural (Disponível em:< <http://www.malwee.com.br/colecao>>. Acesso em: 17 set. 2010).



Figura 1. Abraça essa Brasil

Copa 2010

Abraça essa Brasil

De braços abertos pra abraçar a felicidade. Desfilando criatividade e muita moda, a Malwee faz um convite para você. Saia nas ruas, mostre seu sorriso, esbanje verde, amarelo, azul. Misturando talento, temos raça para conquistar o mundo. O abraço já está garantido. A bandeira é para torcer. Abraça Brasil!

Malhas Malwee. Um abraço brasileiro. (VEJA, 20 de jan. 2010, p.15,16.)

Marcado pelo contexto, ano de Copa do Mundo, e sob a influência do destinatário, o brasileiro é apaixonado por futebol, o anúncio publicitário apresenta uma estrutura composicional e um estilo que evocam alguns símbolos brasileiros, entre eles, a bandeira nacional, a fauna e a flora brasileiras e a “raça” e o “talento” de nosso futebol.

³ Transcrevemos o enunciado verbal a fim de possibilitar a leitura de todo o anúncio publicitário.

Em primeiro lugar, retomemos a simbologia da bandeira nacional: o retângulo verde simboliza as matas e florestas, o losango amarelo representa o ouro e as riquezas minerais, o círculo azul estrelado, o céu onde brilha o Cruzeiro do Sul. A faixa branca com a inscrição “Ordem e Progresso” é herança do positivismo de Augusto Comte. De acordo com Carvalho (2000), Rui Barbosa solicitou a Teixeira Mendes,⁴ criador do projeto da bandeira nacional, que justificasse a divisa positivista. Teixeira Mendes alegou que “o emblema nacional deve ser símbolo de fraternidade e ligar o passado ao presente e futuro. A ligação com o passado se dava na conservação de parte da bandeira imperial [...]” (CARVALHO, 2000, p. 113), como as cores verde e amarelo, representações da natureza e das riquezas do país. Mas a bandeira tinha também que representar o presente, ou seja, o regime republicano, e o futuro. Nesse sentido, a divisa, segundo Teixeira Mendes, cumpria esse papel, pois de um mundo dividido em duas tendências distintas – excessos de ordem substituídos por excessos de progresso – passava-se a uma concepção que unia os dois polos e era “a base da nova dinâmica de confraternização universal, prenúncio da fase final de evolução da humanidade” (CARVALHO, 2000, p. 113).

Ainda sobre a bandeira brasileira, podemos citar Chauí (2000, p. 62), ao afirmar que,

desde a Revolução Francesa, as bandeiras revolucionárias tendem a ser tricolores e são insígnias das lutas políticas por liberdade, igualdade e fraternidade. A bandeira brasileira é quadricolor e não exprime o político, não narra a história do país. É um símbolo da Natureza. É o Brasil-jardim, o Brasil-paraíso.

A respeito da representação da natureza, desde o descobrimento do Brasil, com a Carta de Pero Vaz de Caminha, é feita a descrição de uma terra prodigiosa, abundante. É a descoberta do Novo Mundo, do “paraíso terrestre”, como mencionam a Bíblia e os escritos medievais. O paraíso terrestre é o jardim do éden, perfeito, com vegetação bela e abundante, temperatura amena e uma profusão de pássaros e de outros animais. É a “visão do paraíso” denominada por Holanda (2000) e descrita por viajantes e cronistas dos períodos de conquista e de colonização da América, que, seguindo modelos literários, delineiam, em seus textos, uma terra generosa, sob constante primavera, produtora de flores e frutos e habitada por homens isentos de cobiça, pois obtinham tudo sem esforço.

