

**A REPRESENTAÇÃO DE LÍNGUA E CULTURA FRANCESAS NO (DIS)CURSO DE
DIVERSAS MATERIALIDADES DISCURSIVAS BRASILEIRAS**

**THE REPRESENTATION OF FRENCH LANGUAGE AND CULTURE IN THE
(DIS)COURSE OF DIVERSE BRAZILIAN DISCURSIVE MATERIALITIES**

**LA REPRESENTACIÓN DE LA LENGUA Y LA CULTURA FRANCESAS EN EL
(DIS)CURSO DE DIVERSAS MATERIALIDADES DISCURSIVAS BRASILEÑAS**



10.56238/IXSevenInternationalMultidisciplinaryCongress-049

José Carlos Moreira

Doutorado em Estudos Linguísticos com pesquisas em Análise do Discurso (AD) e História das
Ideias Linguísticas (HIL)

Instituição: Universidade Federal do Paraná (UFPR) - Campus Reitoria

E-mail: jcarlosmoreira7@gmail.com

Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-1358-205X>

Lattes: <http://lattes.cnpq.br/7180928244769047>

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo problematizar de que forma a língua e cultura francesas são representadas no discurso dos brasileiros, da mídia em geral, através da imprensa e das redes sociais. Questão de pesquisa: que representação de língua e cultura francesas comparece no discurso da fala dos brasileiros, nos livros didáticos, na imprensa em geral e na mídia? Há uma relativização ou reprodução de estereótipos sobre a língua e cultura francesas? Como romper com esse discurso? Para embasar essa pesquisa, utilizamos conceitos de Moscovici (2015), de interculturalidade, bem como noções de condições de produção e interdiscurso que estão ligadas à Análise de Discurso francesa (AD). Em seguida, trabalharemos com três recortes: o que aparece na mídia, nos livros didáticos e na imprensa escrita. Ao analisarmos as materialidades discursivas, tudo indica que há um forte estereótipo circulando nos espaços da formação social, uma uniformização do que seja língua e cultura francesas.

Palavras-chave: Representação. Língua e Cultura. Francês. Estereótipos.

ABSTRACT

This study aims to examine how the french language and culture are represented in the discourse of brazilians and in the media at large, including the press and social media. Research question: what representations of the french language and culture appear in the spoken discourse of Brazilians, in textbooks, in the press, and in the media? Is there a relativization or reproduction of stereotypes regarding the french language and culture? How can we break away from this discourse? To ground this research, we draw on Moscovici's (2015) concepts of interculturality, as well as notions of conditions of production and interdiscourse linked to french Discourse Analysis (DA). We will examine three areas: what appears in the media, in textbooks, and in the print press. Upon analyzing the discursive materials, everything indicates that there is a strong stereotype circulating in spaces of social formation—a homogenization of what constitutes the french language and culture.



Keywords: Representation. Language and Culture. French. Stereotypes.

RESUMEN

Este trabajo busca problematizar la representación de la lengua y la cultura francesas en el discurso brasileño, en los medios de comunicación en general, a través de la prensa y las redes sociales. Pregunta de investigación: ¿Qué representación de la lengua y la cultura francesas aparece en el discurso brasileño, en los libros de texto, en la prensa en general y en los medios de comunicación? ¿Existe una relativización o reproducción de estereotipos sobre la lengua y la cultura francesas? ¿Cómo romper con este discurso? Para fundamentar esta investigación, utilizamos conceptos de Moscovici (2015) sobre interculturalidad, así como nociones de condiciones de producción e interdiscurso vinculadas al Análisis del Discurso Francés (AD). Posteriormente, trabajaremos con tres fragmentos: lo que aparece en los medios de comunicación, en los libros de texto y en la prensa escrita. Al analizar las materialidades discursivas, todo indica que existe un fuerte estereotipo circulando en los espacios de formación social, una estandarización de lo que son la lengua y la cultura francesas.

Palabras clave: Representación. Lengua y Cultura. Francés. Estereotipos.

