

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO GRANDE DO SUL  
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL  
PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO SOCIAL

CAROLINA WIEDEMANN CHAVES

**MÍDIA VIRTUAL E A DIÁSPORA BRASILEIRA:**

a identidade nacional retratada em sites para expatriados

Porto Alegre

2011

CAROLINA WIEDEMANN CHAVES

**MÍDIA VIRTUAL E A DIÁSPORA BRASILEIRA:**

a identidade nacional retratada em sites para expatriados

Dissertação apresentada como requisito  
para obtenção de grau de Mestre pelo  
Programa de Pós-Graduação da Faculdade  
de Comunicação da Pontifícia Universidade  
Católica do Rio Grande do Sul

Orientador: Professor Doutor Jacques Alkalai Wainberg

Porto Alegre

2011

### **Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)**

C512m Chaves, Carolina Wiedemann.  
Mídia virtual e a diáspora brasileira: a identidade nacional  
retratada em sites para expatriados / Carolina Wiedemann  
Chaves. – 2011.  
125 f. ; 29 cm.

Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em  
Comunicação Social, Faculdade de Comunicação Social,  
Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, 2011.  
Orientador: Prof. Dr. Jacques Alkalai Wainberg.

1. Identidade nacional brasileira. 2. Diáspora brasileira.  
3. Sites para expatriados. I. Wainberg, Jacques Alkalai. II.  
Título.

CDU 004.724.3-054.7

Bibliotecária Responsável: Andréa Campello Beneduzi CRB-10/1661

CAROLINA WIEDEMANN CHAVES

**MÍDIA VIRTUAL E A DIÁSPORA BRASILEIRA:**

a identidade nacional retratada em sites para expatriados

Dissertação apresentada como requisito  
para obtenção de grau de Mestre pelo  
Programa de Pós-Graduação da Faculdade  
de Comunicação da Pontifícia Universidade  
Católica do Rio Grande do Sul

Aprovado em 03 de janeiro de 2012.

BANCA EXAMINADORA

---

Professor Doutor Jacques Alkalai Wainberg - Orientador

---

Professor Doutor Jorge Campos da Costa - PUCRS

---

Professor Doutor Antonio Hohlfeldt - PUCRS

Porto Alegre  
2011

Dedico esta dissertação a todos que encontraram a sua identidade nas raízes da terra natal.

## AGRADECIMENTOS

A construção de uma dissertação é algo que envolve todos os que estão na volta do mestrando. Desta forma agradeço a paciência e consideração dos meus colegas de trabalho que estiveram ao meu lado e sempre na torcida.

Agradeço a minha família, em especial a minha mãe por, em alguns momentos, estar mais animada que eu com o tema da minha dissertação e me dar um *up* para continuar.

Quatro seres foram muito especiais e fundamentais nesta minha caminhada. Sherazade, que não resistiu e se foi em maio, mas me acompanhou desde o início do sonho do mestrado. Tobias sempre incansável ao meu lado, bem como, disputando a minha atenção com os computadores e livros. Alex, meu companheiro, sempre compreensivo, incentivador e com quem mais dividi os ônus e bônus desta caminhada. E a Laurene que, além de amiga, foi a minha salvação.

Agradeço ao meu orientador professor Jacques Wainberg pelas, como ele mesmo dizia, “desorientações”. O fruto disso foi esta pesquisa.

Aos professores componentes da banca examinadora agradeço, desde já, o tempo e as construtivas considerações.

## RESUMO

O presente estudo tem como objetivo identificar os marcadores de identidade que animam o imaginário do expatriado brasileiro em sítios para este tipo de comunidade no mundo. O corpus de análise foi construído a partir de uma seleção de treze sites de comunidades brasileiras. A base para esta escolha foi a partir dos sítios apresentados pelo Ministério das Relações Exteriores do Brasil de comunidades de brasileiros pelo mundo. O referencial teórico traz conceitos de identidade, identidade cultural, identidade nacional, imaginário, identidade nacional brasileira, globalização, expatriação, brasileiros no mundo e comunicação virtual. Para tanto se utilizou a análise de discurso para o levantamento e entendimento dos itens que constituem a identificação do brasileiro que vive no exterior. Como pontos de perpetuação e identificação da identidade nacional, foram observadas principalmente questões como: a utilização das cores verde e amarela; a presença da música (como cantigas de roda, samba, axé, forró, batucada, entre outras); a valorização da receptividade e da alegria; o ensino do idioma nacional.

**Palavras-chave:** Identidade nacional brasileira. Diáspora brasileira. Sites para expatriados.

## ABSTRACT

The present research aims to point out identity markers which built up the national imaginative idea of Brazilian expatriates in internet sites for such communities around the world. The corpus of analysis was constructed from a selection of thirteen sites of Brazilian communities, chosen from a selection of such sites in a list presented by the Ministry of Foreign Affairs of Brazil in its site. The theoretical part studies and explores the concepts of identity, cultural and national identity, imagination, Brazilian national identity, globalization, expatriation, and virtual communication. Discourse analysis was used to survey and understand the items which build up the identity of a Brazilian person living abroad. As points of identification and perpetuation of Brazilian national identity for such Brazilian expatriates, the main issues identified were: the use of green and yellow as colors identifying Brazil, the presence of Brazilian rhythms as Samba, Axé, Forró, batucada, among others, the enhancement of friendliness and joy, the Brazilian-Portuguese language.

**Keywords:** Brazilian national identity. Brazilian Diaspora. Sites for expatriates.



## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Formas de Memória .....	19
Figura 2 – Diretas Já e Caras Pintadas.....	35
Figura 3 – Distribuição regional de migrantes internacionais 1960 – 2010 .....	57
Figura 4 – Linguagem na Internet .....	70
Figura 5 – Figuras brasileiras .....	79
Figura 6 – Cores brasileiras .....	80
Figura 7 – Religiosidade nos sites.....	82
Figura 8 – Cantigas de Roda.....	83
Figura 9 – Concurso Cultural .....	84
Figura 10 – Festas Comemorativas.....	85
Figura 11 – Incentivando a leitura: tema Monteiro Lobato.....	86
Figura 12 – Comemorações 07 de setembro.....	87
Figura 13 – Comidas Brasileiras.....	88
Figura 14 – Jeitinho Brasileiro.....	89
Figura 15 – Miscigenação nos Eventos.....	91
Figura 16 – Notícias com um toque de brasilidade.....	92
Figura 17 – Africanidade.....	94
Figura 18 – Fórum de Discussão.....	95
Figura 19 – Comércio no site.....	96
Figura 20 – Material para crianças sobre brasilidade.....	97
Figura 21 – Bibliotecas.....	98
Figura 22 – Site Mensageiros da Cultura .....	113
Figura 23 – Site Mama Terra .....	114
Figura 24 – Site Comunicato do Samba .....	115
Figura 25 – Site Brasileiros na Holanda .....	116
Figura 26 – Site Igreja Ministério Viva Brasil .....	117

Figura 27 – Site Afro Brazilian Culture Center .....	118
Figura 28 – Site Brasileirinhos em Long Island .....	119
Figura 29 – Site Associação Raízes .....	120
Figura 30 – Site Tangará .....	121
Figura 31 – Site Associação Amigos do Brasil .....	122
Figura 32 – Site Associação Comunitária Brasileiros de Alberta .....	123
Figura 33 – Site Centro Cultural Brasil – Chile .....	124
Figura 34 – Site Grupo Alecrim .....	125

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Evolução da Bandeira Nacional Brasileira.....	33
Quadro 2 – Camisetas da Seleção Brasileira de Futebol 1930 – 2010.....	34
Quadro 3 – Comparativo 1991, 1997 e 2006 quanto filiação religiosa.....	48
Quadro 4 – Comparativo 1999 e 2000 da distribuição da População por religião.....	48
Quadro 5 – Comparativo 1991, 1997 e 2006 quanto grupos étnicos.....	49
Quadro 6 – Distribuição percentual da população brasileira por cor ou raça 1999/2004/2009.....	50
Quadro 7 – Brasileiros no mundo (por região).....	64
Quadro 8 – Tipos de Interação .....	67
Quadro 9 – Tipos de CMC nas fases da Migração .....	73
Quadro 10 – Síntese dos marcadores de identidade.....	102

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO .....</b>	<b>12</b>
<b>2 A IDENTIDADE HUMANA INDIVIDUAL E COLETIVA.....</b>	<b>14</b>
2.1 IDENTIDADE CULTURAL E IDENTIDADE NACIONAL .....	22
2.2 IMAGINÁRIO .....	26
<b>3 IDENTIDADE NACIONAL BRASILEIRA .....</b>	<b>30</b>
<b>4 GLOBALIZAÇÃO E MUNDIALIZAÇÃO .....</b>	<b>51</b>
4.1 EXPATRIAÇÃO, DIÁSPORA E/OU MIGRAÇÃO INTERNACIONAL .....	55
4.2 BRASILEIROS NO MUNDO .....	63
<b>5 COMUNICAÇÃO VIRTUAL .....</b>	<b>66</b>
<b>6 IDENTIDADE NACIONAL NOS SITES PARA EXPATRIADOS .....</b>	<b>75</b>
6.1 ESTRATÉGIAS METODOLÓGICAS.....	75
6.1.1 Análise de discurso .....	75
6.1.2 Corpus de análise .....	76
6.2 ANÁLISE DOS SITES.....	78
<b>7 CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>100</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>104</b>
<b>ANEXO A: DESCRIÇÃO DOS SITES ANALISADOS .....</b>	<b>113</b>

## 1 INTRODUÇÃO

O tema desta pesquisa foca o imaginário brasileiro cultivado pelos expatriados nacionais. O corpus do estudo é constituído pelos conteúdos veiculados nos sites criados por estas comunidades espalhadas em mais de uma centena de países. Cabe ressaltar que atualmente vivem no exterior mais de três milhões de brasileiros. A diáspora verde-amarela tem se ampliado e constitui um novo fenômeno social e político que inclui uma dimensão comunicacional, ou seja, as redes virtuais de comunicação e informação em língua portuguesa cultivadas por estes núcleos.

A análise privilegia a manutenção dos vínculos afetivos e de identidade destas comunidades com o Brasil. Portanto, os sites constituem um instrumento por meio do qual estes grupos cultivam a identidade nacional. A intensa exposição destas populações a ambientes culturais distintos provoca a saudade e a nostalgia pela pátria. Este fenômeno tem sido comum em todos os núcleos de imigrantes e é uma das facetas dos processos psicológicos e sociológicos que caracterizam a aculturação em novas terras e ambientes.

Deriva dos seguintes fatos o problema desta pesquisa:

Considerando os diversos conteúdos cultivados nos sites das comunidades de emigrantes brasileiros, quais são os elementos simbólicos que, animados pelos mesmos, visam fortalecer o elo destas populações com a pátria original?

Este assunto é atual uma vez que o número de expatriados de diversas nacionalidades aumentou nos últimos dez anos, tornando a mobilidade dos brasileiros um fato corriqueiro. Em decorrência disto, a comunicação diaspórica emergiu como fenômeno de comunicação relevante e atual que interessa a inúmeros povos e estados. Atualmente escolas de diversas nacionalidades têm realizado encontros acadêmicos para intercambiar informação e estudos sobre o tema. É o caso, por exemplo, dos congressos da *International Association for Media and Communication Research* (IAMCR).

O presente trabalho inicia o primeiro capítulo de referencial bibliográfico pelo embasamento teórico relativo ao tema da identidade humana, na sua dimensão pessoal e social, tendo em vista que esta compreensão é um importante passo para o entendimento do tópico deste estudo, ou seja, *a identidade nacional brasileira cultivada nos sites de expatriados*. Um dos fatores fundamentais na compreensão do tema é o imaginário coletivo e suas marcas na identidade individual.

No capítulo seguinte o estudo discorre sobre a identidade nacional brasileira. Entre os conceitos chaves deste capítulo estão as transformações na cultura e política do país que impactam nas marcas identitárias. Dentre estas transformações tem-se o caminho percorrido pela criação do que atualmente entendemos como símbolos que representam o Brasil.

No terceiro capítulo o foco é a mobilidade humana já referida. Ou seja, a própria constituição das diásporas como uma das consequências da globalização. Ali se discorre sobre os principais pontos deste fenômeno multifacetado, tendo as dimensões econômicas, sociais, políticas, culturais, religiosas e jurídicas interligadas de modo complexo. Tem-se, então, a migração internacional fundamentando o movimento dos povos pelo mundo, para detalhar dados quanto à dispersão de brasileiros em outros países.

Por fim, o quarto capítulo trata da Comunicação Virtual. Este é o suporte principal utilizado nas comunicações comunitárias dos expatriados e de outros grupos cuja identidade é transnacional. Por meio da internet o mundo se torna mais próximo e a comunicação facilitada. Este capítulo também discute o quanto a internet transformou-se em um veículo de outras formas de cultura e de espaços, assim participando da criação da cultura contemporânea.

Como corpus de análise estudou-se uma amostra selecionada de sites elencados no portal do Ministério de Relações Exteriores do Brasil, órgão que monitora este tipo de comunicação e apóia as comunidades brasileiras no exterior. Realizou-se análise de discurso nos sites visando documentar a referida identidade brasileira retratada pelos expatriados.

## 2 A IDENTIDADE HUMANA INDIVIDUAL E COLETIVA

O objetivo deste capítulo é discorrer acerca dos pontos pertinentes relativos à identidade humana com o intuito de melhor compreender, posteriormente, a identidade brasileira. Aqui será tratado, basicamente, da identidade pessoal – também chamada de individual – que está ligada a uma construção individual do conceito que o indivíduo tem de si mesmo e identidade social – também chamada de coletiva – que por sua vez trata do conceito de si mesmo a partir da vinculação do indivíduo a determinados grupos sociais.

Desta forma inicia-se com Houaiss e Villar (2001, p. 1565) que definem a identidade individual como o “conjunto de características próprias de uma pessoa”. Tais características são compostas por um somatório de marcas genéticas e culturais. Como exemplo se tem dois irmãos. Mesmo criados em um mesmo ambiente familiar, freqüentando a mesma escola, cada um terá a sua identidade. Isso se justifica pelo fato que cada pessoa responde diferentemente aos estímulos externos. Cada um deles se identifica com grupos, pessoas, estilos de música ou diferentes ou de forma diferenciada. Assim, construindo suas características que o identificarão no meio, sendo elas físicas, psíquicas e de convívio. Cada um com a sua identidade.

Identidade gera pertencimento, pois definir uma pessoa implica, também, em definir o que ela não é. O conceito de identidade remete a uma relação de unidade e semelhança do sujeito com determinado grupo social e de diferenças com outros grupos. Pode-se dizer que identidade seja relacional e contrastiva. “Essa relação simultânea de inclusão e exclusão está atrelada a uma característica básica da vida em sociedade, que é a presença de sistemas de classificação de pessoas e grupos sociais” (REZENDE, 2009, p.20). Desta forma, as semelhanças e diferenças entre as pessoas são o alicerce da identidade.

Ao mesmo tempo em que as pessoas se diferenciam, se aproximam dos semelhantes. Esta relação é reconhecida socialmente – grupo de pertencimento e outros – e tem significado para o sujeito como algo que subjetivamente o define. É nessa subjetividade que a noção de identidade se distingue do conceito de papel social, pois não há identificação necessária entre o sujeito e a posição social

ocupada. Há o conteúdo afetivo que pertence a este processo de identificação. Apesar de haver debate sobre a existência ou não de uma essência individual, a subjetividade é vista em grande parte construída cultural e socialmente, de forma que a identidade articula duas instancias de caráter igualmente social – a experiência individual e o pertencimento a grupos sociais (REZENDE, 2009).

Assim como a individual, a construção da identidade coletiva é um fenômeno que se produz em referência a outros grupos. Trata-se de uma representação daquilo que identifica o indivíduo como membro de um grupo. Nessa construção da identidade se pode dizer que a memória é um elemento constituinte importante, sendo ela tanto individual como coletiva. Tem-se como exemplo um grupo de chineses e um grupo de brasileiros descendentes de chineses. Ambos possuem marcas genéticas semelhantes (cor de pele, formato dos olhos, tipo de cabelo), porém as marcas culturais mudam, tendo em vista que um está imerso na cultura chinesa e o outro possui traços desta mesma cultura, comunicada por seus pais, e outros traços, possivelmente até mais fortes, da cultura brasileira, tendo em vista o meio em que vive. Os brasileiros descendentes de chineses, ao chegar à China, se perceberão mais como brasileiros que chineses, tendo em vista a memória e identificação como membro de um país de origem, no caso, o Brasil.

Entende-se que identidade seja uma construção que se narra a partir dos acontecimentos que ocorrem, em especial, no que diz respeito às diásporas. Estes acontecimentos, geralmente, estão relacionados à apropriação de um território por um povo ou à independência obtida por meio do enfrentamento com estrangeiros. Assim, o contexto territorial e busca de diferenciação do colonizador são fatores constituintes da identidade. Leva-se em conta, também, a diversidade de repertórios artísticos e de meios de comunicação que contribuem para a elaboração e reelaboração das identidades.

Esta representação social, que identifica a pessoa como membro de um grupo, pode ser considerada como uma atuação. É nesta interação social que a memória coletiva é atualizada. Ressalte-se que a memória coletiva está vinculada ao grupo social onde o indivíduo está inserido. O mecanismo de conservação deste grupo está diretamente associado à preservação e atualização da memória. Isso se observa claramente nas comunidades que estão instaladas distante de seu país de



origem, e que, na memória, recriam os traços da identidade nacional que foi deixada para trás (ASSMANN; CZAPLICKA, 1995). Como exemplo, tem-se os africanos que vieram como escravos para o Brasil. O candomblé, a capoeira, a culinária típica são exemplos da busca de um povo para a preservação de sua identidade nacional.

Quando se fala em memória, se tem a questão da lembrança. Muitas vezes as cenas do passado vão se apagando na memória até desaparecerem por completo. No entanto, há algumas que ficam enraizadas na memória da humanidade por muito tempo. Assim, existem lembranças que ficam conservadas nos fundamentos das identidades coletivas. A memória, levando-se em conta somente a perspectiva social e cultural, é um conjunto de ritos, imagens, danças, obras de arte que cada sociedade acredita que constituam seu acervo social e cultural. A única maneira de conservar a memória através das gerações é configurá-la simbolicamente (ASSMANN, 2008).