Da carta de Pero Vaz de Caminha, datada em 1º de maio de 1500, podemos citar alguns trechos que comprovam essa concepção de uma natureza bela e promissora, com pássaros, água em abundância e muitas matas:

Enquanto andávamos nesta mata a cortar a lenha, atravessaram alguns papagaios por essas árvores, alguns verdes e outros pardos; grandes e pequenos de maneira que me parece que haverá nesta terra muitos, mas eu não vi mais que até 9 ou 10. Outras aves, então, não vimos; somente algumas pombas seixas e pareceram-me maiores, em boa quantidade, que as de Portugal. Alguns diziam que viram rolas, mas eu não as vi; mas, segundo os arvoredos são, muitos e muitos e grandes e de infindas maneiras, não duvido que por esse sertão haja muitas aves. (CAMINHA, 1500, apud VALENTE, 1975, p. 170)

⁴ A atual bandeira do Brasil, idealizada por Teixeira Mendes e desenho executado por Décio Villares, foi criada como reação à bandeira “americanizada” do Clube Republicano Lopes Trovão, que era composta por faixas horizontais, nas cores verde e amarela, e um quadrilátero de fundo negro, com estrelas bordadas com miçangas, a fim de homenagear a raça negra.

Esta terra, Senhor, me parece que da ponta que mais contra o sul vimos, até a outra ponta que contra o norte vem, de que nós deste porto houvermos vista, será tamanha que haverá nela bem 20 ou 25 léguas por costa. Traz, ao longo do mar, em algumas partes, grandes barreiras, algumas vermelhas, algumas brancas; e a terra por cima é toda plana e muito cheia de grandes arvoredos. De ponta a ponta é toda praia rasa, muito plana e bem formosa. Pelo sertão, pareceu-nos do mar muito grande, porque a estender a vista não podíamos ver senão terra e arvoredos, parecendo-nos terra muito longa. Nela, não pudemos saber que haja ouro nem prata, nem nenhuma coisa de metal, nem de ferro; nem as vimos. Mas a terra em si é muito boa de ares, tão frios e temperados [...]. Águas são muitas e infundas. De tal maneira é graciosa que, querendo aproveitá-la dar-se-á nela tudo por bem das águas que tem. (CAMINHA, 1500, apud VALENTE, 1975, p. 191)

Embora esteja evidenciado, nesses enunciados, o interesse do colonizador sobre as terras descobertas – “não pudemos saber que haja ouro nem prata, nem nenhuma coisa de metal, nem de ferro” ou ainda “querendo aproveitá-la dar-se-á nela tudo por bem das águas que tem” – a descrição demonstra a exuberância e beleza da natureza brasileira, aproximando-se, dessa maneira, da visão edênica de outros cronistas e descobridores.

Já no período do Romantismo brasileiro, o poema “Canção do exílio”, de Gonçalves Dias – “Minha terra tem palmeiras/ Onde canta o sabiá/ As aves que aqui gorjeiam/ Não gorjeiam como lá” (DIAS, 2001, p. 16), a oposição semântica entre o aqui (Portugal) e o lá (Brasil), faz menção ao sabiá e às palmeiras, contribuindo para reforçar a ideia de um sentimento saudosista de uma pátria distante, bela e cheia de prazeres. Como afirma Candido (1981, p.15) sobre a relação entre o Romantismo brasileiro e o nacionalismo,

sobretudo nos países novos e nos que adquiriram ou tentaram adquirir independência, o nacionalismo foi manifestação da vida, exaltação afetiva, tomada de consciência, afirmação do próprio pelo imposto. Daí a soberania do tema local e sua decisiva importância [...]. Descrever costumes, paisagens, fatos, sentimentos carregados de sentimento, era libertar-se do jugo da literatura clássica, universal, comum a todos, preestabelecida, demasiado abstrata – afirmando em contraposição a concreto, espontâneo, característico, particular.

Nessa perspectiva, o patriotismo engloba também o nativismo, com predominância do sentimento da natureza, além da busca de uma literatura própria, desvinculada da tradição clássica. O poema “Canção do Exílio”, e suas posteriores releituras, representam essa tentativa de construir uma identidade nacional.

Atualmente, junto ao Hino Nacional (em que são citados dois versos do poema de Gonçalves Dias), à bandeira, ao brasão e ao selo, o sabiá-laranjeira é considerado um símbolo oficial nacional por meio de um decreto de 03 de outubro de 2002, assinado pelo ex-presidente da República, Fernando Henrique Cardoso. Esse decreto “dispõe sobre o ‘Dia da Ave’ e nomeia o sabiá como símbolo representativo da fauna ornitológica brasileira e considerada popularmente Ave Nacional do Brasil” (Disponível em: <<http://www.planalto.gov.br/ccivil>>. Acesso em: 15 set. 2010).