1 INTRODUÇÃO

Ao se falar em língua e cultura francesas no Brasil, é possível considerar que existe um saber que não se aprende¹ segundo o qual tais língua e cultura teriam uma aura de sofisticação, elegância, refinamento etc. Isso pode ser explicado pelo fato de que, por quase cinco séculos, a influência francesa sobre o Brasil deu-se em diversas áreas. Essa influência acontece a partir da “invasão europeia”² nas terras brasileiras por volta de 1500, comandada por Portugal, mas também pelos franceses e mais tarde com a vinda da família real portuguesa ao Brasil, até os dias de hoje.

A presença francesa no Brasil gerou na população um quadro, uma ideia de França, uma visão da língua e cultura francesas reforçada por nossas elites. Certamente isto tem a ver com o que se encontra presente em livros, relatos, imprensa e principalmente o que se vê veiculado na mídia, através de telenovelas, reportagens, documentários, filmes, publicidades etc. Para Orlandi (2003), isso constitui um discurso relacionado com outros discursos e sustentado pelas Condições de produção, ou seja, um dizer tem relação com outros dizeres realizados, imaginados ou possíveis.

Verifica-se assim que a representação que a população brasileira, ao longo dos séculos, vem tendo da língua e cultura francesas tanto no discurso quanto na sua prática social, seja através de hábitos, crenças, comportamentos, interações, por vezes chega a ser estereotipada e aponta para o posicionamento de autores como Moscovici (2015), o qual afirma que todos possuem uma representação social sobre algo que não conhecem muito bem ou que ouviram dizer. A maneira de ver o outro e sua cultura, bem como a si mesmo, revela-se facilmente, pois a representação que se tem de algo se impõe sobre o homem com uma força irresistível justamente por estar imbuída de percepções, ideias e atribuições do mundo em que se vive. Abric (1996) avança em relação a esse entendimento ao considerar que a representação pode tanto ser positiva quanto negativa, dependendo da concepção de mundo e da escala de valores de cada um. De fato, essa representação/imaginário se faz presente ao longo de vários anos na população brasileira, porém a questão que se coloca é quando se chega a um preconceito ou mesmo deslumbre, ou seja, se essa visão estereotipada é exagerada ou predominantemente negativa e que efeitos tal relação poderá causar mais à frente, por exemplo, no ambiente de sala de aula, que pode implicar ética, postura, posicionamentos, discussões, escolha de materiais didáticos como os documentos autênticos, por exemplo.

¹ Brasileiros consideram o idioma francês o mais sexy do mundo. Levantamento feito pelo aplicativo de idiomas Babbel revela 41% brasileiros entrevistados consideram a língua francesa mais sexy, enquanto a chinesa e alemã são as menos atraentes. De acordo com:

<http://diariodonordeste.verdesmares.com.br/suplementos/tur/online/brasileiros-consideram-o-idioma-frances-o-mais-sexy-do-mundo-1.1769486> . Acesso em 03/09/2018.

²A palavra “descoberta”, segundo Todorov (2011), parece remeter a um processo limpo de desvelamento, um mero *retirar das cobertas*, algo que traz à luz o que antes estava na escuridão. “Descoberta”, termo de tonalidade positiva, parece referir-se mais a um ato de encontrar um território novo — que só é “novo”, é claro, quando enxergado a partir da perspectiva daqueles que antes o desconheciam, ou seja, os europeus que aqui aportaram por 1500. Para o autor, o que ocorreu foi mesmo uma “invasão europeia” no Brasil.

2 INFLUÊNCIA DA LÍNGUA FRANCESA NO PORTUGUÊS BRASILEIRO

Muitos brasileiros afirmam considerar a língua francesa como a língua estrangeira mais bela. Construção simbólica que é, simultaneamente, um ato de conhecimento e um ato afetivo segundo Chartier (1991). Neste caso, as dimensões cognitiva, afetiva e social estão presentes na própria noção de representações sociais. Vale lembrar que a influência do idioma francês sobre o português é inegável.