Seguindo a construção do argumento quanto a esta ligação entre memória e identidade, Halbwachs (1990) afirma que a memória é construída em grupo, mas é também, um trabalho de cada indivíduo. Ressalte-se que é o indivíduo quem lembra, e este está inserido ou habitou grupos de referência.

O grupo de referência é um grupo do qual o indivíduo já fez parte e com o qual estabeleceu um conjunto de pensamentos. O grupo está atuante para o indivíduo tanto pela sua presença física, como pela possibilidade que o indivíduo tem de retomar os modos de pensamento e a experiência comum próprios do grupo. A vitalidade das relações sociais do grupo dá vitalidade às imagens que constituem a lembrança. Portanto, a lembrança é sempre fruto de um processo coletivo e está sempre inserida num contexto social preciso.

Reforçando as ideias de Halbwachs se tem Assmann e Czaplicka (1995) que destacam que a sobrevivência cultural das espécies está na memória cultural. Os autores resgatam Nietzsche, pois este diz que a programação genética animal garante a perpetuação das espécies, enquanto para os humanos, além de perpetuar a espécie, estes devem manter de forma consistente sua natureza através das gerações. A solução para esta manutenção se dá por meio da memória cultural. A

teoria destes autores quanto à memória cultural está embasada em três pilares: memória (contemporização do passado), cultura e grupo (sociedade).

Como a memória está relacionada à lembrança, esta advém de um processo coletivo, na medida em que necessita de uma comunidade afetiva, característica esta das relações nos grupos de referência. Esta comunidade afetiva é o que permite atualizar uma identificação com a mentalidade do grupo no passado e retomar o hábito e o poder de pensar e lembrar como membro do grupo.

A permanência do apego afetivo a uma comunidade dá consistência às lembranças. Em contrapartida, o desapego está ligado ao esquecimento. "Esquecer um período de sua vida" - diz Halbwachs (1990) - "é perder contato com aqueles que então nos rodearam" (p.32). Esta perda de contato não pode ser restituída, nem mesmo pela descrição exata dos acontecimentos deste período, pois, na descrição, as imagens se apresentam como dados abstratos. No desapego não há reconhecimento, não há lembrança. Se não há lembrança, não há reconstrução da identidade.

Tanto o reconhecimento quanto a reconstrução dependem da existência de um grupo de referência. Isto se justifica tendo em vista que as lembranças retomam relações sociais, e não simplesmente ideias ou sentimentos isolados, e que são construídas a partir de um fundamento comum de dados e noções compartilhadas.

Desta maneira, a memória é o trabalho de reconhecimento e reconstrução que atualiza os "quadros sociais" nos quais as lembranças podem permanecer e, então, articular-se entre si. Assim, compreende-se, em parte, a concepção halbwachiana sobre a natureza coletiva da memória e sua relação com a identidade, seja ela individual ou coletiva.

Das ideias de Halbwachs (1990) até aqui expostas, deriva a impossibilidade de uma memória exclusivamente ou estritamente individual, uma vez que as lembranças dos indivíduos são, sempre, construídas a partir de sua relação de pertinência a um grupo. A memória individual pode ser entendida, então, como um ponto de convergência de diferentes influências sociais e como uma forma particular de articulação das mesmas.

Analogamente, a memória coletiva, propriamente dita, é o trabalho que um determinado grupo social realiza, articulando e localizando as lembranças em quadros sociais comuns. O resultado deste trabalho é uma espécie de acervo de lembranças compartilhadas que é o conteúdo da memória coletiva.

A memória individual é um balizador da memória coletiva. Isto significa que a experiência dos indivíduos é a ancoragem para a construção contínua e comum a que chamamos memória coletiva, cujos conteúdos, por esta razão, não são arbitrários. A memória coletiva tanto enfrenta a racionalidade da história feita pelos historiadores como a complementa. E, em outros momentos, ainda, serve como limite ao caráter lógico e ideológico da história. Nem a memória coletiva nem a memória histórica podem reivindicar a verdade sobre o passado.

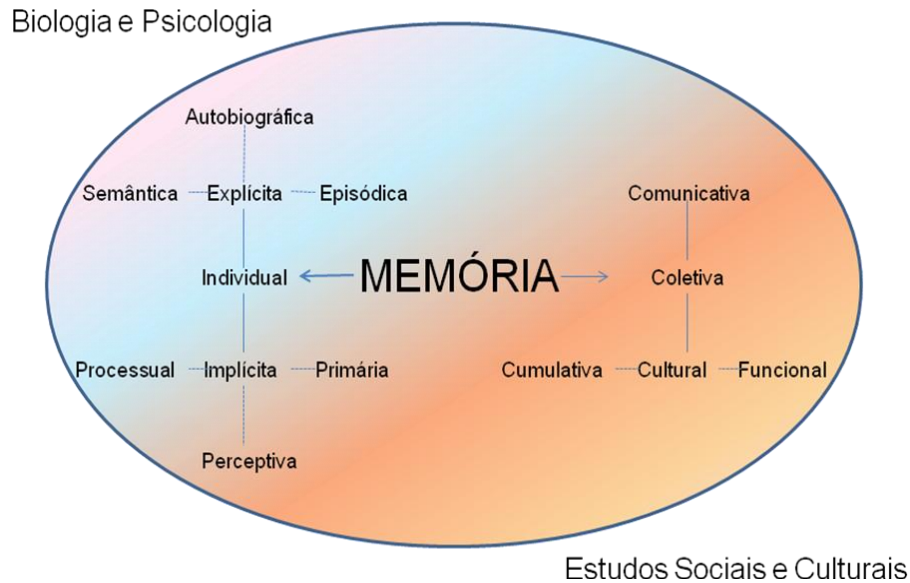
Desta maneira a memória coletiva tem como objetivo transmitir uma identidade coletiva. A sociedade se inscreve nesta memória, com suas normas e valores, criando no indivíduo o que Freud chama de superego<sup>1</sup> e convencionalmente se designa como consciência moral (ASSMANN, 2008).

Para reforçar a relação da memória individual e coletiva vale observar a Figura 1:

---

<sup>1</sup> O Superego é inconsciente, faz a censura dos impulsos que a sociedade e a cultura proíbem ao Id, impedindo o indivíduo de satisfazer plenamente seus instintos e desejos. É o órgão da repressão, particularmente a repressão sexual. Manifesta-se à consciência indiretamente, sob a forma da moral, como um conjunto de interdições e de deveres, e por meio da educação, pela produção da imagem do "Eu ideal", isto é, da pessoa moral, boa e virtuosa.

Figura 1- Formas de memória



Fonte: Adaptado de Memória (20-?)

Esta figura tem o objetivo ilustrativo de esquematizar os tipos de memória. Ressalte-se que a memória individual está intimamente ligada à coletiva. Conforme anteriormente visto, as experiências individuais e coletivas são formadoras da identidade. Nesta figura também fica clara a relação entre memória coletiva e a questão cultural. A memória coletiva formata as identidades sociais, culturais, nacionais e locais.

A memória cultural está intimamente ligada à coletiva, pois é a partir de um conceito de coletivo para todos os conhecimentos, comportamentos diretos e experiências a partir do trabalho interativo das sociedades que se faz a repetição da prática social pelas gerações. A memória cultural transcende a marca do horizonte temporal, pois vai além do que caracteriza o dia-a-dia. Este tipo de memória possui pontos fixos. Eles são eventos do passado que a memória coletiva mantém na formação cultural e na comunicação institucionalizada. Pode-se chamar isso de figuras de memória.

Contribui para a composição da identidade, e acrescenta na memória individual e coletiva, a intensa mobilidade geográfica das pessoas no mundo atual, acelerada pelo barateamento da utilização dos meios de transporte. Pode-se viver de forma não permanente em locais distintos daqueles onde se nasceu, assim

modificando o estilo de vida a partir do contexto que se vivencia. Esta interação tem efeitos sobre a cultura e a identidade do expatriado, pois recria a memória coletiva.

Em a mobilidade humana tornando-se mais acessível, as identidades sociais, nacionais e locais só podem persistir na medida em que se situam numa comunicação na diversidade de contextos (CANCLINI, 2006). Nesta multiplicidade, compreendem-se as diversidades pertinentes a cada grupo. Este somatório constrói e enriquece as identidades.

Neste somatório, percebe-se de forma mais clara a construção – ou reconstrução - da identidade. Já o enriquecimento das identidades é algo não unânime pelos estudiosos do assunto. As críticas advêm do fato de que identidade não se configura, por exemplo, como o ato de estudar. A princípio, quanto mais estudo mais conhecimento se tem. Já a identidade não é somente um acúmulo do que as pessoas vivenciam.

Aqui vale se ter em mente o conceito de identidade social, que é distinto do pessoal e de ego. Por identidade social, ou identidades sociais, entende-se a constituição das categorias sociais mais vastas a que um indivíduo possa pertencer. Como identidade pessoal tem-se a continuidade orgânica imputada a cada indivíduo, estabelecida por meio de marcas distintivas que são derivadas de sua biografia. Já a identidade de ego ou identidade sentida é a sensação subjetiva da sua situação, e advêm do sujeito a partir de suas experiências individuais (GOFFMAN apud MENDES, 2002). A identidade social, assim, se sustenta à medida que integra de modo pedagógico e equilibrado as representações socialmente instituídas e as assume como próprias. Não é possível a integração social, a não ser pela assunção significativa da teia simbólica socialmente consolidada na memória coletiva (RUIZ, 2003).

Esta consolidação na memória coletiva e cultural é uma questão de coletivo social que quer recordar, sendo também do indivíduo que lembra para participar dele. É para isso que ambos – coletivo e indivíduo – apelam para o arquivo das tradições culturais, o arsenal das formas simbólicas, o imaginário dos mitos e as imagens, os grandes relatos, as sagas e as lendas, as encenações e constelações, em que o tesouro da tradição do povo sempre está vivo e pode se reativar (ASSMANN, 2008).

Além de a identidade ser fator fundamental para a identificação do ser humano no contexto de seu ambiente, há questões mais amplas que abalam as definições dos conceitos. Autores como Bauman (2005) e Hall (2006) entendem que, no momento atual, há a percepção de crise de identidade no seu sentido mais amplo. Relaciona-se esta crise à sensação de insegurança e flexibilidade das estruturas que estabilizam a sociedade. Isso reforça o colapso no estado do bem estar social. Este momento de mudança faz surgir novas identidades e fragmenta o sujeito moderno, até final do século passado visto como sujeito unificado.

Entende-se que o fator de maior impacto sobre a identidade, em especial a cultural e social, é a globalização. À medida que áreas diferentes do mundo são colocadas em interconexão, ondas de transformação social atingem virtualmente toda a superfície da Terra (GIDDENS apud HALL, 2006). A partir desta interconexão, as sociedades perdem o princípio articulador ou organizador único e conseqüentemente desenvolvem-se sem o desdobramento de uma causa ou lei única (LACLAU apud HALL, 2006). Até meados do século passado, os marcadores de identidade nacional eram o que caracterizava fortemente um local ou povo. Considera-se que, atualmente, com as fronteiras culturais cada vez mais tênues, evidencia-se a discussão quanto à questão da identidade. Esta discussão se justifica pela possibilidade atual de conhecer, utilizar e se comunicar com todos os cantos do planeta em questão de segundos. Percebe-se então que as diferenças de identidade já não são mais tão instantaneamente marcantes.

A partir dos conceitos anteriormente apresentados, pode-se ter a compreensão de que identidade é algo inerente ao ser humano, porém, sendo construída a partir das memórias individuais e coletivas (lembranças), seu entorno e contexto (família, sociedade, cidade, país, região, continente). Como o entorno está se transformando em algo amplo e flexível devido às facilidades de comunicação e deslocamento, a identidade não é mais tão rígida como em tempos anteriores, o que também causa desconforto e dúvida nos indivíduos. Para se compreender esta mudança de paradigma necessita-se compreender a identidade cultural e a nacional, o que será tratado a seguir.

## 2.1 IDENTIDADE CULTURAL E IDENTIDADE NACIONAL

Para se entender a identidade cultural torna-se importante, além do entendimento do que é identidade, resgatar a ideia de cultura que é uma instância da produção e reprodução simbólica da sociedade (CANCLINI, 2005). Se a cultura é uma instância simbólica, têm-se os comportamentos, relações sociais e atitudes dos povos nesta composição. Tratando-se de sociedade, se afirma que identidade cultural pode confundir-se com identidade nacional.

Autores como Queiroz (1989) estabelecem uma diferença entre identidade nacional e cultural. A identidade nacional é aquela voltada ao conjunto da terra natal e a cultural é aquela específica do grupo no qual o indivíduo está inserido. Exemplificando a possibilidade da diferença se observa os gaúchos do sul do Brasil. Possuem a identidade nacional, reconhecendo e entendendo as marcas identitárias como sendo suas, e ao mesmo tempo tendo uma identidade cultural própria, como o churrasco, chimarrão e danças do folclore local. Também a realidade brasileira, em alguns casos, nas duas concepções, a de identidade cultural e a de identidade nacional, se confundem em uma nação onde todas as coletividades étnicas e todos os estratos sociais estão interligados por um patrimônio cultural semelhante, e este fato compõe o nacional.

Para Ortiz (2006), o que caracteriza a identidade nacional é exatamente o fato de a mesma não ser propriedade particularizada de nenhum grupo social daquele país, mas uma definição comum que se impõe a todos os grupos. Pode-se dizer que sejam pontos de referência para uma população que as caracterize e as diferencie do restante do mundo. Reforçando isso, Rezende (2009) traz que o que é comum às identidades nacionais é a questão de que elas só se manifestam em situação de contraste. Assim, para pensar em grupos étnicos ou nações dotadas de substância, definidos por culturas, línguas, histórias particulares, é preciso considerá-los como formas de organização social, cujas fronteiras e conteúdos variam no tempo e no espaço.

Sobre a questão de identidades cultural e nacional, autores como Stuart Hall consideram-nas como sinônimos, sendo ambas parte da natureza essencial do ser

humano. Gellner (apud HALL, 2006, p.48) complementa esta ideia, dizendo que “uma pessoa sem uma nação parece impor uma tensão à imaginação moderna”. Esta tensão é comparada à questão das pessoas terem um nariz e duas orelhas: devem também ter uma nacionalidade. Ou seja, se faltar uma das orelhas ou se a pessoa não tiver nariz causará estranhamento, assim como alguém sem nação. A nacionalidade é algo aprendido, ou seja, um conjunto de significados formados e transformados no interior da representação. Assim, a nação não é apenas entidade política, mas algo que produz sentidos, um sistema de representação cultural. “Uma nação é comunidade simbólica e é isso que explica seu ‘poder para gerar um sentimento de identidade e lealdade’” (SCHWARTZ, 1986, apud HALL, 2006, p. 49).

O sentimento de lealdade e a identificação que, numa era pré-moderna, ou em sociedades mais tradicionais, eram dadas à tribo, ao povo, à religião e à região, foi transferido, gradualmente sendo colocado de forma subordinada ao Estado-Nação. Este se tornou uma fonte poderosa de significados para as identidades culturais modernas. Desta maneira, as identidades nacionais teriam a pretensão de englobar mais que outras identidades. Isto se deve ao caráter menos coesivo das identidades de local, região, etnicidade ou religião. Mas nenhuma delas tem o potencial de mobilização coletiva esperado das identidades nacionais. Enquanto as outras identidades fragmentam a coletividade, essa construção identitária reuniria os membros de uma comunidade de forma mais duradoura (REZENDE, 2009).

As culturas nacionais são compostas, não somente por instituições culturais, mas também por símbolos e representações. Uma cultura nacional é um discurso–modo de construir sentidos que influenciam e organizam tanto as ações quanto a concepção que se tem do eu. Ou seja, são narrativas e/ou discursos que implicam visões muitas vezes homogeneizadas e essencialistas da cultura comum. Anderson (apud HALL, 2006) argumenta que as diferenças entre nações estão nas formas como são imaginadas. Assim, a construção de uma história nacional é datada historicamente e envolve a referência a mitos de fundação, tradições inventadas, visões parciais do passado nacional e “negociações” sobre a memória coletiva.

Além das noções de cultura e história comuns, a identidade nacional implica uma elaboração de autoimagem coletiva, estando articulada geralmente a elementos de gênero e raça. Ou seja, a construção da identidade nacional envolve uma apropriação simbólica do corpo pela eleição de marcos como o pertencimento a uma mesma raça (ou então à mistura racial, como quer a narrativa nacional brasileira) ou a escolha de um



determinado gênero como representativo do sujeito nacional (REZENDE, 2009, p.23)

Hall (2009), a partir dos dizeres de Benedict Anderson, reforça que nações não são apenas entidades políticas, mas comunidades imaginadas. Assim, o sujeito imaginado está sempre em pauta para reflexões em relação as quais se dá o limite fronteiriço para esta identidade, bem como quanto à identidade daqueles que vivem a quilômetros de distância da terra natal. Desta maneira, o indivíduo migrado carrega consigo a identidade nacional de seu país de origem, porém na experiência da diáspora tem-se a “mistura” da cultura da terra escolhida para viver.

Assim, a comunidade nacional sempre foi mais imaginada do que vivida em interações face a face. Tem-se isso mais presente e perceptível o advento dos espaços virtuais, de modo que se pode, nos dias de hoje, pensar em comunidade nacional articulando identidades, deste modo construindo o sentido de reconhecimento e pertencimento muito além do espaço físico do país.

A partir da identidade nacional e de pertencimento, bem como da experiência da migração internacional, Hall ainda traz a ideia de que as nações modernas são híbridos culturais, pois não há como manter-se uno com a facilidade de deslocamento, comunicação e troca que caracterizam nossa época. Também se deve lembrar que as nações surgiram do caldeamento dos povos. Bauman complementa a questão de cultura híbrida dizendo que esta é um “verniz ideológico sobre a extraterritorialidade alcançada ou proclamada” (2005, p. 46) que

busca identidade na liberdade em relação a identidades designadas e inertes, na licença para desafiar e menosprezar os tipos de marcadores, rótulos ou estigmas culturais que limitam os movimentos e escolha do resto das pessoas.

