

REPRESENTAÇÕES SOCIAIS DO /R/ CAIPIRA: ALGUMAS QUESTÕES

Cândida Mara Britto LEITE¹

RESUMO: O presente estudo investiga as representações sociais do dialeto caipira, particularmente no que diz respeito à pronúncia retroflexa típica desse dialeto. Para abordar essa questão, o *corpus* selecionado consta de um poema que foi publicado em meio eletrônico e de uma propaganda televisiva, pois consideramos que tais textos funcionam como suporte das representações que nos interessa estudar. O referencial teórico adotado foi o da Teoria das Representações Sociais, conforme Moscovici (1978, 2000).

Palavras-chave: Representações Sociais; Dialeto caipira; /R/ retroflexo.

ABSTRACT: The present study investigates the social representations of the caipira dialect, particularly concerning the /R/ retroflex pronunciation of this dialect. The selected *corpus* consists of one poem that was published on a web page and one television advertisement, once we believe that these texts functions as a support for the representations that we are studying. The adopted theoretical reference was that of Social Representations Theory proposed by Moscovici (1978, 2000).

Keywords: Social Representations; Caipira dialect; /R/ retroflex.

1. Considerações Iniciais

Os fenômenos de representação social são construídos nos universos consensuais de pensamento e estão presentes em várias instâncias da interação social, dentre as quais se destacam as comunicações interpessoais e de massa (MOSCOVICI, 2000).

Neste texto, proponho-me a analisar, a partir da Teoria das Representações Sociais fundada por Serge Moscovici (1978, 2000), as representações sociais (doravante RS) acerca do dialeto caipira, particularmente no que diz respeito à pronúncia retroflexa típica desse dialeto, a partir de um poema veiculado em meio eletrônico e de uma propaganda exibida em meio televisivo. Nessa primeira análise, mobilizaremos os conceitos de ancoragem e objetivação, que são processos formadores das RS.

Vale ressaltar que essa proposta de trabalho faz parte de um projeto de pesquisa mais amplo em que se pretende descrever e caracterizar acusticamente as variantes de /R/ que

¹ Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Linguística do Instituto de Estudos da Linguagem (IEL) da Universidade Estadual de Campinas (Unicamp); Enquadramento Funcional da Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia (Uesb).

concorrem em posição de coda silábica no dialeto campineiro, além de investigar as RS acerca dessa temática junto a informantes do dialeto em questão.

2. A Teoria das Representações Sociais

O psicólogo Serge Moscovici desenvolve, em 1961, a Teoria das Representações Sociais. Moscovici estava interessado em explorar a variação e a diversidade das idéias coletivas nas sociedades modernas. Segundo Moscovici (1978, 2000), as RS são saberes coletivos compartilhados que tem função de estruturar o mundo ao redor, de tornar familiar o que era desconhecido ou estranho. São mais que opiniões ou tomadas de posição a favor ou contra algo. São as justificativas para as opiniões ou tomadas de posição. São, ainda, o sinal e a reprodução de um objeto socialmente valorizado e sempre uma reprodução de alguém, tanto quanto de alguma coisa. Assim, como resume Jodelet (2001, p. 27), “a representação social é sempre representação de alguma coisa (objeto) e de alguém (sujeito). As características do sujeito e do objeto nela se manifestam”.

Sabemos que, para Moscovici (1978, p. 65), a estrutura de cada representação tem “duas faces tão pouco dissociáveis quanto a página da frente e o verso de uma folha de papel: a face figurativa e a face simbólica”, procurando, com essa relação, dizer que ela faz compreender a “toda figura um sentido e a todo o sentido uma figura”. A face figurativa é imagética, icônica. A face simbólica é conceitual. A partir dessa dupla estrutura, organizam-se os processos de ancoragem e objetivação na apropriação de um objeto. São esses os processos formadores de representações sociais.

Na construção de uma representação social, a ancoragem configura-se como uma operação de lexicalização e conceitualização para tornar familiar o estranho. Ancorar é classificar e dar nome a um objeto. Para que seja identificada, é preciso que haja uma pesquisa histórica da vida e do pensamento popular.

Dar um nome constitui-se em uma operação relacionada com uma atitude social. Conforme Moscovici (2000, p. 63) “categorizar alguém ou alguma coisa significa escolher um dos paradigmas estocados em nossa memória e estabelecer uma relação positiva ou negativa com ele”. Ainda, segundo o referido autor, na maioria das vezes, as classificações são feitas comparando as pessoas a um protótipo, geralmente aceito como representante de uma classe em que o primeiro é definido através da aproximação ou da coincidência com o último. Categorizar e dar nomes são dois aspectos da ancoragem das representações.