Com efeito, a língua francesa esteve presente em diversos momentos da história brasileira, porém sempre foi vista como a língua das elites, conseqüentemente houve um distanciamento dessa língua em relação às camadas mais pobres da população, o que fez com que tal idioma se tornasse parte do imaginário popular, língua que se encontra dentro das normas, língua fluida em seu uso e com perspectivas políticas, era a língua da corte e tal fato ficou na memória da população brasileira e segundo os pressupostos bakhtinianos, todo signo linguístico é ideológico, a ideologia é um reflexo das estruturas sociais e toda modificação da ideologia encadeia uma modificação da língua (Bakhtin, 2010).

Desse modo, a questão do imaginário é pensada pela Análise de Discurso (AD) como “a imagem que se fazem uns dos outros, os participantes do diálogo.” (PÊCHEUX e FUCHS, 1975, p.82-83). A hipótese dos autores acima citados é a de que, nos processos discursivos, o que funciona é uma série de formações imaginárias que designam o lugar que os sujeitos atribuem a si mesmos e ao “outro”, e a imagem que eles fazem de seu próprio lugar e do lugar do outro no discurso. Esses lugares são representados, portanto, nos processos discursivos em que são colocados em jogo.

Sendo assim, o que se percebe é que os brasileiros trazem suas referências, conhecimento de mundo, de acordo com o que lhes foi passado, ou seja, o que se sabe ao longo dos séculos de presença francesa no Brasil e o discurso que prevalece é o do sistema de valores do colonizador. A mídia vem repetindo tal discurso durante muito tempo, por exemplo, o deslumbramento para com a língua e cultura francesas, bem como uma visão equivocada dos Franceses, são implicações que poderão levá-los a ver a cultura brasileira como inferior e posteriormente reproduzir esse comportamento em seus alunos. Entre as motivações que levaram à concepção dessa pesquisa figuram questões de ordem linguística e cultural. Partindo das mais abrangentes às mais específicas, destacam-se algumas indagações: que representação de língua e cultura francesas aparece no discurso da sociedade brasileira? Que estereótipos estariam presentes em seus discursos? Os brasileiros conseguem relativizar ou simplesmente reproduzem o esse saber que não se aprende estabelecido na sociedade? Como romper com esse discurso unificado que tanto as elites, a mídia e a imprensa vêm ao longo de séculos inculcando na mente do povo brasileiro?

Diante disso, este trabalho tem como objetivo verificar de que forma essa representação e esse discurso da língua e cultura francesas estão presentes na mídia em geral, na imprensa e nas redes sociais

e que também aparecem nas falas dos brasileiros. Para isso, é apresentada primeiramente uma discussão a respeito. Para efeitos deste estudo, a proposta sobre representação — de Moscovici (2015) — pode orientar a análise dos dados da mídia, assim como questões de condições de produção e interdiscurso levantadas pela Análise de Discurso de linha francesa, e, ainda, as questões ligadas à interculturalidade que, segundo Walsh (2001), emergem quando duas ou mais culturas entram em interação, muitas vezes, de forma horizontal e sinérgica.

Partindo da questão de pesquisa de que a mídia não relativiza a visão de língua e culturas francesas, mas deixa a desejar nesse sentido, o objetivo geral desta pesquisa é justamente refletir e problematizar sobre como a língua e cultura francesas têm sido representadas no discurso em geral, quais implicações tal fato pode trazer para imagem que os brasileiros têm o francês, de modo a propiciar ao sujeito do discurso a possibilidade de desenvolver um olhar mais crítico sobre língua e cultura francesas, combatendo, assim, os estereótipos sobre um assunto que ainda permanece potente em nossa sociedade.

Nesse sentido, passei a verificar o que a mídia e os livros didáticos de Francês Língua Estrangeira (FLE) apresentavam em relação à língua e cultura francesas e, como todos eles são produzidos na Europa, de modo geral não contemplam satisfatoriamente a realidade local onde o idioma é ensinado, tais livros parecem não relativizar ou muito pouco essa visão que nossos alunos têm do francês.

Como resultado, busca-se, nesse sentido, refletir a respeito das práticas de linguagem sobre a língua e cultura francesas como forma de sensibilização, estímulo a um posicionamento crítico e possibilidade de voltar-se para o outro e, através dele, ver melhor a si mesmo visando à relativização dessa visão estereotipada do francês. Estudar essas práticas de linguagem, bem como as influências e as marcas que foram deixadas na sociedade brasileira, é também um trabalho político e social.