Hall ressalta a questão das identidades nacionais deslocadas. Para ele, “devemos ter em mente a forma pela qual as culturas nacionais contribuem para ‘costurar’ as diferenças numa única identidade” (2009, p. 65). Esta “costura” transforma-se numa complexa teia de relações sociais, formada pela composição das diferenças. Repercute na conformação dos processos identitários a partir da constituição de múltiplas e fluidas identidades fundamentadas simultaneamente nas sociedades de origem e nas “adotivas” (COGO, 2001).

Desta forma, Cogo complementa que a complexidade das relações identitárias se reafirma decorrente dos processos migratórios à luz do decréscimo do aporte à crescente multiplicidade de origens, bem como de status socioeconômicos, observados entre as novas gerações de imigrantes. Um exemplo citado é o caso dos mexicanos migrantes que, ao estabelecerem-se nos Estados Unidos, não estão dispostos a romper com os laços culturais e linguísticos que os ligam ao seu país de origem. Ao mesmo tempo, não hesitam, se necessário, em apelar à democracia americana, quando se trata de preservar seus direitos como habitantes do novo país. Buscam, assim, viver o melhor dos dois mundos.

Deste modo, faz-se claro que a identidade cultural, ou nacional, é aquela construída a partir dos símbolos, imagens, cultura e aspectos específicos de cada país<sup>2</sup>, de cada povo. As pessoas precisam sentir-se parte de um grupo com regras, direitos e deveres, parâmetros que dão orientação e sentido a sua vida. Um ser humano sem nação é alguém sem identidade. Ressalte-se que a nação não precisa ser a de nascimento, pode ser a de identificação, abrigo ou escolha. Podem, portanto, as características de variadas localidades e raízes interferir e transformar continuamente a identidade das pessoas, especialmente ao se considerar a atual capacidade de comunicação e mobilidade com rapidez e segurança.

Um dos elementos-chave da identidade nacional é pertencer a uma comunidade política. Isto, porém, traz duas questões: a primeira é pertencer como algo consciente. Esta consciência de fazer parte de uma comunidade política, com direitos e deveres comuns a todos, é ponto comum de qualquer identidade ou movimento nacional. A segunda questão diz respeito à definição de comunidade. Pode ser com base em um território demarcado, um grupo com limites e contornos bem definidos, separando daqueles que não pertencem ao grupo e que, portanto, não partilham experiências nem direitos e deveres comuns. Assim, enfatiza-se a nação como um sistema de representação cultural, um símbolo potente (REZENDE, 2009).

Desta maneira, se pode resumir que identidade nacional é a construção de narrativas de pertencimento, acionadas em contextos e relações específicas,

---

<sup>2</sup> Para fins deste texto, a autora optou por país e nação se equivalerem no sentido de coletividade limite que, segundo Burdeau (2005), é o ápice do agrupamento social e criação da identidade do grupo.

somadas a experiências concretas dos indivíduos. Isto traz à tona a necessidade de fazer parte de uma comunidade nacional e os reflexos na subjetividade de cada membro, as tensões e negociações em torno deste pertencimento.

A partir deste breve apanhado quanto à identidade cultural, fundamental para a compreensão do tema, começa-se a questionar quais as identificações do “ser brasileiro”. Com um país de dimensões continentais, com várias influências migratórias misturadas às diferentes tribos indígenas que aqui habitavam, como se pode dizer que isso ou aquilo é da identidade brasileira? Para melhor compreender a identidade nacional, tem-se a questão do imaginário, tópico este a ser desenvolvido no próximo item, para que se possa chegar ao foco desta pesquisa, que é a identidade nacional brasileira.

## 2.2 IMAGINÁRIO

Um aspecto fundamental para a composição da identidade nacional, cultural e da social é o imaginário. Convencionalmente, o imaginário é o contrário de real, tendo em vista que a imaginação representa, de forma distorcida, o real. Nesta distorção está a idealização, o formato simbólico do que se diz ser a realidade. Partindo-se de um enfoque mais antropológico, entende-se que o imaginário seja uma introjeção do real, uma aceitação inconsciente ou até mesmo um modo de se compartilhar a realidade com os outros. Todo o indivíduo submete-se a um imaginário já existente. “O imaginário é uma rede etérea e movediça de valores e de sensações partilhadas concreta ou virtualmente” (SILVA, 2006, p. 9).

Para Ruiz (2003), o imaginário é algo que, assim como a imaginação, por princípio é indefinível, isto é, nenhuma explicação racional, por muito densa ou extensa que se pretenda, poderá exaurir todas as possibilidades de conceber o existir do imaginário. O imaginário sempre deverá ser descrito pelos seus efeitos, pois nunca poderá ser explicado por meio de definições conclusivas. Para o autor, ainda é necessário um esclarecimento semântico quanto a imaginário e imaginação. Nem sempre com o mesmo sentido, imaginação, no conceito comum, é sinônimo de alucinação, sendo o oposto de real. Já o imaginário, ou imaginado, é um subproduto

da racionalidade. A partir desta perspectiva, a imaginação, mesmo sendo uma dimensão inegavelmente humana, resulta secundária perante a objetividade da racionalidade.

O ser humano, antes de pensar logicamente as coisas, imagina-as. Por diversos motivos, o indivíduo seleciona do fluir caótico de sensações que invadem seus sentidos, apenas determinadas imagens, e as institui com um sentido específico. Do amálgama de sensações sem sentido, que fluem perante ele, algumas são captadas e transformadas em imagens. Essas imagens são imediatamente significadas. Desse modo, o caos aparente das impressões sensoriais se organiza como um cosmo de sentidos imaginados. A imagem é muito mais que a mera possibilidade de fantasiar a realidade. Ela constitui a potencialidade que o ser humano tem de impregnar de sentido – de modo volitivo e afetivo – as sensações. A imaginação possibilita ao ser humano que o mundo deixe de ser para ele uma mera apresentação, como é o caso da consciência animal, para se transformar numa representação. Os objetos passam de elementos sem sentido para coisas com significado (RUIZ, 2003).

Quando se fala em imaginário, se tem, também, os mitos. Estes se expressam na forma de discurso narrativo que efetiva uma interpretação vital do ser humano e uma compreensão “verdadeira” e relativa do mundo. A compreensão não é um dos modos de comportamento do sujeito, mas o modo de ser do próprio ser (GADAMER, 1977 apud RUIZ, 2003). O imaginário integra, na narrativa discursiva, o sentido existencial e a verdade científica, construindo uma significação afetiva e um paradigma efetivo que imbricam o conjunto dos sentidos como formas de visões do mundo.

Mesmo o ser humano sendo, basicamente, animal territorial, ele precisa de sentido, de direção, para situar-se no tempo, no espaço e no imaginário. O homem sem mito é um mito. Essa necessidade de dar uma alma ao que se acredita, pensa e faz, tornar-se-á a problemática essencial do século que se inicia (ZAOUAL, 2003).

A estrutura cultural do planeta constitui-se de um “imenso tapete de sítios” (ZAOUAL, 2003, p. 104) que, mesmo sendo singulares, estão entrelaçados uns com os outros. Assim, a humanidade apresenta o aspecto de emaranhamento. O

indivíduo situado está no centro da problemática da mundialização. Mesmo sendo arrastado por ela, o indivíduo busca dar-lhe significações.

Durand (2004), na introdução de uma de suas obras, aborda a discussão sobre a construção da dita civilização da imagem (vídeo, foto, cinema, entre outras formas), também sustentada pela supremacia da imprensa e comunicação escrita sobre a imagem mental (imagem percebida, das lembranças e ilusões). Esta imagem mental é o que se denomina como imaginário. O autor ressalta que, ao se chegar ao século XIX, grandes cientistas permaneciam atrelados ao empirismo e assim esboça-se o início de um novo momento, ao qual se está associado ainda atualmente à iconoclastia ocidental, onde o fato aliado ao argumento racional surge como mais um obstáculo para um imaginário cada vez mais confundido com o delírio.

Kant reabilita a imaginação como a integração da simples percepção nos processos da Razão. Porém, somente com o Surrealismo da primeira metade do século XX se fortaleceu o reconhecimento dos símbolos do imaginário (DURAND, 2004).

Qualquer manifestação da imagem representa uma espécie de intermediário entre um inconsciente não manifesto e uma tomada de consciência ativa. Esta manifestação possui status de um símbolo e constitui modelo de um pensamento indireto, no qual um significante ativo remete a um significado obscuro (DURAND, 2004, p. 36).

Todo imaginário humano articula-se por meio de estruturas plurais e irreduzíveis, limitadas a três classes que gravitam ao redor dos processos matriciais. São elas: do “separar” (heróico), “incluir” (místico) e “dramatizar” (disseminador), ou pela distribuição das imagens de uma narrativa ao longo do tempo (DURAND, 2004).

O imaginário corresponde ao aspecto insondável do ser humano, em que se produz, além de todos os condicionamentos psíquicos e sociais, o elemento criativo. Este constitui o sem-fundo inescrutável do sujeito, que possibilita a imaginação e também a racionalidade como dimensões próprias do humano. A imaginação e a

racionalidade são criações do imaginário, e ambas coexistem necessariamente, co-referidas na dimensão simbólica inerente ao ser humano.

Considera-se que o imaginário seja, por natureza, indeterminação radical. Ele flui como uma força incontrolada e incontrolável dentro do ser humano e da sociedade. O imaginário não está definido por nenhum tipo de determinação, por isso se constitui como força criadora que emerge do sem-fundo humano e da sociedade, a fim de fazer possível a novidade sócio-histórica.

Imaginário é algo construído, seja ele individual ou social. No individual, isto se dá, basicamente, por identificação (perceber-se no outro), apropriação (querer algo do outro em si) e distorção (reelaboração do outro para si). Já o social, fundamenta-se no contágio, ou seja, na aceitação do modelo do outro (lógica tribal), disseminação (igualdade na diferença) e imitação (distinção do todo por difusão de uma parte). Assim, observa-se que sempre há o desvio e nele pode estar a idealização das situações (SILVA, 2006).

A partir de todo o anteriormente tratado, tem-se o imaginário como ponto chave para a construção da cultura e as definições da identidade. Desta maneira questiona-se qual o imaginário da identidade brasileira. Num país de tantas misturas e diferenças, é o imaginário que permanece, nesta ideia do fazer parte de algo, para aqueles que vivem distante.

No próximo capítulo, se tem os pontos pertinentes para a compreensão da construção da identidade nacional brasileira para, no momento seguinte, compreender quanto ao movimento dos povos no mundo.

### 3 IDENTIDADE NACIONAL BRASILEIRA

A identidade, como anteriormente debatido, é formada, transformada e embasada nas representações e no imaginário. Assim também é a identidade nacional. Uma nação é, em seu processo formador, uma comunidade simbólica em um sistema de representação cultural. A cultura nacional é um modo de construir sentidos, ou discursos, que influenciam e organizam as ações e concepções formadoras desta percepção das pessoas naturais de determinado local.

O nacionalismo<sup>3</sup>, como movimento organizado, é algo que inicia nas classes mais ilustradas e, com auxílio dos meios de comunicação, é disseminado. Como bem descreve Leite (1983, p.10),

A maior dificuldade para uma explicação coerente do nacionalismo é o fato de apresentar formas e origens muito diversas, de acordo com a época e o país em que se manifesta. Pode-se dizer que o romantismo alemão foi nacionalista, embora tenha sido um movimento intelectual de pequenos ou pouco intenso colorido político. Nacionalista foi a Revolução Francesa, movimento político liberal; nacionalista foi também o nazismo alemão, movimento político autoritário.

Também se observa pouca objetividade ou neutralidade dos pesquisadores dos movimentos nacionalistas. Mesmo se podendo também considerar como um movimento irracional, percebe-se de um ponto de vista lógico que “o nacionalismo implica em exaltação das qualidades de um povo, o que leva inevitavelmente à comparação com outros” (LEITE, 1983, p.11).

Se todo o nacionalismo precisa de história ou de passado, o nacionalismo brasileiro logo depois da independência precisava encontrar um passado independente da História Colonial, pois esta era comum em Portugal. E Portugal era, na época, o inimigo, a nacionalidade de que a brasileira

---

<sup>3</sup> A diferença entre o nacionalismo e o patriotismo está em que o nacionalismo identifica o princípio nacional com coisas inertes e estáticas (o povo, a terra, as tradições, a língua, o Estado) transformando-os em fetiches intocáveis. Já o patriotismo toma todo este lastro material como matéria prima do verdadeiro princípio nacional, que é o projeto de vida em comum, energia dinâmica, sopro de vida animando o arcabouço material da nação, infundindo-lhe direção e sentido. O que significa que o patriotismo toma o princípio nacional, o projeto de vida em comum, como aquilo que ele é: um princípio essencialmente nacionalizador. Ser nacionalista é repelir com veemência a participação das idéias, da cultura, da tecnologia e do capital estrangeiro como danosos ao interesse do país e como dissolventes do caráter nacional. Ser patriota é não temer nada do que vem de fora, mas selecioná-lo, assimilá-lo e reproduzi-lo de forma nova, criadora e caracteristicamente nacional. A partir da Revolução Francesa, patriotismo tornou-se sinônimo de nacionalismo (KUJAWSKI, 1992).

precisava distinguir-se. Compreende-se, assim, que logo depois da Independência alguns brasileiros trocassem nomes portugueses por nome indígenas e que esses fossem proclamados os donos da terra, opostos aos invasores portugueses (LEITE, 1983, p.182).

Neste intuito de distinção, a trajetória do que é ser brasileiro tem reflexos da época vivida e da situação política nacional e internacional. Desde a Independência construiu-se paulatinamente a identidade brasileira e o processo continua com o advento da República, sempre buscando a identidade nacional.

Desta forma, questiona-se: O que é brasilidade? O que é ser brasileiro? Quais as características que representam esta identidade? Não se pretende aqui discutir os aspectos legais da cidadania nem os motivos que levaram esta terra a ser denominada Brasil. Aqui se tem o objetivo de, por meio da percepção de autores e estudiosos do assunto, buscar entender os caminhos da identidade nacional e identificar seus marcadores.

Foge ao foco do presente trabalho o debate sobre a adequação de os cidadãos serem chamados de brasileiros e não brasilienses e a mudança do significado destes termos conforme foram se incorporando ao falar diário da população. O tópico será apenas brevemente mencionado por situar elementos na evolução da criação do conceito de identidade brasileira. Inicialmente, brasileiro era aquele que traficava o pau-brasil. Paulatinamente, o termo foi mudando de sentido e também reconhecido para designar aquele “com que portugueses designam os seus compatriotas que voltam ricos do Brasil” (HOUAISS; VILLAR, 2001, p.507). Desta forma, o termo brasileiro foi mais difundido que brasiliense e passou a identificar o povo do Brasil (BUENO et al., 2002).

A expressão “brasileiro”, portanto, com o sentido atual, que identifica as pessoas nascidas no Brasil, não era assim percebida na época colonial. Havia, então baianos, mineiros, paulistas, mazombos, mamelucos, entre outros. O entendimento da identidade nacional brasileira, como se tem hoje, foi um processo longo de metamorfose, tanto na cultura como na política (SOUZA, 2007).

Enquanto o Brasil foi possessão portuguesa, a unidade não era um projeto para a colônia. A América portuguesa não era una, e sim, dividida em grandes porções administrativas (capitanias, governos-gerais, províncias). Somente a partir do século XVIII, com a ocorrência de revoluções e movimentos reivindicatórios



internos, é que começam a surgir ideias nativistas dentro do território nacional. O conceito de identidade nacional ganha força a partir do século XIX, em torno dos acontecimentos que vão resultar na independência do Brasil. A partir deste momento, os personagens e as histórias começam a se consolidar no imaginário brasileiro (CARVALHO, 2010).

Além dos personagens e histórias, a miscigenação é um fator muito relevante neste imaginário nacionalista. Ressalta-se que, na época do Brasil colônia, a miscigenação era algo aceitável e até desejável, já que, longe de condenar os casamentos mistos de indígenas e brancos, o governo português tratou, em mais de uma ocasião, de estimulá-los (HOLANDA, 1984). O autor observa isso como característica dos colonizadores portugueses.

A culinária é também ponto de identificação de identidade nacional. Certamente, os diversos povos colonizadores do Brasil têm influência na definição da “cozinha brasileira”. Há autores como Maciel (2004), que consideram o vatapá como o mais brasileiro dos pratos. Isto se justifica pelo fato de ter a farinha de trigo dos portugueses no pão, o azeite dendê dos africanos e o amendoim e castanha de caju dos indígenas.




Ultrapassando as questões étnicas, regionais e de classe social, há uma combinação alimentar que se constitui como básica para o brasileiro: o arroz com feijão, geralmente combinado com carne e salada. É, porém, a feijoada (de forma simplista pode-se definir que seja feijão cozido incrementado com partes específicas de porco e outras especiarias), que é considerada um prato nacional e marcador de identidade, por possuir um significado unificador (MACIEL, 2004). Este significado atribuído à feijoada advém do fato de o mesmo ser um prato especial, que necessita de muitos ingredientes, tempo para ser preparado e digerido e, geralmente, reservado às ocasiões especiais, como festas e comemorações.

DaMatta (1986) reforça que o povo brasileiro oscila entre rotinas e festas, trabalho e feriado, ou seja, entre a dureza e as coisas boas da vida. Todos os povos constroem suas festas de muitos modos. No caso do Brasil, a considerada maior, mais importante, mais livre e mais criativa, mais irreverente e mais popular de todas, é o carnaval. Uma festa que rompe com a hierarquia, diferença entre raças e preconceitos, onde cada um cumpre o seu papel, vivendo a fantasia que escolheu. E

isso se transporta para as demais festas brasileiras, sejam elas populares, religiosas ou comemorativas. Assim, o povo brasileiro tem nas reuniões sociais (entre amigos), um ponto forte como marcador de sua identidade.