Por outro lado, a objetivação é o processo de concretizar significados em uma imagem, e vice versa. Objetivar é “dar uma forma – ou figura – específica ao conhecimento

acerca do objeto” (Sá, 1998, p.47). Através desse processo, um conceito abstrato de difícil entendimento é retratado, “coisificado” numa imagem concreta. De acordo com Moscovici (2000, p. 71-72) “objetivar é descobrir a qualidade icônica de uma idéia, ou ser impreciso; é reproduzir um conceito em uma imagem”. Trata-se de um processo mais atuante que a ancoragem. A respeito desse processo, e considerando os trabalhos produzidos sob a ótica das RS, Celso Pereira de Sá afirma:

No que se refere à objetivação, em vez de buscar pesquisá-la junto a sujeitos específicos do grupo estudado, talvez seja mais viável tentar evidenciá-la nos meios de comunicação de massa. Além de constituírem importantes fontes de formação das representações no mundo contemporâneo, é neles – na televisão, em especial – que melhor se configura a tendência à concretização das idéias em imagens. Como já assinalamos, esta não é uma prática corrente de pesquisa cabendo pois incentivá-la junto aos novos pesquisadores das representações sociais (Sá, 1998, p. 71).

Neste trabalho, consideraremos, portanto, a sugestão de Sá (1998), citada acima, e buscaremos exemplos da concretização do processo de objetivação acerca do dialeto caipira em uma poesia publicada em meio eletrônico, intitulada “Mão caipira, sim senhor!”, de Ralf Campos, e em uma propaganda da empresa Talentos Brilhantes² veiculada em meio televisivo.

3. O fenômeno em questão

Como argumenta Jodelet (2001), é possível determinarmos as representações através da comunicação social sob seu aspecto midiático. As RS “circulam nos discursos, são trazidas pelas palavras e veiculadas em mensagens e imagens midiáticas, cristalizadas em condutas e em organizações materiais e espaciais”. (Jodelet, 2001, p. 17-18). Dessa forma, podemos considerar os textos publicados em meio eletrônico como suportes³ das RS que nos interessa estudar.

Da poesia de Ralf Campos, intitulada “Mão caipira, sim senhor.”, selecionamos as seguintes passagens:

² Essa propaganda foi gravada em 12/03/2003 enquanto era exibida pela Rede Globo de Televisão nos intervalos do programa Mais Você.

³ O discurso ou o comportamento dos sujeitos, documentos, práticas, dentre outros, são, também, suportes de uma representação social.

*“Atentem ao que vou contar
com muita seriedade,
é com tristeza que escrevo,
não vai nenhuma saudade,
porque ninguém pára a vida
só a morte em sua vontade.*

*Mas orgulho e prepotência,
às vezes de mais da conta,
seguem modismos baratos
mostrando só uma ponta.
Então, responder é preciso
pra aliviar uma afronta.*

*Já faz tempo que “caipira”
virou modo de xingar,
se usa dessa palavra
para o outro aporrinhar,
como se fosse ofensa
e não pudesse orgulhar.*

*Até o erre arrastado
é mote de zombaria.
Ma ninguém mesmo percebe
que o erre do nosso caipira
é o mesmo erre entonado
nas “terras das pradarias”?*

*O erre do inglês do norte,
parece, vem embalado
com a roupa do caubói,
todo, todo endolarado,
se mostrando superior
pra quem quer ser enganado”.*

No que se refere à pronúncia do /R/ retroflexo característica do dialeto caipira, esta foi categorizada como um “erre arrastado”, motivo de zombaria. Por outro lado, a mesma pronúncia retroflexa encontrada na língua inglesa é descrita de maneira positiva, pois a referência desta é o estereótipo do cowboy do oeste americano, abastado economicamente, “endolarado”, e, portanto, tido como prestigioso.

A propaganda, abaixo, foi exibida pela televisão em um horário de grande audiência. Nesta propaganda, os modelos da empresa Talentos Brilhantes distribuíam sorrisos e elegância ao convidar jovens de todo o interior paulista interessados em fazer parte do *casting* de tal empresa. Durante a chamada, não esqueciam de avisar que aquele “probleminha”, o /R/ retroflexo que provavelmente fazia parte do dialeto desses modelos, seria resolvido mediante

um “toque”, talvez como um toque de mágica. Assim, dois interlocutores, uma moça (M) e um rapaz (R), anunciam:

M: fazer T.V. pra mim sempre foi um sonho

R: tudo muito difícil (+) viu’

M: imagina eu (+) morando no interior (+) falando [ˈpo.te] (+) [ve.jˈme.lu]

M: mas aí a Talentos me deu um toque e as coisas ficaram mais fáceis

R: de repente eu estava assinando um contrato incrível

M: agora eu tô aqui (+) pronta pra vãos mais altos

M: e se você quer ser cantor (+) ator (+) bailarino (+) ou::

R: apresentar um PROGRAMA DE T.V.

M: e se você quer participar das produções ainda deste ano (+) não perca tempo (+) LIGUE AGORA PARA TALENTOS BRILHANTES.