Portanto, é importante destacar a questão social dessa proposta, quer dizer, relativizar esse saber que não se aprende é um modo de combater certa colonização cultural a qual estamos submetidos no Brasil. Diga-se de passagem, antes éramos influenciados pela cultura francesa e hoje pela cultura norte-americana. Uma reflexão como esta pode contribuir para fazer uma reflexão em relação ao que vemos na mídia. Havia um programa chamado Terça Insana que apontava para esses estereótipos³. Na medida em que nos deparamos com o diferente, com o outro, que neste caso é o francês, sua língua e cultura, estamos diante do confronto com a diversidade e a alteridade, o encontro intercultural, as relações entre

³ O programa Terça Insana (16/09/2006 com regravação em 14 de abril de 2019) apresentava a personagem Madame Sheila (interpretada pelo ator Luis Miranda) que entrava em cena cantando/murmurando uma música que parecia ser francesa pelo som da língua francesa (principalmente o “r”- [R] gutural do francês) para dar uma idéia de romantismo, língua bela e chique. No entanto, o que ela cantava, não era francês nem língua nenhuma. Além disso, a personagem aparecia com uma garrafa de champanhe, um chapéu panamá e um casaco de visom, falava de Paris várias vezes, referia-se ao clima tropical do Brasil como impróprio para se usar um casaco de visom, comentava sobre sua amiga chamada Narcisse (nome sugestivo inclusive), falava de vinho, uva e ovelha, mas tudo de maneira romantizada e estereotipada, mostrando uma cultura superior e melhor que a nossa. Disponível em Youtube.com - Sheila em 5 X Comedia. Acesso em: 06 mai. 2026.

o Eu e o Outro. E nessa relação, podemos citar os francófonos e seus diferentes falares franceses dentro e fora da França, que são influenciados por representações sociais, por estereótipos, preconceitos, projeções culturais, ideológicas e políticas. Vale lembrar quando perguntamos aos brasileiros sobre língua e cultura francesas, diversos deles declararam ser a língua francesa bela, chique, que precisa fazer “biquinho” para pronunciar as palavras e a França vista como um país belo, rico, desenvolvido, porém os franceses muitas vezes são mencionados como cultos, galantes e refinados por um lado, porém arrogantes, frios e antipáticos, e como um povo que não toma banho, por outro.

Sendo assim, o que se percebe é uma estereotipagem do que significa a língua e cultura francesas para além da uniformização e como alguns meios de comunicação acabam, muitas vezes, por inculcar valores equivocados da sociedade francesa por intermédio de estereótipos ultrapassados, principalmente por meio de reportagens, propagandas, telenovelas e programas televisivos. Para um brasileiro, a língua francesa representa musicalidade, melodia, eufonia etc. Além disso, no imaginário brasileiro, ela é vista como a forma de expressão da alta “sociedade francesa”, o que representa poder e status social. É nessa via que os brasileiros acreditam na aquisição da língua como um “avanço” que lhes permite ter acesso aos prazeres sociais experimentados pelos franceses.

Para Pêcheux (1990), num discurso como este, estão presentes um sujeito A e um destinatário B, que se encontram em lugares determinados na estrutura de uma formação social (neste caso, brasileiros e franceses). Esses lugares se acham não apenas representados nos processos discursivos, mas transformados. Daí um discurso não implicar necessariamente uma mera troca de informações entre A e B, mas sim um jogo de “efeitos de sentido” entre os participantes (que efeito de sentido ocorre nas palavras dos Brasileiros sobre França, língua francesa e os Franceses?). Os sentidos seriam produzidos por um certo imaginário, que é social e é, por sua vez, resultado das relações entre poder e sentidos (imaginário que vem sendo reproduzido ao longo de séculos, o “já” dito, o interdiscurso interferindo na opinião sobre o outro). E a ideologia seria a responsável por produzir o desconhecimento dos sentidos através de processos discursivos observáveis na materialidade linguística. Os Brasileiros, enquanto posição-sujeito, se inscrevem em uma formação discursiva dentro de um discurso ideológico trazendo diversos estereótipos à tona, são representações que sustentam o dia a dia. O discurso dos Brasileiros é construído de acordo com as condições de produção apresentadas, é o jogo do imaginário nas formações imaginárias. Seus dizeres são acionados pelas estratégias de saber/poder cujos sentidos revelam as suas formações discursivas e as suas respectivas filiações ideológicas neocoloniais, ao se denunciar as produções discursivas que difundem a ideia de língua e cultura francesas.