A questão visual também é fortemente associada à identidade brasileira, seja na miscigenação ou nas cores nacionais. Desde 1822, as cores verde e amarelo representam o Brasil. Com a proclamação da Independência do Brasil, Dom Pedro I retirou as cores azul e branca que identificavam a Coroa Portuguesa. Assim, Dom Pedro I adotou como cores imperiais brasileiras as que identificavam a sua origem e de sua esposa, ou seja, o verde dos Bragança e o amarelo dos Habsburgos. Já em 1870, como bandeira do Segundo Império, manteve-se as cores, porém houve modificação de layout e foram colocadas estrelas como representação dos estados do país. Foi trazido de volta o azul e branco (cores da Coroa Portuguesa). Cerca de duas décadas depois a nova bandeira para a República foi criada com o retângulo em verde e losango amarelo, esta sendo a origem da bandeira republicana adotada em 1889 (PASTOREAU, 1993) e com o layout próximo ao utilizado atualmente. A única alteração observada, de 1889 para os dias de hoje, é a quantidade de estrelas, pois remetem aos estados brasileiros. Esta evolução se pode visualizar no Quadro 1.

Quadro 1 – Evolução da Bandeira Nacional Brasileira

	<p>Bandeira do Império do Brasil durante o Primeiro Reinado (1822 – 1870)</p>
	<p>Bandeira do Segundo Reinado do Império do Brasil (de 1870 – 15 de Novembro de 1889)</p>
	<p>Bandeira utilizada de 1889 à atualidade. As modificações foram na quantidade de estrelas que representam os Estado Brasileiros.</p>

Fonte: Bandeiras do Brasil (20-?)

Assim as cores representam o Brasil em inúmeros momentos da história. Em competições internacionais, como as Copas do Mundo, os torcedores brasileiros exaltam as cores nacionais vendo nelas a representação do país. A seleção brasileira, primeiro utilizando a camisa branca e azul e, a partir de 1954, com a camisa amarela e verde. Pelo amarelo vibrante, surgiu o carinhoso apelido para a seleção brasileira de futebol de “Seleção Canarinho”. Estas mudanças se observam no Quadro 2.

Quadro 2 – Camisetas da Seleção Brasileira de Futebol 1930 - 2010

Camisa do Brasil na Copa do Mundo de 1930	Camisa do Brasil na Copa do Mundo de 1938	Camisa do Brasil na Copa do Mundo de 1950	Camisa do Brasil na Copa do Mundo de 1954	Camisa do Brasil na Copa do Mundo de 1970	Camisa do Brasil na Copa do Mundo de 1974
					
Camisa do Brasil na Copa do Mundo de 1978	Camisa do Brasil na Copa do Mundo de 1982	Camisa do Brasil na Copa do Mundo de 1986	Camisa do Brasil na Copa do Mundo de 1990	Camisa do Brasil na Copa do Mundo de 1994	Camisa do Brasil na Copa do Mundo de 1998
					
Camisa do Brasil na Copa do Mundo de 2002		Camisa do Brasil na Copa do Mundo de 2006		Camisa do Brasil na Copa do Mundo de 2010	
					

Fonte: adaptado de Camisas da Seleção Brasileira (2010)

Também se tem a perspectiva histórica, pois em 1984 viu-se o amarelo nas ruas reivindicando o direito a votar para Presidente da República – movimento Diretas Já. Depois, em 1992, no protesto dos “caras pintadas”, de verde e amarelo, jovens estudantes pedindo a saída do então presidente, como se vê na Figura 2.

Figura 2 – Diretas Já e Caras Pintadas



A identidade nacional, por ser uma identidade que está mesclada questões como cidadania e patriotismo, se manifesta de forma muito característica. Um exemplo brasileiro é, na época dos jogos de futebol, em especial em Copa do Mundo. Ali, toda a diversidade interna da sociedade brasileira é dissolvida e anulada em face da nossa identificação com 11 jogadores durante o período do jogo. Nesse momento, as outras identidades construídas, tendo como base a etnia, o gênero ou a classe, são englobadas pela identidade construída tendo como base a nação – isto é, o Brasil. O simples vestir a camiseta da seleção brasileira já cria uma identificação.

É interessante o Brasil ter um esporte como o futebol como uma de suas marcas identitárias. Há explicações que vertem pela questão do contexto multirracial brasileiro, porém uma das principais marcas para fortalecer o esporte no país foi, durante o governo de Getúlio Vargas, o apoio à profissionalização deste esporte e, conseqüentemente, vitórias no campo, serem vitórias da pátria. Outro fator que popularizou o esporte no país é sua simplicidade. A bola pode ser feita de meia, não são necessários equipamentos para jogar, bem como o próprio campo pode ser improvisado. As regras são simples, se comparadas com outros jogos, como basquete, tênis ou futebol americano. Assim complementa Daolio (2000):

Para explicar o papel que o futebol representa no Brasil, estamos defendendo que houve uma combinação entre as exigências técnicas do futebol e as características sócio-culturais do povo brasileiro. O futebol seria, ao mesmo tempo, um modelo da sociedade brasileira e um exemplo para ela se apresentar. Em outras palavras, o futebol constituir-se-ia, por um lado, numa imagem da sociedade brasileira e, por outro, num exemplo que daria a ela um modelo para se expressar. O homem brasileiro comportar-se-ia na vida como num jogo de futebol, com chances de ganhar ou perder -e às vezes empatar -, tendo que se defrontar com adversários, tendo que respeitar certas regras, mantendo respeito por uma autoridade

constituída, jogando dentro de um tempo e de um espaço, marcando e sofrendo gols, fazendo jogadas de categoria e cometendo erros fatais. Após uma derrota, haveria sempre a chance de se recuperar no próximo jogo.

Não somente no aspecto visual e no esportivo, mas também na literatura, é a partir das obras de Sílvio Romero, Euclides da Cunha, Câmara Cascudo e Gilberto Freyre, que se pode ter um caminho para a compreensão do significado da identidade do ser brasileiro. Este processo de formação da nacionalidade, para Euclides e Romero, constituía-se em obstáculo a ser vencido no que tange aos projetos de nacionalidade por eles delineados. Para os autores citados, trata-se de superar a desvantagem resultante de uma formação social e racial mestiça por meio de ação pedagógica das elites, de forma a incorporar aos novos padrões de civilização toda uma população que foi deixada à margem. Romero define a construção da identidade nacional como um processo ainda em curso, enquanto Euclides situa-se no sertão e define o sertanejo como seu representante, mas posiciona-se em relação à questão de forma essencialmente ambígua, pois o próprio Euclides era homem da cidade. Já Freyre e Cascudo, em suas respectivas obras, não apenas ressaltam a existência de uma identidade e fazem sua apologia, ao mesmo tempo em que sublinham o risco de seu desaparecimento sob o impacto da modernidade (SOUZA, 2007).

Em *Raízes do Brasil* (1984), Sérgio Buarque de Holanda busca compreender o Brasil e os brasileiros a partir de um jogo de contradições, abrindo caminho para o pensamento dialético, direcionando sua análise para os aspectos da psicologia e da história social. Ele aborda as características de ser brasileiro como consequência das origens advindas dos países ibéricos – em especial Portugal. São países que não tiveram em suas raízes a hierarquia feudal, assim, tendo como resultado a frouxidão organizacional, além de uma burguesia mercantil precoce, em relação aos demais países europeus. Ressalta-se que era um povo que não gostava de trabalho físico, da rotina do trabalho, por exemplo, mas gostavam de serem senhores e de terem dinheiro fácil. Assim, levando este traço cultural de identidade a todos os países colonizados, em especial o Brasil. Deste estudo de Holanda (1984) surge o conceito do brasileiro como “homem cordial”. Esta expressão retrata o resultado da mistura de colonizadores – portugueses, e colonizados – índios e negros, e significa, de forma simplificada, e, aparentemente, homem hospitaleiro e generoso. Esta

“casca” cordial é um disfarce que serve de defesa para se preservar e manter sua supremacia ante o social.

Assim, a identidade brasileira baseia-se na miscigenação dos povos (brancos - europeus, negros - africanos e índios – nativos locais). Os pressupostos em relação à raça são muito fortes em Romero e Cunha. O primeiro enfoca a miscigenação sociocultural e racial e a apologia de tradições por ele identificadas com a cultura popular (SOUZA, 2007). Aqui já se observa o entrelaçamento entre o popular e o nacional. Tem-se como exemplo os negros, cuja melhor expressão se refugiou na dança e na música (sensualidade, vocação rítmica e carnavalização) e dos brancos na literatura.

Queiroz (1989, p.21) complementa que, contrapondo seus antecessores,

Mário de Andrade (1893-1945) define a brasilidade principalmente em Macunaíma, seu herói que reúne ao mesmo tempo as qualidades africanas, aborígenes, européias, todas semelhantes em valor. Demonstra que a originalidade e a riqueza da cultura brasileira provêm justamente da multiplicidade de suas raízes. A mistura profunda de elementos heterogêneos, em lugar de nociva e perigosa, por ele é vista como um fator importante para que o patrimônio cultural atinja elevado grau de excelência.

Tem-se então um país com menos de dois séculos de existência, recebendo variadas e ricas influências, criando, descobrindo e redescobrimo sua identidade. Em essência, o que é, afinal, ser brasileiro? Português é o idioma oficial, mas com que sotaque? Para ser brasileiro tem que gostar de samba, lutar/dançar capoeira e jogar futebol? Como auxílio, resgata-se aqui o discurso do então presidente do Brasil, Fernando Henrique Cardoso, nas comemorações de 500 anos da descoberta do país pelos portugueses. Nele, o então presidente ressalta que

talvez este país seja a maior nação multirracial e multicultural do mundo ocidental, senão em número de habitantes, na capacidade integradora da civilização que fundamos. Essa diversidade e sua mestiçagem constituem a marca do nosso povo, o orgulho de nosso país, o emblema que sustentamos no pórtico do nosso século. E essa identidade dá-nos a base para entrada no novo milênio, o da civilização global, nos distingue pelos valores da tolerância, permite que reflitamos, a partir dela, o quanto conseguimos caminhar nesses 500 anos.

Confirmando esta ideia de que ser brasileiro é integrar os diversos povos, Maia (2001) reforça que o falar de patriotismo e nacionalismo no Brasil não sugere qualquer tipo de característica racista ou xenófoba, como se encontra na Europa ou nos Estados Unidos da América. A encontrada, nestes locais, é o racismo ou

xenofobismo violento e separatista, não aceitando, de forma radical, as diferenças. Ao contrário, a miscigenação racial e composição étnica híbrida brasileira devem ser aceitas e louvadas. Elas nunca incitarão qualquer nacionalismo expansivo, mas sim um nacionalismo integrativo.

Ressalta-se que, enquanto os estudos internacionais sobre identidade nacional estão embasados em traços e sinais indiscutíveis de identificação (traços físicos, hábitos, qualidades morais e intelectuais), no Brasil a diversidade sempre foi o tom da identidade nacional. E foi nesta diversidade que se buscou os indicadores, que, reinterpretados, são apresentados como expressões da identidade nacional. Como exemplos, têm-se o candomblé e o carnaval, que apropriados pelo discurso do Estado, são considerados manifestações de brasilidade (OLIVEN, 1989).

Para a construção de uma identidade nacional brasileira, não basta definir traços, sotaques, hábitos e os costumes dos nascidos no Brasil. Ao se estudar este caso, não se pode ignorar que estes fatores “são parte do tecido social humano resultante das ações e associações testemunhadas pela história” (CARVALHO, 2010, p. 20).

Geralmente, só é nacional o que é popular, pois para ter a cara de um país, tem que haver o reconhecimento das pessoas, ou seja, tem que ser popular. A relação entre a temática do popular e do nacional é uma constante na história da cultura brasileira. Silvio Romero, precursor dos estudos sobre o caráter do brasileiro, definiu o seu método de trabalho como “popular e étnico”, isto porque o conceito de povo, que predominava junto aos intelectuais do final do século XIX, era o da mistura racial, o brasileiro se apresentando como raça mestiça. Ele procurava encontrar na cultura popular os elementos que em princípio constituiriam o homem brasileiro. As obras de Silvio Romero, Nina Rodrigues e Euclides da Cunha se inserem na tradição do pensamento do século XIX, que procura insistentemente definir o fundamento do ser nacional com base do Estado brasileiro. O objetivo desses intelectuais é claro: eles se propõem a compreender as crises e os problemas sociais e elaborar uma identidade adequada a um novo Estado Nacional.

Nos anos 1930, os escritos de Gilberto Freyre retomam as mesmas preocupações dos intelectuais do final do século anterior. Os argumentos racistas

que pontilharam as análises dos intelectuais do final do século XIX são deixados de lado.

No início do século XX, na identificação da cultura popular, tem-se o trabalho do músico e maestro Heitor Villa-Lobos (1887-1959). Com o levantamento de cantigas folclóricas colhidas em pesquisas nas regiões norte e nordeste, o compositor criou peças musicais eruditas de projeção internacional. Juntamente com isso, com a instalação da indústria fonográfica, a música popular também ganhava prestígio das elites nacionais e internacionais (SOARES, 2003).

Em 1922, tem-se a Semana de Arte Moderna, que associava a seus ideais estéticos o nacionalismo como busca de uma identidade própria. Embora não tenha causado grande impacto no momento em que ocorreu, é interessante observar como a Semana foi ganhando valor e importância com o passar do tempo, sendo hoje considerada um marco na cultura brasileira. Ressalta-se que Villa-Lobos foi um dos expoentes pela sua produção e contribuição com a cultura popular (REZENDE, 2006).

A partir da segunda fase do modernismo brasileiro (1924 em diante) há ênfase na elaboração de uma cultura nacional. Mesmo com algum bairrismo paulista, os modernistas refutavam o regionalismo e acreditavam que era através do nacionalismo, que daria a afirmação da brasilidade, que se chegaria ao universal. Ícones da época, como Mário de Andrade apontam para esta direção ao afirmar que “nós só seremos civilizados em relação a civilização no dia em que cria-se o ideal, a orientação brasileira. Então passa-se do mimetismo pra fase da criação. E então torna-se universal, porque nacional (PEREIRANO, 1984 apud OLIVEN, 1986).

A ideia do desenvolvimento do sentimento da identidade nacional espalhou-se pela sociedade brasileira por meio de associações. O Integralismo, liderado por Plínio Salgado, provém das Ligas Nacionalistas criadas na 1ª República. Já Olavo Bilac, dirigente da Liga de Defesa Nacional, criou o nacionalismo patrioteiro parnasiano. As Ligas se constituíam numa resposta conservadora aos movimentos sociais operários, ao socialismo libertário ou a socialdemocracia, situações que iniciavam no país (TRAGTENBERG, 2003). Tanto a Ação Integralista Brasileira como a Liga de Defesa Nacional cultuavam o nacionalismo.



Após a Revolução de 30 e, posteriormente, com o início do governo de Getúlio Vargas, afirma-se a necessidade de fortalecer construtivamente a identidade nacional e divulgá-la. É uma época em que, no cenário artístico internacional, Carmen Miranda (1909 – 1955), portuguesa de nascimento e brasileira de criação e coração, retrata a brasilidade dançando com um turbante de frutas e desenhos animados de Walt Disney, divulgando a inocente malandragem de um papagaio, o personagem Zé Carioca (criado no início da década de 1940).

Nesta mesma época, os órgãos de instrução tiveram papel fundamental na formação da consciência nacional. Dentre seus elementos, destacavam-se os objetivos que competiam à História. A disciplina de História é considerada, por excelência, a disciplina formadora dos cidadãos. Desta maneira, às forças dirigentes coube a escolha do passado, de acordo com seus interesses para o futuro. O homem caminhava rumo ao Progresso e à Civilização, guiado pela Nacionalidade. A História se revelou como a genealogia da nação, procurando identificar as bases comuns, formadoras do sentimento de identidade nacional (ABUD, 1998).

Concebidos durante a Era Vargas, os programas de ensino de História continham elementos fundamentais para a formação que se pretendia dar ao educando, no sentido de levá-lo a compreender a continuidade histórica do povo brasileiro, compreensão esta que seria a base do patriotismo. Nessa perspectiva, o ensino de História seria um instrumento poderoso na construção do Estado Nacional e do imaginário da brasilidade. Também os meios de comunicação foram sabiamente utilizados.

Assim o nacionalismo ganha ímpeto e o Estado se firma. De fato, é ele que toma a si a tarefa de constituir a nação. Esta tendência acentua-se muito com a implantação do Estado Novo, ocasião em que os governadores eleitos são substituídos por interventores e as milícias estaduais perdem a força, medidas que aumentam a centralização política e administrativa (OLIVEN, 1986)

Por volta de 1937, o Governo também legalizou a capoeira como parte da consciência e identidade brasileira, assim como o carnaval e o samba. Atualmente, há estudos sobre a diáspora da capoeira, pela importância desta dança misturada com arte marcial de origem africana, mas desenvolvida no Brasil e um marcador da identidade nacional (DELAMONT; STEPHENS, 2008).

Aos 10 de novembro daquele mesmo ano de 1937, a Constituição decretada por Getúlio Vargas, que deu início ao Estado Novo, suprimiu as bandeiras estaduais ao afirmar em seu artigo 2º: “A bandeira, o hino, o escudo e as armas nacionais são de uso obrigatório em todo o país. Não haverá outras bandeiras, hinos, escudos e armas. A lei regulará o uso de símbolos nacionais” (NOVA CONSTITUIÇÃO, 1937 apud OLIVEN, 1986).

Para confirmar e demonstrar a força da lei, o presidente Vargas, na comemoração da Festa da Bandeira, realizou a cerimônia da queima das bandeiras estaduais. Esta cerimônia marcou simbolicamente a unificação do país e são hasteadas 21 bandeiras nacionais no lugar das estaduais - bandeiras estaduais estas que foram incineradas em uma pira erguida no meio da praça, ao som do Hino Nacional, sob a regência de Heitor Villa Lobos. Assim este ritual de unificação reforçou, para o povo brasileiro que o país estava uno e sob a égide do Estado e da flâmula verde e amarela. Ressalta-se que, na época, tal evento foi transmitido pelas emissoras de rádio, bem como, capa dos jornais de circulação na época.

Uma forma de se conhecer um povo e sua identidade é por meio da comunicação de massa, mas esta não pode ser a única fonte de informação. Pode servir para organizar e orientar as percepções, bem como contribuir para a formação de predisposições intelectuais (descrições antropológicas). Neste ponto, o sentimento patriótico está muito embasado nos meios de divulgação e comunicação. Isso se reforçou pelo crescimento da migração campo-cidade e as massas urbanas engrossadas, criando um novo protagonista no cenário político, que seriam interpeladas como agentes sociais pelo populismo.

