

O discurso da sustentabilidade e a construção da identidade brasileira: um estudo baseado na Linguística de *Corpus* com foco na mídia digital

RESUMO: este trabalho objetiva discutir como a mídia digital, especificamente os textos veiculados pelo portal *Uai* e a versão online do jornal americano *New York Times*, realizam o processo de construção da identidade brasileira por meio de manifestações discursivas pautadas sobre o tema da sustentabilidade .

Os estudos baseados na Linguística de *Corpus* com ênfase em diversos tipos de mídia têm chamado atenção de vários pesquisadores. A era digital trouxe consigo a possibilidade de criação e rápida disseminação de vários gêneros textuais armazenados em diferentes ambientes virtuais. A opção por esses textos midiáticos deve-se, em primeiro lugar, pela facilidade de contato com os mesmos, considerando que a “evolução tecnológica facilita o acesso aos meios de mídia tanto na produção, como na recepção de forma muito mais democratizada”. (Silvestre, 2001:58). Além disso, ratifica-se o fator “unificante” que tais textos assumem na sociedade moderna. Segundo o mesmo autor, apesar de todos os seus defeitos, a mídia de massa tem constituído uma força decisiva dentro das sociedades, em que predominam governos democráticos ou autoritários. A mídia digital serviu não só como provedora de informações, mas também como uma espécie de fator de união nacional que liga as pessoas segundo interesses compartilhados. (*Ibidem*:61). Verifica-se, portanto, o papel relevante da mídia digital, mesmo considerando que essa modalidade possa gerar alguns problemas, tais como a facilidade de inserção, nesse ramo, de pessoas que não estão aptas a realizarem tal tarefa. Entende-se, assim, que os textos de mídia digital podem ser interessantes objetos de análise, cujos aspectos constitutivos, inerentes ao gênero em questão, podem ser minuciosamente verificados através das ferramentas da Linguística de *Corpus*. Nos textos midiáticos, percebe-se como tema recorrente a sustentabilidade e suas diversas dimensões. O sentido moderno do termo ‘sustentabilidade’ foi claramente definido pela Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, da Organização das Nações Unidas, em 1987. Falar em sustentabilidade significa “encontrar uma fórmula que garanta a prosperidade e a qualidade de vida da humanidade ao mesmo tempo que preserve os recursos naturais do planeta”. (Especial Veja, 2010:12). Sendo assim, discutir esse conceito deixa de ser apenas um ‘modismo’, para tornar-se algo imprescindível à própria sobrevivência das nações, o que deve ser pensado ao lado das ações que visam ao progresso. Conforme verificado, o tema sustentabilidade é pauta de importantes discussões e, portanto, é apropriada a tentativa de analisar a construção desse tipo de discurso na sociedade moderna. Vários autores têm se preocupado com o estudo do discurso midiático. Halliday (1978) e Hasan (1996) abordam a variação linguística e de contexto contidas no jornal impresso. Stubbs (1996) examina a relação entre texto e representação social no texto esportivo e argumenta que os textos encontrados em jornais codificam uma representação do mundo que auxilia na construção de uma dada realidade social. Fairclough (2001) olha para o poder dos meios de comunicação no âmbito da Análise Crítica do Discurso, defendendo que esta abordagem está particularmente preocupada com a mudança social, pois esta afeta o discurso e a forma como ele afeta as relações sociais de poder e dominação (*Ibidem*: 159). A relação entre mídia e discurso pode viabilizar a construção de diferentes identidades. Segundo Hall (1999: 12-13), o sujeito pós-moderno é “conceptualizado como não tendo uma identidade fixa, essencial ou permanente. [...] É definida historicamente, e não biologicamente. [...] assume identidades diferentes em diferentes momentos, identidades que não são unificadas ao redor de um ‘eu’ coerente”.