Em seguida, apresento o que aparece na mídia sobre este tema:

O que aparece na MÍDIA:

Imagem 01: meme sobre os Franceses



Fonte: Pin em Humor | Frases motivacionais engraçadas. 43 frases motivacionais engraçadas para deixar o seu dia mais leve - Pensador - 2019.

Imagem 02: Um lobo em pele de ovelha



Fonte: wordpress.com (lobosxchapeuzinho) - 2018

Toda a prática discursiva trabalha, então, para que **o efeito de sentido** constituído produza a ilusão de um sentido único. Por isso tem-se a ilusão de que os sujeitos são a fonte do sentido (ilusão esquecimento nº 1) e de que têm domínio do que dizem (ilusão esquecimento nº 2). Segundo Indursky (1994), essas duas ilusões apontam para a questão da constituição ideológica e psíquica do sujeito do discurso. Desse modo, sua interpelação como sujeito relaciona-se ao imaginário e sua estruturação como sujeito se dá pela relação com o simbólico. Consideramos que essas imagens estão recobertas das formações discursivas acumuladas na memória discursiva.

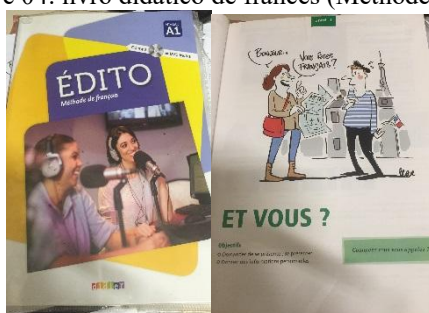
De fato, de acordo com a meme⁴/**Imagem 01**, dizer que os franceses bebem vinho, comem pão, queijo, chocolates e são magros parece ter um sentido único, o da estética da beleza ou “ditadura” da beleza, pois este discurso já se repete há muito tempo na sociedade brasileira. Sem falar que a imagem também transmite, pois apresenta diversos clichés franceses: um homem branco, de estilo refinado, sofisticado, que usa boina, camisa listrada e cachecol e está com 3 baguettes debaixo do braço e uma taça de vinho na mão. Esse discurso entre imagem e texto se complementam, tem algo a dizer e muito. Tal discurso não é a fonte do sentido que ele produz, isso “já foi dito” antes em outro lugar, portanto, também não significa que quem diz algo tem o domínio do discurso, pois o discurso não é transparente, ele vai além da materialidade, além do texto e da imagem. A relação do brasileiro com o simbólico é

⁴ Meme da Internet ou informações visuais cujo campo de estudo é o da memética. Meme é um termo grego que significa imitação, cópia, e faz parte do mundo da Internet, é um fenômeno de viralização de uma informação e que alcança popularidade através de vídeo, imagem, frase, ideia, música etc.

muito significativa, os franceses, mas principalmente as francesas são vistas naturalmente como elegantes e esbeltas já há algum tempo. De acordo com a meme/**Imagem 01**, a representação dos franceses pode ser positiva de um lado e estereotipada por outro, o fato de **não tomarem banho** já soa negativamente, e quando se diz que o problema deles é o fato de que se tomarem, podem engordar, implica em diversas questões envolvidas nesse discurso: padrão de beleza, gordofobia, estética, estereótipos e clichés diversos, ou seja, o que há por trás desse discurso é o lobo que se apresenta em pele de ovelha como na **Imagem 02**. O que aparenta ser, não é, o que pode parecer óbvio pois circula na mídia desde muito tempo, acaba escondendo estereótipos e preconceitos.

Nos livros didáticos:

Imagens 03 e 04: livro didático de francês (Méthode de français).