Desta maneira, durante o governo de Vargas, foi criado o Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP). A Hora do Brasil, programa de uma hora de duração e obrigatoriamente transmitido em todas as emissoras de rádio entre as 19 e 20 horas, veio desta época. O programa tinha parte falada e outra musical. O horário justifica-se por ser quando a maioria dos lares estava com o rádio ligado. Assim, reforçando a mensagem do Governo para os brasileiros.

Naquele período eram promovidos concursos musicais. Além de promover na música popular uma imagem ufanista do Brasil, o governo estava empenhado em integrar o crescente proletariado à disciplina do trabalho fabril. A prévia criação do

Ministério do Trabalho e da legislação trabalhista, bem como outras medidas, já indicavam esta orientação. Um dos alvos do DIP foi, portanto, reverter a tendência dos sambistas de exaltar a malandragem, incentivando os compositores a enaltecer o trabalho e a abandonar as referências elogiosas à malandragem. Um exemplo deste reflexo nas músicas da época foi o samba “O Bonde de São Januário”, de Wilson Batista e Ataulfo Alves, para o carnaval de 1941. A letra na versão original afirmava que “o bonde São Januário leva mais um otário”, e por pressão do DIP, a palavra “otário” foi substituída por “operário”, assim se transformando numa apologia do trabalho (OLIVEN, 1989). Desta maneira, também foi na música que o Governo buscou combater a malandragem em nome de uma ideologia que propõe erigir o trabalho como valor fundamental na sociedade brasileira (OLIVEN, 1989).

No intuito de promover a cultura popular, a produção ciclópica de Heitor Villa-Lobos teve peso importante na realização do espírito nacionalista. O folclore infantil sempre foi um elemento importante em sua produção. Ele adaptou cantigas de roda, até hoje utilizadas, como: “Terezinha de Jesus”, “Capelinha de Melão”, “A canoa virou”, “Cai, cai balão”, entre outras. Ressalta-se que o folclore representa traços fundamentais para a continuidade cultural de um país. A sua participação nos programas do Ministério da Educação, com a educação musical escolar no Governo de Getúlio Vargas, que com o Decreto nº 19.890 de 18 de abril de 1931 tornou obrigatório o canto orfeônico (ISAACS; MARTIN, 1985). Esta educação estava pautada em três finalidades: disciplina, civismo e educação artística. Villa Lobos ao organizar o repertório musical para este fim, colocou o folclore brasileiro como esteio principal, assim, valorizando e vivificando as raízes brasileiras.

É inegável a relevância do Governo de Getúlio Vargas para as marcas da identidade nacional brasileira. O que se considera atualmente como nacional, são representações detalhadamente definidas e decididas pelo que importava na época, pois o objetivo do Governo foi criar a unificação e clareza do que era ser brasileiro.

O brasileiro é caracterizado como homem sincrético, produto do cruzamento de três culturas distintas: branca, negra e índia. O conceito de povo permanece, no entanto, relativamente próximo àquele elaborado anteriormente, que o traz como nacionalismo integrativo, derivado da integração das diferentes etnias. Assim, o brasileiro seria constituído por este elemento popular, oriundo da miscigenação

cultural. Identidade nacional e cultura popular se associam ainda aos movimentos políticos e intelectuais nos anos de 1950 e 1960 e que se propõem redefinir a problemática brasileira em termos de oposição ao colonialismo (ORTIZ, 2003). Só é possível generalizar e afirmar que a relação entre o nacional e popular se manifesta no interior de um quadro mais amplo, o Estado.

Ser brasileiro é um conjunto de culturas e influências de diversos povos, mas é mais que a soma das características dos povos imigrantes. Assim, se pode dizer que essa identidade é representada em duas etapas: a primeira, inserida na hegemonia da contribuição europeia (por exemplo, o idioma) e a outra, na lenta e controvertida incorporação do índio e do negro ao caldo cultural, do qual resultou a brasilidade (LUCAS, 2002).

O processo de definição da identidade nacional se fundamenta numa interpretação, e no caso brasileiro, o Estado tem um peso fundamental nisso. Como o Governo vende o Brasil no exterior, por meio de seu Ministério do Turismo? O que faz o país parar durante o Carnaval, ou uma Copa do Mundo? Qual o significado de termos sido “90 milhões em ação, pra frente Brasil, salve a Seleção...”? Estas questões são respondidas ao se perceber que o ser brasileiro significa ter uma identidade definida a partir de um imaginário criado por um Governo.

Mesmo durante o intervalo democrático de 1946 – 64, a problemática cultural retoma algumas das questões. As entidades como o Instituto Superior de Estudos Brasileiros (ISEB) e o Centro Popular de Cultura (CPC) recusavam a imagem do brasileiro por meio de características como a cordialidade ou a bondade, preferindo em vez disto apostar no que lhes parecia ser a cultura popular e construção de um projeto nacional progressista.

O ISEB foi um órgão criado em 1955 (governo de Juscelino Kubitschek) e vinculado ao Ministério de Educação e Cultura. Tinha como objetivo principal a discussão em torno do desenvolvimentismo do país. Também foi extinto com o Golpe Militar e seus integrantes exilados do Brasil.

Já o CPC foi criado pela União Nacional de Estudantes (UNE), em 1961, com o objetivo de integrar artistas de distintas procedências e com a ideia norteadora de “arte popular revolucionária”. O cunho norteador do movimento é de caráter político

e considerado comunista. Por este motivo, com o Golpe Militar em 1964, o CPC é fechado e muitos de seus artistas presos ou exilados.

Além de retomar um dos temas do modernismo, o movimento tropicalista<sup>4</sup>, que surgiu por volta de 1968, teve como um de seus méritos o de mostrar que a realidade mudou muito depois de 1964 e que não fazia mais sentido continuar batendo em antigas teclas como a música de protesto. Os tropicalistas acreditavam que a inovação estética musical já era uma forma revolucionária e que a crítica e o protesto poderiam vir de forma disfarçada e poética.

No começo da década de 1970 o regionalismo, especialmente o nordestino, era visto como um dos temas mais candentes da nacionalidade. O Estado e os meios de comunicação se apropriam desta temática através de uma manipulação que a transforma em assunto trivial e anódino, criando programas que procuram valorizar “aquilo que é nosso” (OLIVEN, 1989), seguindo o legado que Vargas deixou para o país.

Com o fim da Ditadura Militar, em 1985, e a partir da abertura de mercado brasileiro, no início de 1990, houve a força dos agentes do internacionalismo econômico, fazendo com que o Brasil importasse modelos estrangeiros inadequados à progressiva maturidade política, econômica e social. O Brasil atravessa uma crise de auto-estima. Isso se reflete em vários tipos de conduta política e pública, criando um anedotário depreciativo quanto à sua reputação, confiabilidade e honestidade (LUCAS, 2002).

A evolução do Brasil como país, por meio dos processos políticos sociais e econômicos, resultou na formação de uma população heterogênea, culturalmente rica e em desigualdade de oportunidades. Pode-se dizer, ainda, que a identidade nacional é percebida por meio de filtros pessoais, entremeada por histórias locais e envolta numa noção imaginada do que representa o país.

Os brasileiros possuem um conceito imaginado do que seja o todo do país, uma nação que perpassa o histórico de miscigenação e a formação cultural resultante disso. Nos dias de hoje, esse imaginário é reforçado nos meios de

---

<sup>4</sup> Deste movimento derivam figuras importantes para o cenário musical brasileiro como Caetano Veloso, Gilberto Gil, Gal Costa, Maria Betânia e Tom Zé.

comunicação, como a televisão, que tem o poder de articular a ideia do que é ser brasileiro por meio de notícias enaltecendo determinadas características (Brasil, o país do futebol, ou Carnaval é a festa que representa o país), bem como nas novelas, por meio dos personagens que fazem as pessoas se identificarem com eles, assim, transmitindo e reforçando valores culturais. Todavia, é evidente que o público utiliza filtros locais, atua a partir de pontos de origem e se expressa conforme suas próprias demandas. A formação de uma rede de televisão brasileira respondeu à demanda crescente pelo consumo da identidade brasileira, que se impunha num país em desenvolvimento. A produção cultural de massa ajudou a consolidar os personagens do imaginário nacional, a exemplo do que havia feito antes, a literatura (CARVALHO, 2010).

Dentre as noções imaginadas do que seja o Brasil, uma delas é a questão que o Brasil é o país sem preconceito, em especial o racial. Que pela miscigenação dos povos, a igualdade e o respeito ao outro é verdadeiro e praticado por todos. O preconceito racial no Brasil existe, porém de forma diferente do que se encontra em países como os Estados Unidos da América, onde a questão racial tem o viés da violência e segregação. Diferentemente, no sentido brasileiro, que pela sua formação de identidade nacional (em especial, o homem cordial), nega tal atitude, porém esta aparece em situações diversas (em especial em expressões depreciativas e piadas). Ressalta-se, aqui, que a questão racial não se limita aos afro-descendentes, mas a todas as etnias (NOGUEIRA, 2006). Exalta-se, assim, mais um traço da identidade nacional.

Uma constatação quanto à expressão da brasilidade se está no tipo de nossas relações sociais, um jeito e uma forma específica de lidar com as situações. Todos esses fatores são percebidos por meio de uma perspectiva claramente relacional, em que a reciprocidade e a complementaridade são aspectos fundamentais.

Nesse discurso, o jeitinho brasileiro surge como o vetor através do qual a sociedade brasileira estabelece uma igualdade e uma justiça social que se consubstanciam, não por um acesso justo de todos aos bens materiais e nem mesmo pelo tratamento igualitário dispensado a todos por parte das diferentes instituições sociais e do Estado brasileiro. Ela se expressa por uma hierarquia de necessidades que desconhecem desigualdades sociais e igualdades legais e se volta, exclusivamente, para as desigualdades situacionais, num claro indício de que o indivíduo, tomado

como referência, não é o cidadão brasileiro definido por nosso sistema moral, e parte de uma totalidade mais ampla que a sociedade: a humanidade (BARBOSA, 2006, p.171).

Desta forma, o jeitinho tem uma conotação positiva e outra pejorativa. Como positiva, é parte da identidade-símbolo, que congrega em si toda uma forma de perceber o Brasil e os brasileiros e que enfatiza uma vertente da sociedade brasileira. Justamente a que privilegia os aspectos humanos e naturais em detrimento dos institucionais, no entendimento do que é Brasil. Para esta vertente, o jeitinho encarna o espírito cordial, conciliador, alegre, simpático, caloroso, humano etc. de um país tropical, bonito, sensual, jovem e cheio de possibilidades. Já a percepção pejorativa é o que faz a fama do povo brasileiro de pouco sério e desatrelado a compromissos. Esta ideia advém do aspecto individualista como valor do jeitinho e da permissividade da amizade ter mais valor que o cumprimento da lei.

O jeitinho é usado, principalmente, como símbolo da desordem institucional, incompetência, ineficiência e da pouca presença do cidadão no universo social, louvando, assim, o atual, moderno e irreversível compromisso com a ideologia individualista ou como emblema da cordialidade brasileira, espírito matreiro, conciliador, criativo, caloroso, reafirmando o eterno casamento com uma visão de mundo relacional (BARBOSA, 2006).

Este relevante fator da sociedade brasileira, o jeitinho, distingue o indivíduo e a pessoa. Para o brasileiro, ser tratado como desconhecido ou levar “um gelo” de alguém é considerado um grande castigo. Assim, o indivíduo representa para o brasileiro a imagem de um ser perdido, isolado e egoísta. Já o ser pessoa implica o passar de ser ninguém para ser alguém. O brasileiro admira pessoas que são alguém dentro de um grupo. Diante desta necessidade de ser visto como pessoa e não como indivíduo que o brasileiro costuma usar o “jeitinho” (DAMATTA, 1986; CAVEDON, 2008).

Em países como Inglaterra, Alemanha, Estados Unidos da América ou França, é cristalino o fato de que as leis e as regras existem para serem cumpridas. No Brasil entre o “não pode” determinado por alguma lei, e o “pode”, articulado através das relações pessoais, existe a mediação do “jeitinho”. Esse modo constitui-se na capacidade do brasileiro de ser simpático, de transformar o impessoal em pessoal. O êxito no seu pleito junto a quem de direito, o brasileiro aciona o elo entre

as partes envolvidas, seja através de um amigo comum, do fato de serem conterrâneos, de torcerem pelo mesmo time de futebol, ou qualquer outro fator que os aproxime. Portanto, para que uma determinada situação seja considerada “jeito”, necessita-se de um acontecimento imprevisto e adverso aos objetivos do indivíduo. Não serve qualquer estratégia. A que for adotada tem que produzir os resultados desejados a curtíssimo prazo. Há, porém, uma linha tênue entre o “jeitinho” e a corrupção.

Aliada à questão do jeitinho, no sentido de sentir-se parte, não ser “mais um”, Wainberg (2009), ao analisar os indicadores nacionais, retrata o Brasil um país que tende a ser mais feminino. Este valor está atrelado à modéstia e a fraternidade. Aqui também se pode considerar o espírito caloroso e acolhedor que o brasileiro tem e o modo como é reconhecido por isso.

Ao se fortalecer a ideia de identidade nacional, tem-se os dados da pesquisa realizada em âmbito mundial, denominada *World Values Survey*. Este minucioso trabalho sobre as percepções das pessoas é feito em 102 países. Os dados são processados por país. Já foram realizados cinco levantamentos e até 2012 finalizar-se-á o sexto. O Brasil participou, somente, de três edições. Para contribuir para a compreensão da identidade nacional, há aspectos levantados que agregam, tendo em vista que é a percepção dos próprios brasileiros sobre as questões pertinentes. Um fator relevante é quanto à religiosidade. Nesta pesquisa levantou-se que o histórico das pesquisas demonstra que, em 1991, cerca de 80% dos brasileiros considera a religião ente muito importante e importante na sua vida. Já em 1997, este percentual sobe para 89%, para então em 2006 ir para os 91% dos brasileiros considerarem entre muito importante e importante.

Já quando questionados quanto à importância de se ter amigos o grupo respondente em 1991, 90% considera entre muito importante e importante, em 1997 este percentual cai para 88%, para então repetir o percentual em 2006. É interessante que, em 1997, cerca de 60% considera muito importante este item e em 2006, o mesmo percentual desce para 37%.

Outro aspecto relevante para construir a “cara” do brasileiro é quanto à denominação religiosa, como se vê no Quadro 3, a seguir:



Quadro 3 - Comparativo 1991, 1997 e 2006 quanto à filiação religiosa

	1991	1997	2006
Budista	0,3%		0,2%
Evangélico			23,3%
Muçulmano	0,1%		
Ortodoxo	7,9%		0,4%
Protestante	3,9%	4%	2,3%
Católico Romano	87,7%	79,6%	69,1%
Judeu		0,1%	0,2%
Outras (candomblé, umbanda, esotérico, ocultismo)		16,4%	0,2%
Espírita			2,4%
Outras			1,9%

Fonte: adaptado de World Values Survey (2006)

Neste quadro, está claro que as tendências de escolha religiosa dos brasileiros tem se alterado. Tendo-se em vista que o Brasil é um país colonizado por portugueses e estes são católicos romanos, a tendência do povo é de “naturalmente” optar por esta religião. Observa-se que, na sequencia das pesquisas, a tendência da opção pela religião católica está em declínio.

Ainda corroborando com os dados relativos à opção religiosa, têm-se as informações coletadas no último censo divulgado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) em 2000<sup>5</sup>, comparando com os dados de 1991, conforme se observa no Quadro 4:

Quadro 4 – Comparativo 1999 e 2000 da distribuição da População por religião

Religiões	1991 (%)	2000 (%)
Católica apostólica romana	83,0	73,6
Evangélicas	9,0	15,4
Espíritas	1,1	1,3
Umbanda e Candomblé	0,4	0,3
Outras religiosidades	1,4	1,8
Sem religião	4,7	7,4

Fonte: IBGE (2000)

Reforça a tendência de declínio quanto à opção religiosa do catolicismo e o crescimento da adesão ao evangelismo. Dentro do evangelismo, estão as congregações chamadas de carismáticas, que buscam a proximidade com a família

<sup>5</sup> Está se utilizando os dados de 2000 pelo fato que, até a presente data, não foram divulgados os dados da última pesquisa, realizada em 2010.

dos frequentadores. Acredita-se que, a maior descontração dos locais de culto e do acolhimento à família, sejam motivos do crescimento desta opção religiosa.

Outro fator muito relevante, trazido pela pesquisa, se refere ao orgulho de ser brasileiro. Em todas as edições, o povo se declara muito ou bastante orgulhoso, sempre em torno dos 85%.

Por fim, outro aspecto característico da marca de identidade nacional é quanto aos grupos étnicos, conforme se tem no Quadro 5:

Quadro 5 - Comparativo 1991, 1997 e 2006 quanto a grupos étnicos

	1991	1997	2006
Ásia Central (Árabe)	0,1%		
Ásia Oriental (Chineses ou japoneses)	0,3%	0,3%	0,5%
Ásia Ocidental (Indiano, paquistanês, Bengalês)	0,6%	2,5%	
Negro	14,8%	19,8%	9,2%
Pardo	4,6%		
Mulato		4,5%	38,2%
Mameluco		0,1%	
Indígena			0,7%
Branco	79,6%	72,8%	51,3%

Fonte: adaptado de World Values Survey (2006)

Aqui, se observa a miscigenação, a mistura dos povos. Acredita-se que um motivo pelo qual o número de brancos tem diminuído é, também, fato do aumento de liberdade das pessoas assumirem a sua etnia. Confirmação e complemento deste o panorama da cara do Brasil se têm no Quadro 6, que são os dados atualizados do IBGE quanto à raça. Ressalta-se que, no IBGE, a quantidade de opções de etnias é menor que na apresentada na *World Values Survey*.