Retornemos, por ora, ao anúncio em questão que, por se tratar de um enunciado verbo-visual, exige uma análise dos recursos linguísticos, mas também da construção imagética que compõe o enunciado.⁵ Consideramos a bandeira inserida na propaganda

⁵ Para a análise dessa propaganda, por se tratar de um enunciado verbo-visual, seguimos os estudos de Brait a partir da concepção de Bakhtin sobre estilo e a possibilidade de estender essa concepção para além dos

como um enunciado, tendo em vista que apresenta sentido e é compreendida, em seu formato primeiro, como um símbolo nacional. Entretanto, verificamos alterações em sua constituição, como: o retângulo verde, que simboliza as matas e florestas brasileiras, é preenchido por folhas, possivelmente de palmeiras. Flores amarelas delimitam o campo outrora marcado pelo losango amarelo e o azul anil do céu está povoado de pássaros também azuis. Há ainda papagaios verdes, amarelos ou mesclados com as cores brasileiras “voando” por toda a bandeira. Já a divisa “Ordem e Progresso” é substituída pela faixa “Abraça essa Brasil”.

A alteração da composição da bandeira e, por conseguinte, do estilo empregado em todo o enunciado, pertencente aos gêneros publicitários, são delimitados pela expressividade revelada na nova divisa “Abraça essa Brasil”, que acaba por expor a relação valorativa do enunciador para com o todo do anúncio. Seguindo a esteira dos estudos bakhtinianos, como “um enunciado concreto é um elo na cadeia da comunicação verbal de uma dada esfera” (BAKHTIN, 2000, p. 316), a propaganda evoca outros enunciados, refletindo-os e refratando-os. Assim sendo, antigos valores são retomados, mas novos sentidos são construídos e outras posições de valor são evocadas.

Os papagaios descritos por Caminha – “atravessaram alguns papagaios por essas árvores, alguns verdes e outros pardos; grandes e pequenos de maneira que me parece que haverá nesta terra muitos”, ou ainda a possibilidade de haver outros pássaros – “mas, segundo os arvoredos são, muitos e muitos e grandes e de infindas maneiras, não duvido que por esse sertão haja muitas aves” – estão presentes na bandeira que compõe a propaganda das malhas Malwee. Como um dos discursos fundadores da identidade brasileira, a carta endereçada ao rei de Portugal, com o intuito de relatar a viagem e descrever as terras descobertas, está refletida nesse enunciado. No entanto, além da exaltação das belezas e potencialidades das terras brasileiras, há também a refração de acordo com novas categorias espaço-temporais: o “país do futebol”, “abençoado por Deus” e com uma natureza exuberante pode conquistar o mundo e ser hexacampeão. Por isso, o povo, considerado pacífico e alegre, deve sair às ruas para torcer pelo país verde-amarelo.

Assim, ao mesmo tempo em que são retomados os símbolos de um país de natureza exuberante, com fauna e flora ricas e diversificadas, aproximando-se do jardim do éden e, portanto, das bênçãos de Deus, também são evocados o talento e a garra dos jogadores brasileiros. Num processo dialógico, o enunciador introduz imagens e palavras de enunciados anteriores que constituem a identidade brasileira, mas, por meio de um tom alegre, revela a entonação e expressividade do enunciado, dando-lhe, portanto, novos sentidos. A escolha do verbo abraçar, por exemplo, não é uma mera escolha de recursos do sistema da língua, visto que expressa sentidos diversos e expõe a relação valorativa que o locutor mantém com o enunciado. Dessa maneira, abraçar pode ser entendido como fusão entre as pessoas, em comemoração às possíveis vitórias nos jogos da Seleção Brasileira durante a Copa do Mundo, o abraço à taça, símbolo de vitória, ou ainda, na esfera do discurso publicitário de uma marca de malhas, pode conotar uma demonstração de afeto, de carinho da empresa a todos os brasileiros que podem, inclusive, vestir camisetas Malwee. Aliás, a presença do destinatário é evidenciada pelo emprego do pronome “você” em “[...] a Malwee faz um

textos verbais. Segundo a pesquisadora, o “cuidado com a dimensão específica da visualidade nos obriga, também, a reformular construtos teóricos e metodológicos, uma vez que não se trata de testar determinados conceitos ou determinada teoria, mas discutir a construção de sentidos, a produção de sentidos desses discursos” (BRAIT, 2005, p. 97).

convite a você” e pelo uso do imperativo — “Saia nas ruas, mostre seu sorriso, esbanje verde, amarelo, azul”.