A propaganda veiculada pela televisão legitima o desprestígio do /R/ retroflexo na sociedade paulista. Podemos argumentar que o /R/ retroflexo, ou caipira, como designado na poesia, é a concretização, o ícone, o símbolo do dialeto caipira. Esta é uma das formas de “coisificar”, através do processo de objetivação, as representações acerca do dialeto caipira.

De fato, representação é, fundamentalmente, um sistema de classificação e de denotação, de alocação de categorias e nomes. A neutralidade é proibida, pela lógica mesma do sistema, onde cada objeto deve possuir um valor positivo ou negativo e assumir um determinado lugar em uma clara escala hierárquica (MOSCOVICI, 1978). Como podemos verificar, o objeto do processo de objetivação – o /R/ retroflexo – foi categorizado. Categorizar alguém ou alguma coisa significa escolher um dos paradigmas estocados em nossa memória e estabelecer uma relação positiva ou negativa com ele. De fato, há uma avaliação negativa acerca da pronúncia do /R/ retroflexo. Tão negativa que, para ser modelo e alçar vãos mais altos, é preciso deixá-la de lado. Caso contrário, não ocorrerá a sonhada decolagem.

As redes de comunicação informais ou da mídia intervêm na elaboração das RS abrindo caminho a processos de influência e até mesmo de manipulação social. A propaganda selecionada é um exemplo claro dessa intervenção.

Os estudos sociolinguísticos, dentre outros, nos mostram que a uma forma de pensamento corresponde uma forma de linguagem bem determinada. Diante das evidências apresentadas por esses estudos, faz-se necessário averiguar o que permanece constante e o que varia no pensamento social, bem como investigar as relações entre variações sociais e comportamento linguístico.

Os contatos entre culturas e línguas diferentes são, em grande parte, função das representações recíprocas, dos estereótipos, dos preconceitos, de questões subjetivas que interessam aos estudos das representações, bem como aos estudos sociolingüísticos. Uma síntese desses interesses pode ser resumida nas seguintes palavras de Uli Windisch:

Moral da história: o campo de estudo das representações sociais e o da Sociolingüística estão bem colocados para abordar igualmente os pesos e as variações. Se eles passarem à ação, estarão ganhando no jogo. Simultaneamente, estes dois campos do saber sobre o social podem fazer avançar o conhecimento relativo a pontos e riscos determinantes (Windisch, 2001, p. 149)

4. Considerações Finais

Nesta análise, vimos como os meios de comunicação evidenciam as RS através do processo de objetivação. Vimos, também, que a representação que liga o par sujeito-objeto em questão é um saber efetivamente praticado e não apenas suposto, haja vista a sua disseminação em larga escala através dos meios de massa e, principalmente, por meio da escrita poética.

Até então, se consideramos os suportes selecionados para esta apresentação, não poderemos apontar uma re-significação das RS apresentadas. Mas, há que se questionar se estas seriam as únicas representações relacionadas a essa díade sujeito-objeto. Existiriam, por outro lado, outros argumentos relacionados às representações elencadas acima, tais quais aqueles que dizem respeito à preservação das características caipira – caracterizada como única, original, criativa. Seria essa uma nova representação ou uma re-significação que estaria se formando, impulsionada por outras questões valorativas, como a pujança do agronegócio no interior paulista, por exemplo? Se assim for, como essa representação se dá? Qual o perfil daqueles que partilham/partilhariam dessa nova representação? Tais representações encontram-se concretizadas em uma nova imagem? Qual ou quais?

Na medida em que nos detemos à análise de um aspecto lingüístico formal que pressupomos que esteja em variação – variação do /R/ em coda silábica – e que pretendemos conduzir a pesquisa através de uma perspectiva qualitativa dos estudos sociolingüísticos, é importante que voltemos a nossa atenção às representações que os grupos sociais manifestam, bem como às expectativas, aos mecanismos de rejeição, de resistência e de defesa, como sugere Windisch (2001).

REFERÊNCIAS

CAMPOS, R. **Mão caipira, sim senhor!** Disponível em: www.maocaipira.cjb.net. Acesso em: 27 ago. 2004.

JODELET, D. Representações sociais: um domínio em expansão. In. JODELET, D. (Org.). **As Representações Sociais**. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2001 [1989], p. 17-44.

LEITE, C. M. B. **Atitudes Lingüísticas: A Variante Retroflexa em Foco**. Dissertação (Mestrado em Lingüística) – Instituto de Estudos da Linguagem, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2004.

MOSCOVICI, S. **A Representação Social da Psicanálise**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1978 [1961].

_____. **Representações Sociais: investigações em psicologia social**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2003.

SÁ, C. P. de. **A construção do objeto de pesquisa em representações sociais**. Rio de Janeiro: EdUERJ, 1998.

WINDISCH, U. Representações sociais, Sociologia e Sociolingüística: o exemplo do raciocínio e da fala cotidianos. In.: JODELET, D. (Org.). **As Representações Sociais**. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2001 [1989], p.139-151.