Quadro 6 – Distribuição percentual da população brasileira por cor ou raça 1999 / 2004 / 2009

	1999	2004	2009
Branca	54%	51,3%	48,2%
Preta	5,4%	5,9%	6,9%
Parda	40%	42,2%	44,2%
Amarela ou indígena	0,6%	0,6%	0,7%

Fonte: adaptado IBGE (2010)

O ponto-chave da identidade nacional brasileira é que, mesmo com a mistura de origens (são principalmente índios, africanos e europeus), consegue-se criar uma identificação própria, a cara do povo brasileiro. Geralmente, os brasileiros que se distanciam, morando em outros países, acabam por resgatar os valores, tanto culturais como sociais, que foram um pouco apagados. É no imaginário de quem migra, na tentativa de não perder a identidade, que fatores muito importantes são reavivados.

De certa forma Sodré (2010, p.324) sintetiza a compreensão destas representações que partilham no imaginário brasileiro, pois

as fábulas do 'homem cordial', da 'convivialidade', do 'caráter pacífico', da 'consciência não-racista', do 'jeitinho' referem-se a representações sensíveis, imagens do mundo e de suas relações. Não são conceitos, e sim inscrições de comportamento mais coerentes no plano do aparecer do que do ser, isto é, na maneira de revelação da forma. Implica, portanto, como a dimensão da sensibilidade, uma escuta especial da fala do outro. [...] Daí resulta um imaginário coletivo, mas igualmente um 'meio vital' para os argumentos sobre a brasilidade, onde a identidade coletiva é figurada como um reservatório de formas simbólicas capazes de 'azeitar', as estruturas sócio-econômico-culturais.

Para seguir o caminho deste trabalho, agora se apresenta necessária a compreensão do movimento dos povos no mundo. Para tanto, o próximo capítulo se organiza discutindo a globalização, a expatriação e, por fim, os brasileiros no mundo.

## 4 GLOBALIZAÇÃO E MUNDIALIZAÇÃO

O movimento humano pelo mundo está intimamente ligado aos fenômenos da globalização e da mundialização. Confirmando isso, Mattelart e Neveu (2004) afirmam que os efeitos da globalização devem também ser estudados pelo viés das diásporas, das imigrações e da mobilidade espacial, e não somente pela perspectiva econômica.

O termo mundialização advém da expressão em francês *mondialization* e globalização do idioma inglês, *globalization*. A mundialização, que parte da palavra mundo – espaço ocupado pelos homens – conserva a dimensão de relações humanas, enquanto a globalização seria um conceito mais abstrato e relacionado ao poder econômico (FIGUEIREDO, 2008). Mesmo com algumas distinções conceituais, há autores que consideram estas palavras como sinônimas e defendem que somente há esta diferença de origem das palavras.

Para explicar a mundialização, Ortiz (1996) nos traz o conceito de viagem. Para ele, inicialmente, viagem é mais que um simples deslocamento no espaço, se aproxima de um rito de passagem. Pois viagem implica na separação do indivíduo de seu meio familiar e na reintegração, quando do retorno. Ortiz discute esse ponto para entrar na questão da cultura, pois uma viagem é uma descontinuidade, tendo em vista que o viajante é um intermediador de culturas. Para ele, deslocar-se significa “tomar conhecimento daqueles que diferem de um ‘nós’” (ORTIZ, 1996, p.32-33). Desta maneira o autor se refere àqueles que escolhem outra pátria, que não a natal, para viver.

A globalização pode ser vista como um conjunto de estratégias para realizar a hegemonia de conglomerados industriais, corporações financeiras, *majors* do cinema, da televisão, da música e da informática, para apropriar-se dos recursos naturais e culturais, do trabalho, do ócio e do dinheiro dos países pobres, subordinando-os à exploração concentrada com que esses atores reordenaram o mundo na segunda metade do século XX (CANCLINI,2007). Assim, esses países reordenadores do mundo tornam-se foco para os que querem tentar a sorte em uma nova vida.

Autores como Santos (2002) percebem uma revisão dos estudos sobre os processos de globalização. Santos demonstra que se está perante um fenômeno multifacetado, com dimensões econômicas, sociais, políticas, culturais, religiosas e jurídicas, interligadas de modo complexo.

Como parte deste fenômeno complexo, que também abrange diásporas, imigração e mobilidade espacial, percebe-se o expatriado buscando a condição de viver melhor em outro país. Assim, une os conceitos de mundialização e globalização.

Para identificar o aspecto econômico, resgata-se o ocorrido no último quarto do século XX. Castells (1999) descreve três formas de economia, a saber: informacional (porque a produtividade e competitividade nessa economia dependem da capacidade de gerar, processar e aplicar de forma eficiente a informação embasada no conhecimento); global (atividades produtivas, consumo e circulação estão organizados em escala global); e em rede (nas novas condições históricas, a produtividade é gerada, e a concorrência é feita em uma rede global de interação entre redes empresariais). Estas características principais ainda se mantêm na primeira década do século XXI. Certamente, são uma fonte propulsora do movimento de migração internacional, no momento em que a comunicação e os deslocamentos tornam-se mais facilitados.

Tanto para a globalização como para a mundialização há necessidade de compreensão do que se entende como local. Ao desmembrar as características acima apresentadas, vale uma rápida discussão quanto a um dos itens. A economia informacional faz repensar a cidade global, tendo em vista que falta esta visão ampla, já que tradicionalmente se entende cidade como um local. Para tanto, necessita-se de algumas outras definições de “local”. Ortiz (1996, p.58) relata que “quando nos referimos à local, imaginamos um espaço restrito, bem delimitado, no interior do qual se desenrola a vida de um grupo ou de um conjunto de pessoas”. Porém, complementa a ideia, defendendo que “o local se confunde assim com o que nos circunda, está realmente presente em nossas vidas” (ORTIZ, 1996, p.58). Desta maneira, percebe-se que o local transcende o espaço físico.

Neste levantamento sobre o que é local, independente de o fato disso se limitar, ou não, ao espaço físico, deve-se dar mais um passo para entender o que seja o nacional. Para Ortiz (1996, p.60), na relação nacional e cidade,

o nacional assume algumas formas do local, porém, suas características também são diversidade e autenticidade. A identidade dos povos se apresenta, assim, como diferença contraposta ao que lhe é exterior. Ela é moda, a expressão da história de cada país. (...) Já o global não é tanto sua unicidade que conta, e sim sua distinção.

Observa-se, portanto que à luz das novas relações trazidas pela globalização aos conceitos de local e nacional, passa a haver uma nova percepção do que seja cidade, espaço e tempo.

Castells (1999) complementa que o espaço e o tempo são as principais dimensões materiais da vida humana. Para ele, a referência de tal complexidade vai além do pedantismo retórico. Convida a refletir sobre as formas sociais de tempo e espaço, que não se limitam às percepções obtidas até agora, com base nas estruturas sociotécnicas, suplantadas pela experiência histórica atual. Tanto o espaço como o tempo estão sendo transformados sob o efeito combinado do paradigma da tecnologia da informação e das formas e processos sociais induzidos pelo processo atual de transformação histórica.

As tecnologias da informação estão integrando cada vez mais o mundo em redes globais de instrumentalidade. A comunicação intermediada por computadores gera uma gama enorme de comunidades virtuais (CASTELLS, 1999). “Mas a globalização é também o horizonte imaginado por sujeitos coletivos e individuais” (CANCLINI, 2007, p.29). Desta forma, o ser na sociedade informacional está cada vez mais se relacionando com identidades e percepções bastante distantes da sua, porém isso também transforma a ideia de identidade que cada indivíduo concebe. Esta rede mantém e fortalece os laços afetivos com a terra natal dos que escolheram outro país para morar.

O desenvolvimento da comunicação eletrônica e dos sistemas de informação propicia uma crescente dissociação entre a proximidade espacial e o desempenho das funções rotineiras. Por isso, os futurologistas frequentemente predizem o fim da cidade, ou pelo menos das cidades como as conhecemos até agora. Os núcleos urbanos estão sendo paulatinamente destituídos de sua tradicional necessidade

funcional: a cidade como o local onde as pessoas se encontram e interagem. Como mostra a história, os processos de transformação espacial são muito mais complicados do que a mudança em um estalar de dedos como os futurologistas prevêm (CASTELLS, 1999).

O processo de globalização, instrumentalizado pelas novas mídias, mesmo que transformando os conceitos de tempo, espaço e distância, não tem provocado a homogeneização das culturas e das identidades. Não apenas antigas rusgas identitárias se mantêm vivas, mas são reanimadas como maneira de resistir à ideia de uniformização da identidade, como se criam grupos advindos de inspiração religiosa, étnica, comportamental.

A ideia sobre o perfil de um novo espaço industrial caracteriza-se pela capacidade organizacional e tecnológica de separar o processo produtivo em diferentes localizações, ao mesmo tempo em que é reintegrada sua unidade por meio de conexões de telecomunicações e da flexibilidade e precisão resultante da microeletrônica na fabricação de componentes (CASTELLS 1999). Este é mais um fator que estimula o movimento humano no mundo. Assim, o chegar da globalização também significa o aumentar do intercâmbio com os outros mais ou menos próximos, ela serve para renovar nossa compreensão sobre a vida (CANCLINI, 2007).

O entendimento quanto a esse meio inovado é que seja um conjunto específico de relações de produção e gerenciamento com base em uma organização social que, de modo geral, compartilha uma cultura de trabalho e metas instrumentais, visando gerar novos conhecimentos, novos processos e novos produtos (CASTELLS, 1999).

As pessoas, obviamente, ainda vivem em lugares. Mas, como a função e o poder em nossas sociedades estão organizados nos espaços e fluxos, a dominação estrutural de sua lógica altera de forma fundamental o significado e a dinâmica dos lugares. A tendência predominante é para um horizonte de espaço e fluxos históricos em rede, visando impor sua lógica nos lugares segmentados e espalhados, cada vez menos relacionados uns com os outros, cada vez menos capazes de compartilhar códigos culturais. A menos que, deliberadamente, se construam pontes culturais, políticas e físicas, entre essas duas formas de espaço,

pode-se estar rumando para a vida em universos paralelos, cujos tempos não conseguem encontrar-se porque são trabalhados em diferentes dimensões de um hiperespaço social (CASTELLS 1999).

A globalização, termo mais utilizado, é um fenômeno antigo. Atualmente o deslocamento humano é maior que em períodos anteriores na história da humanidade. Isto se deve a inúmeras razões, entre elas, o fato da facilidade de locomoção e comunicação. Para tanto, no próximo item, desenvolve-se o assunto da mobilidade humana, para então prosseguirmos através das informações específicas quanto ao número de brasileiros que vivem no exterior.

#### 4.1 EXPATRIAÇÃO, DIÁSPORA E/OU MIGRAÇÃO INTERNACIONAL

Alguns autores entendem como expatriação, diáspora ou migração internacional o fenômeno de pessoas originárias de um país se deslocando para morar por longo tempo ou definitivamente em outro. O relevante neste ponto é que todas estas expressões remetem ao conceito de pessoas saindo da terra natal para morar em outro lugar, de forma permanente ou não.

O movimento dos povos, por meio das migrações, remonta aos tempos pré-históricos. Premidos por diferentes estímulos, os seres humanos parecem estar em constante busca de uma nova vida: novos locais, novos horizontes, novas situações.

A partir do que a cultura ocidental denominou descobrimento do Novo Mundo, inicialmente os europeus e, posteriormente os asiáticos, premidos principalmente por questões de cunho demográfico, sócio-político e econômico, lideraram esta condição de mudança espontânea em busca de um lugar melhor para viver. Ultimamente, tem-se verificado a migração de milhares de pessoas de quase todas as partes do mundo também em direção à Europa e à Ásia. Curiosamente, muitos destes migrantes retornam aos países de origem dos seus antepassados.

Esta busca por uma vida melhor no país dos antepassados, muito tem a ver com a condição de o país ter sido colônia de outro. Um fato marcante, na identidade



de um país colonizado, é de acreditar que o que vem de fora é melhor (até mesmo para se tornar país foi necessária a vinda de pessoas de outro lugar). Esta ideia permeia o imaginário mesmo após a libertação do país colonizador. Esta identidade, gerada após a independência é chamada de identidade pós-colonialista e se reflete na identidade da nação (CHABAL, 1998). Assim, melhor se compreende a vontade de buscar uma vida melhor num país distante.

Ressalta-se, porém, que assim como Chabal – um autor africano - , as teorias pós-coloniais foram produzidas por indianos e africanos, cuja história de colonização é distinta da dos brasileiros. A Índia, por exemplo, já possuía culturas milenares que foram a partir do século XVII subjugadas pelo Império Britânico. Já o Brasil, se constituiu socialmente e culturalmente a partir da colonização portuguesa (REZENDE, 2009).

Desta maneira, várias expressões definem aquele que se estabelece fora do seu país de nascimento. Uma delas é expatriação. Por essa expressão, tradicionalmente entende-se alguém que já não mora em seu país natal. Atualmente, tem se utilizado esta expressão para as pessoas que são enviadas pelas empresas em que já trabalham para alguma sede em outro país.

Definimos o expatriamento como modalidade contemporânea da imigração. Os expatriados são executivos que são trasladados com suas famílias por interesse das companhias em que trabalham, para países que não escolhem e onde não têm referências, afinidades, redes, conhecimentos. Os expatriados nunca sabem quanto tempo vão ficar num local e nem para onde irão em seguida. O que os faz viver em constante sobressalto e sem se sentirem no domínio do seu destino (EXPATBRASIL, 200[?])

Já o termo diáspora tem origem na história e civilização grega, significando dispersão. Para os gregos a expressão foi utilizada para a conquista e colonização da Ásia Menor e Mediterrâneo no período de 800 – 600 a.C. Este termo também está vinculado à experiência judaica de dispersão desde o cativeiro na Babilônia (COHEN, 1997, apud REIS, 2004).

A diáspora se caracteriza pelos seguintes pontos: dispersão a partir de um centro; retenção de uma memória coletiva idealizada a respeito da terra de origem e seus mitos; crença de não pertencimento e não aceitação na nova sociedade para onde houve o deslocamento; a idealização do país de origem e o sonho de retornar,

quando houver condições mais favoráveis; a necessidade de manter e restaurar as tradições do país de origem; e a forte consciência de grupo entre os membros desta comunidade quanto ao apoio e auxílio mútuo (REIS, 2004).

Para melhor demonstrar e quantificar, tem-se, na Figura 3, o número de migrantes, por região do mundo, nos últimos 50 anos. Salienta-se, quanto aos valores apresentados que, para o ano de 2010, fez-se uma estimativa de dados, que não foram atualizados até o momento.

Figura 3 - Distribuição regional dos migrantes internacionais de 1960-2010

**Tabela 2.1** **Cinco décadas de estabilidade em agregado, com mudanças regionais**  
Distribuição regional dos migrantes internacionais, 1960-2010

	1960			2010		
	Total de migrantes (milhões)	Taxa de migrantes mundiais	Taxa da população	Total de migrantes (milhões)	Taxa de migrantes mundiais	Taxa da população
<b>Mundo</b> (Excluindo a antiga União Soviética e a antiga Checoslováquia)	<b>74.1</b>		<b>2.7%</b>	<b>188.0</b>		<b>2.8%</b>
<b>POR REGIÃO</b>						
África	9.2	12.4%	3.2%	19.3	10.2%	1.9%
América do Norte	13.6	18.4%	6.7%	50.0	26.6%	14.2%
América Latina e Caraíbas	6.2	8.3%	2.8%	7.5	4.0%	1.3%
Ásia	28.5	38.4%	1.7%	55.6	29.6%	1.4%
Estados do CCG	0.2	0.3%	4.6%	15.1	8.0%	38.6%
Europa	14.5	19.6%	3.5%	49.6	26.4%	9.7%
Oceânia	2.1	2.9%	13.5%	6.0	3.2%	16.8%
<b>POR CATEGORIA DE DESENVOLVIMENTO HUMANO</b>						
IDH muito elevado	31.1	41.9%	4.6%	119.9	63.8%	12.1%
OCDE	27.4	37.0%	4.2%	104.6	55.6%	10.9%
IDH elevado	10.6	14.2%	3.2%	23.2	12.3%	3.0%
IDH médio	28.2	38.1%	1.7%	35.9	19.1%	0.8%
IDH baixo	4.3	5.8%	3.8%	8.8	4.7%	2.1%

Fonte: Estimativas da equipa do RDH baseadas em UN (2009d)  
Nota: As estimativas excluem a Antiga União Soviética e a antiga Checoslováquia.

Fonte: RDH (2009, p. 30)

Neste quadro, apresentado na Figura 3, percebe-se que o aumento do número geral de migrantes no mundo foi de mais de 100% e que o maior índice de migração é para os continentes tradicionais e considerados desenvolvidos, como a América do Norte e Europa. Isoladamente, o continente asiático é o que mais recebe pessoas de outros países. Neste levantamento, foram considerados, somente, os

números oficiais. Desta forma, acredita-se que o movimento dos povos seja maior. Há 50 anos era mais equilibrada a escolha do destino, se for considerado o Índice de Desenvolvimento Humano (IDH)<sup>6</sup>. Já em 2010, observa-se que mais de 60% da migração foi para países com IDH muito elevado. Isso reforça que um motivador para a mudança tenha sido a busca de melhores condições de vida.

Fatos históricos marcantes, como a queda do muro de Berlim, em 1989, referência dos tempos atuais, provocam modificações quanto às migrações. As alterações estão embasadas no número de pessoas que estão neste fluxo, bem como nas distâncias percorridas. Isto também está relacionado à facilidade de mobilidade e comunicação. Um ponto importante a ser levantado é quanto ao pertencimento dos migrantes. Aqui não está somente o confronto cultural, há também o social e de pertencimento (ZAMAGNI, 2002).

Em relação aos diversos aspectos a serem considerados em relação à mobilidade humana, a migração é considerada a forma mais tradicional. Este movimento de grupos ou pessoas de um lugar para outro pode ser de deslocamento temporário ou não. Os motivos considerados são os mais diversos: conflitos armados, condições econômicas, realizações pessoais. Estes motivos criam diferentes categorias como a de pessoas buscando espaço para nova inserção social, a de turistas, a de estudantes, a de militares, entre outros (SEPMOV 2003, apud ZAMBERLAM, 2004).

A migração acaba sendo um termômetro de circunstâncias sociais, econômicas e políticas em transformação, em nível nacional e internacional. Em ambos os casos, a migração é um sinal de grandes disparidades, relativamente às condições econômicas e sociais, entre o local de origem e o de destino. Os movimentos internos e internacionais são ambos facilitados por transportes e comunicações melhores e mais baratos. Ambos apresentam redes e sistemas de apoio estabelecidos pelos primeiros migrantes, que reduzem os custos e os riscos e incentivam os que chegam mais tarde. Outra característica comum é o movimento imprevisível e volátil, em consequência de crises específicas a curto ou longo prazo.