No contexto do anúncio, o enunciado “Ordem e Progresso” e, portanto, a alteridade e o sentido construído como uma divisa do futuro promissor da nação brasileira, ao ser trocado, revela uma nova posição avaliativa do enunciador: conquistar o mundo, ser patriota, vestir verde, amarelo, azul, abraçar a felicidade, tudo pode ser obtido pela possível vitória do Brasil na Copa do Mundo de Futebol.

Finalizando, entendemos que o anúncio publicitário, determinado pelas características do gênero, reflete discursos já enunciados, reforçando, desse modo, valores que constituem o imaginário da identidade brasileira. Também escamoteia a função principal do discurso publicitário – divulgar e/ou vender ideias e produtos, inclusive por se colocar como uma empresa nacional ao afirmar – “Malhas Malwee, um abraço brasileiro”.

Assim, ao analisar o anúncio, é possível afirmar que, na conjunção entre enunciados diversos que revelam a construção do imaginário da identidade nacional em discursos, por exemplo, históricos, literários e sobre o futebol do Brasil, (re)constrói-se a ideia de que o Brasil, além de ser o “país do futebol”, é uma nação promissora cuja natureza, “abençoada por Deus”, é rica, exótica e bela.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANÚNCIO publicitário das Malhas Malwee. *Veja*, São Paulo, ano 43, n. 3, p. 14-15, 20 jan. 2010.

BAKHTIN, Mikhail. *Marxismo e filosofia da linguagem*. Tradução de Michel Lahud e Yara Frateschi Vieira. 9. ed. São Paulo: Hucitec, 1999.

_____. *Estética da criação verbal*. Tradução de Maria Ermantina Galvão; revisão de tradução de Marina Appenzeller. 3. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

BRAIT, Beth. Estilo. In: _____ (Org.). *Bakhtin: conceitos-chave*. São Paulo: Contexto, 2005. p. 79-102.

CANDIDO, Antonio. *Formação da literatura brasileira: momentos decisivos*. 6. ed. Belo Horizonte: Itatiaia, 1981. v. 2.

CARVALHO, José Murilo de. *A formação das almas: o imaginário da República do Brasil*. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

CHAUÍ, Marilena. *Brasil: mito fundador e sociedade autoritária*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2000.

DECRETO de 03 de outubro de 2002. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br?ccivil/](http://www.planalto.gov.br/ccivil/)>. Acesso em: 15 set. 2010.

DIAS, Gonçalves. *Melhores poemas de Gonçalves Dias*. Seleção de José Carlos Garbuglio. 7. ed. São Paulo: Global, 2001. p. 16.

FIORIN, José Luiz. *Introdução ao pensamento de Bakhtin*. São Paulo: Ática, 2006.

HOLANDA, Sérgio Buarque de. *Visão do paraíso*: os motivos edênicos do descobrimento e colonização do Brasil. São Paulo: Brasiliense / Publifolha, 2000. (Grandes nomes do pensamento brasileiro).

MALHAS Malwee. Disponível em:< <http://www.malwee.com.br/colecao>>. Acesso em: 17 set. 2010.

VALENTE, José Augusto Val. *A carta de Pero Vaz de Caminha*: estudo crítico, paleográfico-diplomático. São Paulo: Fundo de Pesquisas do Museu Paulista da Universidade de São Paulo, 1975.

BIBLIOGRAFIA NÃO CITADA

VIEIRA, Beatriz de Moraes. Onde canta o sabiá. *Nossa história*, Rio de Janeiro, ano 1, n. 5, p. 68-71, mar. 2004.