Fonte: livro didático Édito A1 – Ed. Didier – unité 1- p.19.

Como podemos observar nessa charge do livro didático⁵ Édito A1, na **imagem 04**, uma mulher pergunta a um homem se ele é francês, aparentemente nada de anormal, porém se observarmos bem, a imagem apresenta um homem loiro, de boina, camisa listrada, narigudo e ao fundo uma imagem da Torre Eiffel e da bandeira da França. Essa ideia de francês, esse discurso de que o francês tem somente essas características, remete à imagem que temos da França e de seus habitantes, isso “já foi dito” antes, o que segundo a AD podemos chamar de **Interdiscurso**, este tem relação com outro discurso proferido. Ele funciona como uma reconfiguração que permite redefinições, apagamentos, esquecimentos entre os elementos de saber de uma formação discursiva. Estando entrecruzado há vários e diferentes discursos em momentos históricos sociais e políticos. Eni Orlandi (2003) o define como um conjunto de dizível histórica e linguisticamente. O Interdiscurso remete à memória discursiva. “A memória discursiva é o suporte semântico de um discurso, seu funcionamento se dá através da repetição de enunciados, que forma uma regularidade discursiva. Esta, por sua vez, invoca significados através dos pré-construídos estabelecidos nas séries enunciativas” (PÊCHEUX, 1999).

A função da memória é a de estabilizar um discurso, no entanto, é uma estabilização frágil, que pode ser quebrada a cada novo acontecimento discursivo, alguém que possa vir com um discurso mais

⁵ A função de um livro didático é auxiliar o professor na preparação de suas aulas e direcionar os alunos para a busca de novos conhecimentos. Atua como posição central, única e principal fonte do saber. Quando aparecem os estereótipos no livro didático, surge o etnocentrismo, imagem mental simplificada do outro.

realista, afinal a ideia de francês hoje é muito mais ampla, temos francês de origem africana, árabe, que não usa boina, nem camisa listrada e não é narigudo e tanto pode ser branco, pardo ou negro. Os livros didáticos deveriam estar mais atentos à nova sociedade francesa multirracial e heterogênea culturalmente e não mostrar só a França e suas regiões, mas a África, Suíça, Bélgica, Polinésia francesa, a ilha Reunião, a Guiana Francesa, Martinica e Guadalupe. Alguns livros didáticos até apontam nesse sentido, mas ainda é muito restrito. Diante disso, com certeza teremos a figura do francês mais ampla, mais miscigenada e multicultural. O que para Pêcheux (2009) significaria romper com esse discurso que fala sempre antes, em outro lugar e independentemente, um “já dito” que chamamos de memória discursiva que volta através do **Interdiscurso**,

Na imprensa:

Imagem 05 - Vídeo de Dória⁶ cumprimentando em francês a vitória do presidente eleito Emmanuel Macron da França.
09.05.2017

Efeito de sentido: Vídeo-vergonha alheia: Dória constrange São Paulo... em "francês" (aspas!)



Fonte: por Romulus Maya - Do Facebook: maio de 2017.

Qual o objetivo de João Dória ao gravar um vídeo em francês dando parabéns a Macron pela vitória na França?

Choque (?) de realidade: ninguém na França, evidentemente, tomou conhecimento. Em expressão de que o Dória deve gostar, o Brasil foi "downsized"... e "downgraded" no cenário internacional. É simplesmente um país que não interessa mais. Basta ver o número de correspondentes estrangeiros que foram transferidos do Brasil para outras praças depois do golpe.

Então por que gravar o vídeo?

1) Para mostrar para a base dele, com **muitos jecas pedantes** (devidamente "salvos" pela legendagem!), que ele é "**chic**" e (supostamente) **fala bem francês**. Como a tentativa não era a de ser simpático - porque não havia público francófono disposto a ouvi-lo - queria ele apenas exibir para **os vira-latas locais suposta erudição... de "gente diferenciada"**. Assim sendo, é sim válido observar que a pronúncia dele, bem ruim, fere de morte o próprio objetivo a que ele se propôs.