---

<sup>6</sup> Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) é uma medida anual comparativa utilizada para classificar os países membros da ONU segundo o grau de desenvolvimento humano, a partir de dados sobre renda, longevidade e educação.

Na sua maioria, estas crises produzem, em primeiro lugar, movimentos locais, mais do que internacionais, embora os migrantes possam atravessar fronteiras, em busca de segurança. Como exemplo, pode-se considerar os milhares de brasileiros que migraram nos últimos anos, principalmente em direção à Europa e à América do Norte em busca de melhores oportunidades econômicas e decorrentes condições de vida.

Assim, as razões que explicam as migrações são inúmeras (político – ideológicas, étnico–raciais, profissionais, econômicas, catástrofes naturais etc.), embora as razões econômicas sejam predominantes. A grande maioria das pessoas migra em busca de melhores condições de vida, e isto geralmente se liga à situação econômica.

A migração tem sido sempre uma característica do desenvolvimento. Diferentemente dos primeiros processos, quando se buscava colonizar novas terras, os migrantes de hoje estão a tentar penetrar em território já ocupado por outros. As zonas e países de acolhimento estão sujeitos a uma grande pressão. Cada vez há mais pessoas a mudarem-se para eles, mas as hipóteses de migração com êxito são menores do que até os anos de 1980. Ao se observar detalhadamente, isto pode ser a dimensão internacional de um problema que pode se transformar na crise humana do nosso tempo. Todo ato migratório apresenta causas repulsivas (o indivíduo é forçado a migrar) e/ou atrativas (é atraído por determinado lugar ou país).

Até antes da Segunda Guerra Mundial, as principais áreas de repulsão populacional eram Europa e Ásia (questões políticas, econômicas e bélicas; fome, epidemias, perseguições religiosas, propriedade da terra e sua divisão entre herdeiros), e as principais de atração eram a América e a Oceania (colonização, crescimento econômico, possibilidade de enriquecimento etc.).

Entretanto, com o esforço da reconstrução pós-guerra, levando Japão e Europa à prosperidade, essas áreas também se tornaram importantes focos de atração populacional, além, é claro, dos EUA, que sempre foram e continuam sendo um pólo atrativo.

Numa abordagem histórica e ampla dos movimentos internacionais mundiais, Cohen (1997 apud REIS, 2004) insere a diáspora em sua reconstrução desses movimentos: diáspora, que na acepção grega da palavra significava migração e colonização, conforme anteriormente citado aqui, é retomada em sua classificação histórica; nesse sentido, os judeus são considerados o caso mais típico; africanos e armênios também são classificados no tipo de diáspora por vitimização; os britânicos representam uma diáspora imperial; os indianos, a diáspora do trabalho; e os chineses e libaneses constituem a diáspora comercial e os caribenhos representam a diáspora cultural.

A análise das diásporas, na era da globalização, leva em conta alguns aspectos relevantes: mudanças rápidas e densas no mundo econômico e sua relação com subsetores (comunicação, transporte, divisão internacional do trabalho, corporações internacionais, comércio liberal e fluxos de capital), que se vinculam às formas de migração internacional pelas relações de permanência, temporariedade e cidadania; o desenvolvimento das “cidades globais”, que, em consequência, altera as transações, interações e a concentração de determinados segmentos do mundo econômico em determinadas cidades; o cosmopolitanismo e o localismo; a criação e a promoção de culturas locais ampliadas como cultura cosmopolita; e, por fim, a desterritorialização da identidade social, como desafio à hegemonia do Estado-nação, transformando o antigo foco na submissão e fidelidade em favor da sobreposição, permeabilidade e formas múltiplas de identificação (PATARRA, 2006).

A literatura sobre migrações relata os fenômenos ligados ao surgimento de novos processos de identificação proporcionados pelo trânsito de pessoas e ideias. Assim, há o surgimento de identidades culturais hibridizadas e novas formas de mestiçagem. Para tanto, pode-se explorar a relação dos personagens com o espaço em processos de desterritorialização e reterritorialização (FIGUEIREDO, 2008, p. 73).

Com referência aos processos acima mencionados, acredita-se que se possa examinar a situação de exilados ou expatriados que, geralmente, estão com sentimento de perda e necessitam reconquistar o passado, de voltar a ele, mesmo

sob o risco de se tornarem estátuas de sal. A estátua de sal<sup>7</sup> significa o tempo parado de uma realidade que não existe mais. Assim, o que muitos conseguem reproduzir é feito a partir da memória fragmentada, da lembrança e ilusão. As histórias contadas podem ter se tornado invenção de suas lembranças (RUSHDIE 1993, apud FIGUEIREDO, 2008).

Este exílio, forçado ou escolhido, é vivido em um duplo movimento: de um lado, a relação com o território perdido e, de outro lado, a relação com o país de adoção, no qual o personagem/protagonista/escritor não está totalmente adaptado, sentindo-se excluído ou segregado. O imigrante também pode se sentir totalmente livre ao se ver privado de seu país. Entretanto, em algum momento, sobrevém o sentimento de orfandade, uma ternura pelo país perdido no passado, como contraponto à indiferença de todos os que não conheceram o país natal. (FIGUEIREDO, 2008).

Davies e Jardine (2010) reforçam que a migração internacional ou diáspora gera nova identidade para o povo, bem como cria uma história paralela advinda das recordações e do imaginário da identidade vivida no país de origem.

Outro fator a ser levantado, quanto às pessoas que decidem por esta mudança permanente de residência, refere-se à adaptação a esta nova cultura e realidade. É um processo difícil, porém há aspectos que minimizam os impactos e o tempo de adaptação. A assimilação ocorre de maneira menos traumática quando o país escolhido possui parentesco linguístico e semelhança no sistema de valores e crenças. Outro fator que facilita esta adaptação é quando se imigra com parte do núcleo familiar. Assim, a manutenção da língua do país de origem nas famílias de imigrados representa, de certa forma, a intensidade de persistência dos laços da tradição original. Porém a manutenção das coletividades etnoculturais é, seguramente, um dos indicadores da dificuldade e lentidão da integração. Todavia, certas circunstâncias impõem a ruptura com a cultura do país de partida, como a consciência do imigrante de ter atingido uma situação irreversível, criando a obrigação de se adequar ao novo meio.

---

<sup>7</sup> Referência da cultura judaico-cristã à esposa de Lot que, contrariando as ordens divinas, olhou para trás quando saía de sua terra e transformou-se em estátua de sal.

É preciso esclarecer dois conceitos fundamentais quando se trata de migração internacional: aculturação e assimilação. O primeiro define o processo pelo qual passa o grupo que apreende a cultura, o vestuário e a linguagem do país de acolhimento. A assimilação define a perda total da identidade original do grupo pela absorção dos novos costumes. É usual existir aculturação sem assimilação, mas muitos fatores podem fazer alterar a rapidez destes fenômenos, como a idade que o imigrante tem quando chega ao destino e o fato da emigração ser familiar ou individual. Quando mais velho o emigrante mais dificilmente se processa a aculturação, assim como quando a família emigra no seu conjunto (LOURENÇO, 200-?).

Aos que buscam outros países para viver há a difícil tarefa de se ambientar nesta nova vida. Desta forma há o processo de aculturação que é a “interação entre duas ou mais culturas, mediante o qual se dá uma transposição de símbolos, significados, produzindo uma perda de elementos originais das mesmas e gerando uma cultura sincrética” (BRIGHENTI, 1998 apud LISBOA, 200-?, p.5). Há quatro estratégias utilizadas pelos imigrantes quanto a aculturação: integração (quando o imigrante sente parte da cultura do novo país), assimilação (quando o imigrante vive como se fosse nativo do novo país), separação (quando o indivíduo tenta se manter separado com o objetivo de seus elementos culturais) e marginalização (quando o indivíduo não consegue e não quer a cultura do novo país) (BERRY, 1997 apud KAJITA et al, 2008).

Um exemplo dos que buscam um outro país para viver diz respeito à comunidade japonesa no Brasil. Os primeiros imigrantes vieram com a ideia temporária de permanência, o que não ocorreu. Desta maneira os japoneses tiveram que se adaptar aos costumes dos brasileiros. Tiveram muita dificuldade nesta ambientação e alguns nunca se adaptaram. Já para a geração aqui nascida ou para os filhos, a adaptação foi muito mais intensa, tendo em vista que os pontos de contato com a cultura brasileira eram maiores que de seus pais. Mesmo pretensamente adaptados ao novo mundo, no caso o Brasil, o culto ao país ancestral, no caso o Japão, persiste pelas demais gerações de japoneses. Desta maneira, tornou-se comum, no imaginário dos descendentes de japoneses, um Japão idealizado, onde se sentiriam membros daquela comunidade. O interessante é que, ao migrarem para o país de seus ancestrais, a segunda ou terceira geração

de nipônicos acabavam por se identificar mais como brasileiros do que como japoneses (KAJITA et al, 2008).

Assim, pode-se levantar os diversos desafios e dilemas das pessoas que se propõem a viver como imigrantes. Este processo tem se ampliado, principalmente, devido aos efeitos acelerados da globalização. Com estes conceitos trabalhados, ir-se-á verificar quanto aos brasileiros no mundo, conforme próxima subseção.

## 4.2 BRASILEIROS NO MUNDO

A questão da diáspora brasileira é um fenômeno crescente. Os fatores que estimulam esta busca por uma vida melhor fora do país de origem são diversos, sendo o principal fator o econômico-social. Mesmo com a atual estabilidade econômica, no Brasil, o salário médio, bem como o atendimento dos serviços de utilidade pública, deixam a desejar, se feita uma comparação com países considerados desenvolvidos. Retoma-se a Figura 3 para reforçar esta ideia, tendo em vista que mais da metade dos migrantes mundiais são para países com o Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) muito elevado.

São diversos os fatores motivacionais dos brasileiros para morar no exterior. Ao se olhar mais de perto o fator econômico-social, acredita-se que seja somente pela maior valorização monetária aos trabalhos nos demais países do mundo, bem como qualidade na saúde, segurança e educação. Há fatores que vão além do racional. São os sonhos de acreditar que o outro seja melhor, sendo esta uma herança de país colonizado. Ressalta-se que os indicadores econômicos do Brasil têm melhorado, bem como, em 2011, tem se observado os indícios de uma crise financeira em continentes como a Europa.

De acordo com o Instituto Migrações e Direitos Humanos (2001), a estimativa quanto ao número de brasileiros residentes no exterior, tendo como base o ano de 2000, era de 1.887.893. Observe-se que passados oito anos este número teve considerável crescimento, já que, conforme o MRE (2009) a estimativa de 2008 era de 3.040.993 brasileiros morando no exterior. Necessita-se ressaltar que estes são brasileiros que vivem legalmente em países estrangeiros. Portanto, é razoável supor



que o número efetivo deve ser bem superior ao apresentado pelo Itamaraty, tomando em consideração os brasileiros que vivem em situação ilegal. As estimativas da publicação dizem respeito ao ano de 2008. O Quadro 7 relaciona o número de brasileiros no mundo.

Quadro 7 - Brasileiros no mundo (por região)

Região	Quantidade de Brasileiros
América do Norte	1.325.100
América do Sul	513.800
América Central	5.037
Europa	816.257
África	36.852
Oriente Médio	31.890
Ásia	289.557
Oceania	22.500

Fonte: MRE (2008)

Com estes dados, ressalta-se a importância do tema, tendo em vista a expressiva quantidade de brasileiros que vivem em outros países. O assunto entrou na pauta de sites de notícias como o G1, vinculado à Rede Globo, com um link denominado Brasileiros no Exterior<sup>8</sup>.

Desta forma, como estas pessoas estão distantes de sua terra natal, os esforços para comunicar-se com os que ficaram favorece os meios considerados virtuais. Como consequência, a Internet tem se tornado cada vez mais presente no cotidiano destes migrantes. Ressalta-se a importância afetiva e relacional proporcionada pela vivência *on-line*.

Esta comunicação é por meio de *e-mails*, ferramentas de conversação instantânea como MSN, Google Talk e Skipe. Também é crescente o número de blogs de brasileiros contando a experiência de viver no exterior. Em um deles, com o peculiar nome de “Confissões Casadas com Gringos”, ao comentar sobre a

<sup>8</sup> Para maiores informações acessar: <http://g1.globo.com/especiais/Brasileiros-no-exterior/>

realidade de viver fora do Brasil, sintetiza: “Todo brasileiro deveria, sim, viver um tempo fora do Brasil para aprender a valorizar suas raízes...para aprender a respeitar o diferente, porque longe de casa...e no país dos outros...O diferente somos nós”.

Assim, a comunicação tem rompido as barreiras do tempo e do espaço, o que facilita o contato destes expatriados com sua terra natal, bem como cria outras formas de aproximá-los. No próximo item, se discutirá a comunicação no contexto da virtualidade.

## 5 COMUNICAÇÃO VIRTUAL

Para se iniciar o assunto comunicação virtual, traz-se alguns aspectos relevantes sobre os estudos do processo de interação humana à distância, tema que vem sendo trabalhado já há algum tempo por estudiosos da comunicação. Primo (2008) relata que, nos anos de 1930, Bertold Brecht defendia que a relação do ouvinte, para este não ficar isolado, deveria ser não se limitar a apenas escutar, mas também falar, assim se relacionando com o interlocutor. Seguindo este raciocínio, Brecht pregava que a radiodifusão deveria transformar-se de aparelho de difusão para aparelho de comunicação.

Desta maneira, têm-se tipos de interação na comunicação (THOMPSON, 1998). Na maior parte da história humana, as interações sociais foram predominantemente face a face, em presença. Com o desenvolvimento dos meios de comunicação os padrões de interação foram afetados. Isto se deve ao fato de o desenvolvimento dos meios de comunicação terem criado novas formas de ação e de interação e novos tipos de relacionamentos sociais. Fizeram surgir uma complexa reorganização de padrões de interação humana por meio do espaço e do tempo. Com o desenvolvimento tecnológico, a interação se dissocia do ambiente físico, de tal maneira que os indivíduos podem interagir uns com os outros ainda que não compartilhem do mesmo ambiente espaço-temporal.

A partir destas transformações Thompson apresenta três tipos de interação, conforme se apresenta no Quadro 8.

Quadro 8 - Tipos de Interação

<b>Características interativas</b>	<b>Interação face a face</b>	<b>Interação mediada</b>	<b>Quase Interação mediada</b>
Espaço-tempo	Contexto de co-presença; referencial espaço-temporal comum	Separação dos contextos; disponibilidade estendida no tempo e no espaço	Separação dos contextos; disponibilidade estendida no tempo e no espaço
Possibilidade de deixas simbólicas	Multiplicidade de deixas simbólicas	Limitação das possibilidades de deixas simbólicas	Limitação das possibilidades de deixas simbólicas
Orientação da atividade	Orientada para pessoas ou grupos específicos	Orientada para pessoas ou grupos específicos	Orientada para um número indefinido de receptores potenciais
Dialógica / monológica	Dialógica	Dialógica	Monológica

Fonte: Thompson (1998, p. 80)

Neste quadro, têm-se mais claramente as características dos diferentes tipos de interação. O autor reforça que há o caráter híbrido da interação humana, isto é, podem ocorrer situações interativas que são um combinado das características apresentadas. Vale ressaltar que a época deste texto, última década do século passado, era um momento em que a internet estava em franca expansão, porém não com a força e penetração que possui no cotidiano das pessoas nos tempos atuais. Ainda que já houvesse esta percepção de futuro, o autor supunha que sua proposição esgotaria os possíveis cenários de interação. Tal quadro, mesmo assim, atende ao presente estudo.

Quanto aos itens desenvolvidos, pode-se afirmar que, a interação quase mediada é aquela relação social estabelecida pelos meios de comunicação de massa (livros, jornais, revistas, entre outros) e se caracteriza como monológica, pois é principalmente em sentido único; a interação mediada é aquela, por exemplo, por meio de carta ou telefone, em que há possibilidade de deixas simbólicas disponíveis

aos participantes. Assim, os indivíduos têm que se valer de seus próprios recursos para interpretar as mensagens.

Após a compreensão dos tipos de interação, pode-se dar início à discussão sobre interatividade. Para Silva (2000), há três binômios: participação - intervenção; bidirecionalidade - hibridação; potencialidade - permutabilidade.

O primeiro, participação-intervenção, pode ser entendido sob quatro perspectivas, sendo elas:

Tecnológica: sugere a possibilidade dos receptores e dos públicos intervirem no processo da comunicação coletiva;

Política: os meios de massa acabam por constituir apenas emissão, barrando a criatividade, imprevisibilidade e autonomia da audiência;

Sensorial: são as possibilidades oferecidas por aparatos como *mouse* e *touch screen*, onde o usuário pode intervir e atuar dentro de uma representação;

Comunicacional: esta perspectiva aponta para mudança significativa no clássico modelo emissor-mensagem-receptor. Deve-se isto ao fato de que, com a interatividade, a mensagem passa a ter conteúdos manipuláveis. Assim, não se apresenta mais como emissão, fazendo com que o emissor mude de papel, pois não emite mais uma mensagem, mas constrói um sistema com o receptor.

O segundo binômio apresentado por Silva é o da bidirecionalidade-hibridação. Este é uma crítica à visão funcionalista da comunicação que separa a emissão da recepção, para a primeira parte do binômio, que é a bidirecionalidade. Para este entendimento, será necessário uma retomada histórica. Entre os anos de 1960 e início dos 70, teóricos sugeriram formas de passar da teledifusão (algo de mão única) para a bidirecionalidade (esta entendida como reversibilidade entre emissão e recepção). Exemplos disso se têm na arte em que a participação do espectador é o que faz a obra, como nos parangolés de Hélio Oiticica, onde a obra só fica completa se o observador vestir a capa, empunhar o estandarte e/ou entrar na tenda. Somente com a co-participação (chamada de co-autoria) é que essa obra de arte será desvendada em sua totalidade. A segunda parte deste binômio, a hibridação, é

a dissolução de fronteiras, da mestiçagem, e da fusão de suportes, linguagens e imagens.