Pressupõe-se, então, que as identidades modernas estão sendo deslocadas ou fragmentadas e como elas mudam de acordo com a forma de interpelação ou representação do sujeito, “a identificação não é automática, mas pode ser ganhada ou perdida. Ela tornou-se politizada.” (*Ibidem*:21). Isso quer dizer que as identidades são construídas por meio de discursos, os quais poderão reforçá-las ou transformá-las. Neste trabalho, especificamente, tem-se como objetivo verificar como se dá a construção da(s) identidade(s) brasileira(s) por meio do discurso da sustentabilidade. Sendo assim, o principal objetivo desse trabalho é discutir como a mídia digital, especificamente os textos veiculados pelo portal *Uai* e os textos presentes no site do jornal *New York Times*, realiza o processo de construção da identidade brasileira através de manifestações discursivas pautadas sobre o tema da sustentabilidade. Após essa análise, os dados obtidos serão comparados, a fim de que se percebam aspectos congruentes e divergentes. Para o cumprimento dos objetivos aqui propostos, serão analisados dois *corpora*: o *corpus* principal (contendo textos do portal *Uai*) e o *corpus* de referência (contendo textos do jornal *New York Times*). O *corpus* do portal *Uai* foi coletado utilizando-se o programa de busca do referido Portal, e a expressão utilizada na busca foi “sustentabilidade 2010”, ou seja, buscou-se triar os textos que continham a palavra ‘sustentabilidade’ e que foram publicados no ano de 2010. Esse procedimento foi realizado nos dias 30 e 31/05/2011 e seu resultado gerou um total de 82 textos, com, aproximadamente, 41.300 palavras. O *corpus* contendo os textos do jornal *New York Times* seguiu procedimento similar à coleta do *corpus* principal. A expressão de busca utilizada no site do jornal foi “*sustainability and Brazil*”, ou seja, buscou-se aliar as referências do Brasil ao tema da sustentabilidade. Esse procedimento foi realizado nos meses de abril e maio e seu resultado gerou um total de 25 textos com aproximadamente 38.000 mil palavras. A interpretação dos dados foi realizada através do uso de ferramentas do *software Wordsmith Tools (versão 5)*. Primeiro, verificaram-se as palavras mais frequentes nos textos e, a partir dessa lista de frequência, detectaram-se as expressões mais recorrentes nos dois *corpora*. Essa análise preliminar possibilitou identificar aspectos linguísticos importantes no discurso da sustentabilidade relacionado ao Brasil. Posteriormente à análise da lista de frequência das palavras dos dois *corpora*, foram verificados os ‘*clusters*’ e as colocações prevalentes associados às palavras “Brasil” e “sustentabilidade”. Por fim, linhas de concordância foram analisadas, possibilitando uma visualização detalhada dos contextos específicos de ocorrência das palavras de busca. Os resultados em ambos os *corpora* revelaram que a identidade brasileira é colocada em diferentes posições: ora como o país em que ocorrem ações meritórias, podendo assumir uma posição de “país emergente”, ora como palco da manutenção de situações ainda muito precárias, o que o identifica como um “país decadente”. Verificou-se ainda que no *corpus* do portal *Uai* foi mais recorrente a produção de sentidos que reforça a identidade positiva do Brasil com relação à sustentabilidade. Quanto ao *corpus* referente ao jornal *New York Times*, percebeu-se que o Brasil, devido à abundância de seus recursos naturais, é colocado como único responsável por gerir as ações relacionadas à sustentabilidade. Dessa forma, a análise do *corpus* possibilitou verificar que a sustentabilidade é um tema bastante complexo, já que envolve diferentes dimensões e aplicações. Ressalta-se, também, o papel da Linguística de *Corpus* como importante apoio metodológico, o qual foi aliado a uma abordagem discursiva dos textos, justamente por entender que a junção dessas duas propostas poderia fornecer importantes indícios sobre o processo de composição e significação desses textos.

Referencias

Fairclough, Norman. *Discurso e mudança social*. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2001.

HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP & A, 1999.

Halliday, MAK. *Language as Social Semiotic : The Social Interpretation of Language and Meaning*. London: Edward Arnold, 1978.

SILVESTRE, Fabiano. Jornalismo digital. *Revista de Estudos do Curso de Jornalismo*, Campinas: s.n, v.4, n.2, p. 55-64, jul./dez. 2001.

SUSTENTABILIDADE – um mundo possível. *Revista Veja*, São Paulo, Ano 43, dez. 2010. Edição Especial.

Stubbs, M. *Text and Corpus Analysis. Computer- assisted studies of language and culture*. Oxford: Basil Blackwell, 1996, p. 14-21.