⁶ João Agripino da Costa Dória Júnior nasceu em São Paulo, no dia 16 de dezembro de 1957. Filho do deputado federal João Dória, cassado pelo Ato Institucional nº. 1, e da empresária Maria Sílvia Vieira de Moraes Dória, começou a trabalhar aos 13 anos em uma agência de publicidade. Seu pai se exilou na França durante 10 anos. Ele e seu irmão Raul viveram lá e retornaram com a mãe Sílvia ao Brasil. João Dória Júnior é empresário brasileiro, presidente do grupo Dória, é também jornalista, publicitário e político. Foi eleito uma das personagens mais influentes do Brasil e do mundo, pela revista *Isto É*. Em 2018, foi eleito governador do Estado de São Paulo para 4 anos.



B, que vão sancionar ou não as decisões antecipadas de A, seus interlocutores poderão acatar ou não, e pelo jeito acataram. Na manchete: **Vídeo-vergonha alheia: Dória constrange São Paulo... em "francês"**, quem não acatou o discurso foi a outra parcela da sociedade paulistana, os não-eleitores de Doria.

Essas antecipações são, entretanto, sempre atravessadas pelo “já ouvido” e pelo “já dito”, que constituem a substância das formações imaginárias. Está no imaginário coletivo que falar francês é **chic, é ser erudito**. Temos então dois grupos de formações imaginárias: as formações imaginárias de A, o Doria, e de B, seus interlocutores. E como o grupo B foi afetado pelo grupo A? Que efeito de sentido foi produzido pela fala de Doria? É no campo da enunciação que temos os efeitos de sentido; estamos então, no terreno do dizer. O que ele disse produziu efeito positivo para os seus eleitores, mas contrário ao esperado para os não-eleitores, ouve um desvio, um deslocamento na fala de Dória “No real é possível observar a dispersão, a imperfeição, a falta, a não-linearidade, a descontinuidade, a incompletude e o contraditório que constituem sujeito e sentido, no discurso” (PETRI, 2004, p. 122).

Nesse jogo da interlocução, o sujeito Doria cria uma representação imaginária do outro (seus eleitores) e manifesta tal projeção por meio de estratégias ideológico-discursivas. Desse modo, as formações imaginárias se delineiam num complexo jogo de imagens, no qual o sujeito enunciador (Doria) projeta conjecturas imaginárias sobre si como falante (ele enquanto Governador de São Paulo, político conhecido), sobre o outro interlocutor (seus eleitores, habitantes de São Paulo), ao mesmo tempo em que expõe as formações imaginárias sobre aquele de quem fala (Emmanuel Macron, presidente francês, eleito em 2015). Além disso, o enunciador Doria tenta apreender quais formações imaginárias o interlocutor (seus eleitores) faz de si como falante (homem, culto, erudito, chic etc).

Como pudemos perceber, ao fazermos as análises das materialidades discursivas, há uma ideia de língua francesa, de França e de Franceses bastante equivocada e que circula nos espaços da formação social. A uniformização de língua e cultura francesas perpassa, estabiliza o discurso. Com efeito, a língua francesa pode até soar como chique, bela, romântica, mas ela não é somente isso, ela é também a língua dos imigrantes com sua pronúncia peculiar e vocabulário próprios, é a língua dos jovens com suas gírias, linguagem familiar e vulgar, é também a língua dos diversos sotaques da França e dos países francófonos, é a língua das canções do rap, reggae e atualmente o funk e outros ritmos que fazem tanto sucesso na França.



REFERÊNCIAS

- ABRIC, J.-C. In: CODO, Wanderley *et al.* (Org.). *Psicologia Social: o homem em movimento*. 13 ed. São Paulo: Brasiliense, 1996.
- BOGDAN, R.; BIKLEN, S. *Investigação qualitativa em Educação*. Porto: Porto Editora, 1994.
- BORTONI-RICARDO. *O professor pesquisador: introdução à pesquisa qualitativa*. São Paulo: Parábola, 2008.
- CHARTIER, R. *A história cultural: entre práticas e representações*. Tradução de Maria Manuela Galhardo. Lisboa: Difel, 1991.
- DE CARLO, M. *L'Interculturel*. Paris: CLE International, 1998.
- EISNER, E. W. *On the art and science of qualitative research in Psychology*. In: CAMIC, P. M.; RODHES, J. E.; YARDLEY, L. (Eds.). *Qualitative research in Psychology: expanding perspectives in methodology and design*. Washington: APA, 2003. p. 17-29.
- FRANKLIN, Ferreira. *A presença dos reformados franceses no Brasil Colonial*. *Vox Scripturae*, São Paulo - SP, v. 10, n.1, p. 51-86, 2000.
- FOUCAULT, M. *A Ordem do Discurso*. São Paulo: Loyola, 1996.
- GALISSON, R. *Culture et lexiculture partagées: les mots comme lieux d'observation des faits culturels*. *Observer et décrire les faits culturels*. *Études de linguistique appliquée*, Paris, n. 69, janv./mars 1988.
- HALL, S. *A identidade cultura na pós-modernidade*. 10. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2005.
- LAPOUGE, Gilles. *Dictionnaire Amoureux du Brésil*. de Plon, 2011. 660p.
- LÉRY, Jean de. *Viagem à Terra do Brasil*. São Paulo: Livraria Martins Editora; Editora da Universidade de São Paulo, 1972. 258p. il.
- LESTRINGANT, Frank. *Le Brésil d'André Thevet Les Singularités de la France Antarctique (1557)*, édition intégrale, établie, présentée et annotée par Frank Lestringant ; Paris, Chandeigne, 1997. 446 p.
- MOSCOVICI, S. *Representações Sociais: investigações em Psicologia Social*. Tradução de Pedrinho A. Guareschi. 11ª. ed. Rio de Janeiro: Ed. Vozes, 2015.
- ORLANDI, Eni Puccinelli. *Análise de Discurso: Princípios e Procedimentos*. Campinas: Pontes, 5ª. Edição, 2003.
- PÊCHEUX, Michel. *Análise Automática do Discurso (AAD-69)*. In: GADET, Françoise; HAK, Tony (Orgs). *Por uma análise automática do discurso: uma introdução à obra de Michel Pêcheux*. [Trad. Bethânia S. Mariani et al.]. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 1993a. p. 61-151.
- _____; FUCHS, Catherine. *A propósito da análise automática do discurso: atualização e perspectivas (1975)*. In: GADET, Françoise; HAK, Tony (Orgs). *Por uma análise automática do discurso: uma introdução à obra de Michel Pêcheux*. [Trad. Bethânia S. Mariani et al.]. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 1993. p. 163-235.



_____. M. Papel da Memória. IN: Papel da Memória. Pierre Achard et al. Tradução: José Horta Nunes. 1ª edição. Campinas, SP: Pontes, 1999, p.49-50.

PETRI, V. Imaginário sobre o gaúcho no discurso literário: da representação do mito em Contos Gauchescos, de João Simões Lopes Neto, à desmitificação em Porteira Fechada, de Cyro Martins. Tese. Doutorado em Letras, Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), Porto Alegre, 2004. SOUSA, L.M.A.

RUFIN, Jean-Christophe. Rouge Brésil, éditions Galimard, 2001.

TODOROV, T. La peur des barbares: au-delà du choc des civilisations. Paris: Robert Laffont, 2008.

WALSH, M. Research made real: a guide for students. Cheltenham: Nelson Thomes, 2011.

WAENDENDRIES, MONIQUE ET ALL. Alter Ego plus (+) A1 – Méthode de français. Paris> Hachette, 2012.

WILLIAMS, R. La larga revolución: cultura y sociedad. Tradução de Horacio Pons. Argentina: Nueva Vision, 2003.

<http://diariodonordeste.verdesmares.com.br/suplementos/tur/online/brasileiros-consideram-o-idioma-frances-o-mais-sexy-do-mundo-1.1769486>. Acesso em 03 set. 2025.

<http://www.romulusbr.com/2017/05/video-vergonha-alheia-doria-constrange.html?m=1> Acesso em 05 set. 2025.

https://www.facebook.com/romulus.maya/posts/1892869414326663?comment_id=1893045044309100&reply_comment_id=1893055540974717. Acesso em 05 set. 2025.