Potencialidade-permutabilidade, o último dos binômios descritos por Silva, refere-se à situação em que nem sempre as coisas funcionam exatamente como sua descrição teórica. Ou seja, a potencialidade são as diversas possibilidades que este momento de interação pode proporcionar. Porém, é a ação do receptor da mensagem que faz o processo acontecer.

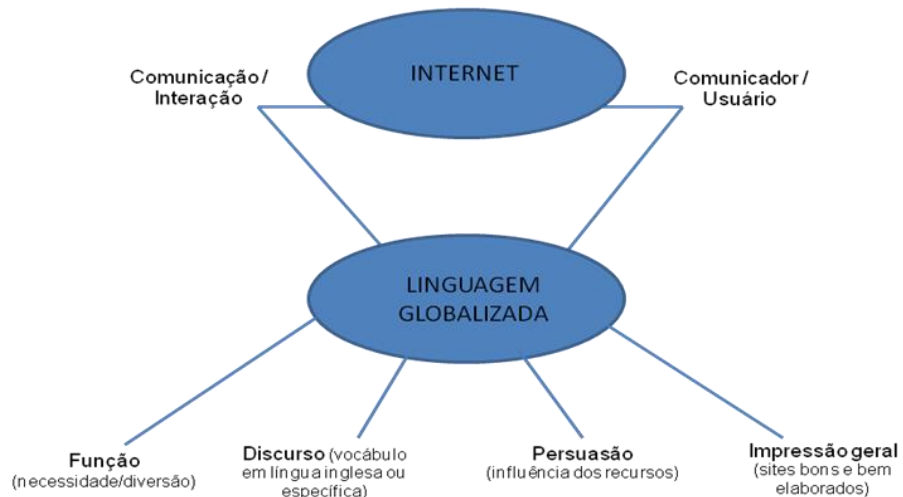
As ideias acima abordadas são a base para a compreensão da interação mediada por computadores. Enfatiza-se que esta interação depende de fatores tecnológicos. Assim, não é de se surpreender que muitos estudos se dediquem à questão de infra-estrutura. Este não é o foco aqui proposto. O enfoque aqui é a facilidade que este tipo de comunicação propicia aos usuários, estando nela a subtração das questões tempo e espaço proporcionado aos interlocutores.

Ao se compreender os tipos de interação e interatividade pode-se iniciar a discussão quanto à comunicação. Baldissera (2000) entende a comunicação como processo de construção e disputa de sentidos. Observa, também que, mesmo em situações onde haja a intenção planejada de persuadir um grupo por meio do uso de suas próprias convenções, crenças e valores, o jogo de forças não se resolve por mera imposição. O que interessa é observar que as relações de poder no nível interpessoal não podem ser vistas como decisão unilateral ou demanda individual (PRIMO, 2008). Assim, o autor reforça que a comunicação mediada assemelha-se mais à comunicação interpessoal e grupal do que à comunicação de massa.

A aceleração do processo de globalização tem, entre seus instrumentos, o conjunto de redes de comunicação de massa. Com a velocidade da evolução da tecnologia, hoje se observa a comunicação de massa já mais orientada ao mundo virtual da internet. Assim sendo, as mensagens veiculadas nos *sítes* são destinadas a todo tipo de público. No entanto, o locutor precisa estar sempre atento ao emprego de uma linguagem adequada, uma vez que, “não é só quem escreve que significa; quem lê também produz sentidos”, como afirma Orlandi (2000 apud GALLI, 2002). Esta linguagem adequada globaliza e individualiza, pois é por meio de gírias e idiomas que se pode limitar ou expandir o público de foco a partir do conhecimento e

da cultura de um povo. Na Figura 4, pode-se observar os pontos-chave para a linguagem e comunicação virtual na Internet.

Figura 4 - Linguagem da Internet



Fonte: adaptado de Galli (2002)

Esta forma virtual de comunicação, já não mais emergente, ainda provoca polêmica e discussão quanto ao impacto causado na linguagem e na vida social. Ao se voltar no tempo, a introdução da escrita conduziu a cultura letrada. Deste mesmo modo, a escrita eletrônica está conduzindo a uma cultura eletrônica. Para participar dela necessita-se do letramento digital. Reforça-se esta peculiaridade, tendo em vista que a tecnologia digital atual depende totalmente da escrita. “O impacto da Internet é menor como revolução tecnológica do que como revolução dos modos sociais de interagir linguisticamente” (CRYSTAL, 2001 apud MARCUSCHI, 2010, p. 22).

Shirky (2011, p. 52) diz que a “mídia é o tecido conjuntivo da sociedade” e complementa, trazendo que a internet é a primeira mídia pública a ter uma economia pós-Gutenberg (tipografia). As redes digitais têm aumentado a fluidez das demais mídias, pois faz em uma ponte entre as duas antigas opções da radiodifusão e dos meios de comunicação.

Na atual sociedade da informação, a Internet é uma forma solidificada de comunicação e comportamento comunicativo. Todo computador, conectado à Internet, possui a capacidade de transmitir palavras, imagens e sons. Não se limita

apenas aos donos de jornais e emissoras de TV e rádio. Qualquer pessoa pode construir um *site*, sobre qualquer assunto, e sua divulgação é instantânea. Assim, este espaço cibernético abre novas possibilidades e percepções quanto à divulgação e mídia, fazendo repensar os caminhos da comunicação clássica. A mensagem se torna interativa e ganha a possibilidade de alteração imediata.

A Internet se solidifica na construção desta forma de propagação de mensagens e informação devido à multiplicidade de formas e temas que encontramos nela. São sites, listas de discussão, *blogs* entre outras formas de se manifestar. A linguagem é fácil e acessível, assim criando seus pressupostos que já traçam este novo modelo de comunicação.

Assim como a televisão e o rádio em suas épocas, a internet relança um imaginário, uma procura de estilos e de forma que exprimem a modernidade. Estas técnicas são, ao mesmo tempo, veículos de outras formas de cultura e de espaços de criação da cultura contemporânea. Neste contexto, a internet se encontra como suporte de uma nova solidariedade mundial, pela sua abrangência e pela democracia nos espaços (WOLTON, 2007).

Diversos estudos, entre os precursores os de Boase e Wellman (2006 apud BARTH, COGO, 2009) percebem a Internet como um veículo ou mídia de informação e comunicação. Ressaltam, porém, que as pessoas não se limitam às relações sociais ali criadas e que mantêm seu círculo fora dela. Estudos anteriores apontavam que muitas das relações sociais na internet ocorriam entre pessoas que já se conheciam *offline*. Com a facilidade de conexão e mais usuários da internet, tem se ampliado as relações *online* entre pessoas que não se conhecem pessoalmente e talvez nunca se encontrem pessoalmente. Isso amplia a abrangência das informações lançadas na rede.

A mudança geográfica advinda das migrações transnacionais significa, não apenas uma mudança de localização, e sim, a construção de espaços simbólicos entre os lugares por onde o sujeito passa, vive e constitui-se em processo constante e fluido de atribuição de sentidos vivenciados no cotidiano das transformações culturais da sociedade contemporânea (MEZZADRA, 2005 apud BARTH, COGO, 2009).



Na comunicação virtual (aqui entendida como comunicação via internet), o computador é elemento de um processo que abrange toda a vida social. O movimento geral de virtualização afeta hoje, não apenas a informação e a comunicação, mas também as pessoas, o funcionamento econômico, os quadros coletivos da sensibilidade ou o exercício da inteligência. Atinge, também, as modalidades do estar junto, a constituição do “nós”, por meio de comunidades virtuais, empresas virtuais, democracia virtual, entre outras formas de virtualidade. Embora a digitalização das mensagens e a extensão do ciberespaço desempenhem um papel capital na mutação em curso, trata-se de uma onda de fundo que ultrapassa amplamente a informatização (LÉVY, 1996). Agregando às ideias anteriores, os critérios de comunicação estão em constante mudança. As pessoas se aproximam do diálogo, ao mesmo tempo em que se afastam e todas as referências encontram-se a um clique.

É bem verdade que um internauta não reage passiva e mecanicamente a uma página na internet. Em uma segunda visita a um mesmo site, sua leitura pode dar-se a partir de outra interpretação, de outras articulações e atualizações. Um *link* que antes não tinha despertado seu interesse pode parecer-lhe interessantíssimo.

Há, ainda, a interação mútua ou reativa. A primeira está embasada nas relações interdependentes e de negociação. Já a reativa é aquela limitada pelo estímulo e resposta (RECUERO, 2009). Isto é importante tendo em vista que o corpus de análise desta pesquisa seja, justamente, grupos que interagem no âmbito virtual e que também é item a ser observado.

O âmbito virtual, aqui tratado, utiliza como ferramenta a Comunicação Mediada por Computador (CMC) por esta transpassar o limite de tempo e espaço em um processo de migração dos brasileiros pelo mundo. Isto se justifica pelo Brasil ser o quinto país no mundo com maior número de conexões à internet (IBOPE/NIELSEN apud ANTONIOLI, 2011). Os expatriados, mesmo distantes fisicamente de suas raízes, geralmente possuem a constante necessidade de resgate e contato.

A experiência da diáspora pode, também, ser entendida pela classificação de tipos de CMC para cada fase da migração. Hiller e Franz (2004) dividem este processo em três fases, sendo elas a pré-imigração (quando a pessoa está

decidindo para onde vai, buscando informações sobre os possíveis locais de destino), a pós- imigração (quando a pessoa mora em outro país por cerca de cinco anos, período este considerado para ambientação) e migração já assentada (quando a pessoa está migrada por mais de cinco anos). Os autores abordam quatro formas de CMC, que são: a ferramenta de busca, *e-mail* (correio eletrônico), BBS (Bulletin Board Systems) e o *chat* (sala ou ferramenta virtual de bate-papo).

Esta pesquisa está focada somente na primeira forma, chamada pelos autores de ferramenta de busca, que significa a obtenção de informações por meio de sites, como também somente nos públicos pós-migrantes e migração já assentada. Para melhor entendimento, segue o Quadro 9.

Quadro 9 - Tipos de CMC nas fases da Migração

	Pós-Migrante	Migração já assentada
Ferramenta de busca	Utilização da internet para obter informações sobre novas comunidades. Mecanismos para saber notícias do país natal. Funções: facilidade na integração com as novas comunidades e retenção de laços com comunidades relacionadas à terra natal.	Utilização da internet para buscar por conexões com o local de origem em múltiplas formas. Função: redescobrir a identidade erodida na diáspora.

Fonte: adaptado de Hiller e Franz (2004)

Desta forma, pode-se comprovar a força e utilização da CMC dos que buscam outros países para viver para manter os laços com a terra natal. Acredita-se que isso tenha ocorrido pela rapidez e valores financeiros menores que as formas convencionais – correio e telefone - de comunicação com quem está distante. Outro fator é que a CMC faz com que se tenha contato com pessoas que se conheceu no próprio contexto virtual. Assim, entende-se que as conexões mantidas pela CMC fazem com que as pessoas reforcem os laços com suas famílias distantes, bem como criem laços com aqueles que passam pela experiência da diáspora.

Estes laços se reforçam com planos e estratégias utilizando-se das ferramentas que o computador permite, por meio de vídeos e voz. Deste modo, a comunicação de massa e os múltiplos modos de telecomunicação transcendem

fronteiras nacionais, ligando redes domésticas através de grandes distâncias. Em relação a estes laços da comunicação, também há a necessidade de integração intercomunitária. Esta é aquela que mantém o migrante informado sobre a terra natal, bem como o ajuda a conhecer mais rapidamente as regras da nova comunidade na qual está inserido.

Após todos os itens pertinentes pode-se passar para a análise dos sites. Desta forma, o próximo capítulo constitui-se da descrição do método de pesquisa, bem como da análise realizada.

## **6 IDENTIDADE NACIONAL NOS SITES PARA EXPATRIADOS**

### **6.1 ESTRATÉGIAS METODOLÓGICAS**

As opções metodológicas apresentadas se justificam tendo em vista o propósito da pesquisa, que é analisar a mídia virtual na diáspora, em relação ao imaginário de brasilidade. Neste estudo, optou-se pela Análise de Discurso (AD) de linha francesa, para entender a identidade brasileira retratada em sites para expatriados.

#### **6.1.1 Análise de Discurso**

A linguagem não é simplesmente uma ferramenta de comunicação ou de transmissão de informação. É mais do que isso, pois também há a mensagem implícita que vai além das palavras. A AD aqui utilizada é a de linha francesa, por ser uma ferramenta que permite analisar o texto e fazer emergir deste o seu sentido (BENETTI, 2008). Assim, o objetivo da análise é compreender como um texto funciona, como também, como produz sentidos. Orlandi (2009) enfatiza que o texto mostra como se organiza a discursividade, isto é, como o sujeito está posto, como ele está significando sua posição, como a partir de suas condições (circunstâncias da enunciação e memória) ele está praticando a relação do mundo real com o simbólico e materializando sentidos. Desta forma, “o texto é a parte visível ou material de um processo altamente complexo que inicia em outro lugar: na sociedade, na cultura, na ideologia, no imaginário” (BENETTI, 2008, p. 111).

“Um espaço em que enunciados são retomados e reformulados num esforço constante de fechamento de suas fronteiras em busca da preservação de sua identidade” (BRANDÃO, 2002, p.39). Assim, formação discursiva é constituída por sistemas de paráfrase, isto é, o processo de dizer o mesmo mais de uma vez.

Desta maneira, o objetivo da AD é buscar, nas marcas deixadas nas formações discursivas, os vestígios do sujeito no discurso e exteriorizá-las. O foco são os pontos no texto onde surge a discursividade. “É a formulação que se coloca como censura no continuum da discursividade e, ao fazê-lo, se compromete com uma versão (interpretação, formação discursiva, ideologia)” (ORLANDI, 2005, p.13).

Nesta pesquisa, a análise também levanta as informações constantes no interdiscurso. Este, segundo Charaudeau e Maingueneau (2004) significa o conjunto das unidades com valor simbólico para a análise. Aqui, fica claro que a AD é muito mais ampla que os dizeres dos objetos avaliados. Necessita-se ampliar o olhar para captar o não dito.

A definição do corpus (ORLANDI, 2009) é o início do trabalho de análise, por recortes e delimitação de seus limites no processo analítico, assim se estabelecendo um contraponto constante entre teoria, corpus e análise. Para coleta e análise de dados na pesquisa em internet, consideraram-se alguns aspectos que vão desde as estratégias de utilização dos ambientes digitais até aspectos de cunho ético em relação à publicização e identificação de informações e dados obtidos.

### **6.1.2 Corpus**

A pesquisa qualitativa visa uma compreensão aprofundada e holística dos fenômenos em estudo e, para tanto, os contextualiza e reconhece seu caráter dinâmico. Desta maneira, o número de componentes da amostra é menos importante que sua relevância para o problema de pesquisa, de modo que os elementos da amostra passam a ser selecionados deliberadamente, conforme apresentem as características necessárias para a observação, percepção e análise das motivações centrais da pesquisa (FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2011).

A composição do corpus de análise constituiu-se da seguinte forma:

Consideraram-se somente os sites<sup>9</sup> apresentados como comunidades brasileiras pelo Ministério das Relações Exteriores do Brasil. Foram desconsiderados os blogs e assemelhados. Esta decisão fundamentou-se no fato de terem os sites conteúdos que são relativamente mais permanentes. Seguiu-se o recorte da listagem de sites, que se sustentou nos seguintes critérios: ter assunto relacionado à cultura brasileira e ser ou ter link em português. A questão do idioma se justifica tendo em vista que língua é fator importante na construção da identidade nacional. Desta maneira, o total ficou em 134 e destes serão analisados 10%, ou seja, 13. A forma de escolha dos sites estudados foi por sorteio. Segue-se a lista das páginas componentes do presente estudo:

1. **Projeto "Mensageiros da Cultura":** <http://www.mensageirosdacultura.com/>
2. **Quilombo Brasil:** <http://www.mamaterra.org/>
3. **Grupo Comunicato Samba:** <http://www.gilsonsilveira.com>
4. **Brasileiros na Holanda:** <http://www.brasileirosnaholanda.com>
5. **Igreja Ministério Viva Brasil:** <http://www.vivabrazilmin.com/contato.html>
6. **Afro Brazilian Culture Center (ABACC):** <http://www.jordanleite.org>
7. **Brasileirinhos em Long Island:**  
<http://www.meetup.com/BrasileirinhosLongIsland>
8. **SKD Capoeira tradição baiana:** <http://www.capoeiratb.com> substituído por:  
**Centro Cultural Brasil – Chile** (<http://www.centroculturalbrasilchile.cl>)
9. **Casa de Cultura Brasileira:** <http://www.brazilinchicago.com> substituído por:  
**Grupo Alecrim – Líbano** (<http://www.alecrimbrasil.org>)
10. **Associação Raízes:** <http://www.raizes.ch>
11. **Tangará: escola de dança brasileira e centro de referência cultural do Brasil em Berlim:** <http://www.tangara-brasil.com>
12. **Associação Amigos do Brasil (AdB):** <http://www.amigosdobrasilbarcelona.org>

---

<sup>9</sup> Para fins desta pesquisa *sites*, *websites*, *sítios* e *páginas* serão considerados equivalentes.

### **13. Associação Comunitária Brasileira de Alberta (BCAAB):** <http://www.bcaab.org/>

Nesta primeira definição, ao entrar nas páginas para iniciar o levantamento de dados, percebeu-se que duas delas já não apresentavam mais as características necessárias. As informações foram extraídas no período de 11 de junho de 2011 a 30 de setembro de 2011 com reconfirmação das informações no dia 30 de outubro de 2011. Os sites excluídos foram SKD Capoeira tradição baiana (<http://www.capoeiratb.com>) e Casa de Cultura Brasileira (<http://www.brazilinchicago.com>). Como anteriormente definido, sortearam-se substitutos. São eles: Centro Cultural Brasil – Chile (<http://www.cebsantiago.cl>) e Grupo Alecrim – Líbano (<http://www.alecrimbrasil.org>). Desta forma completou-se o grupo a ser estudado.

## **6.2 ANÁLISE DOS SITES**

A análise aqui realizada apresenta e contextualiza os marcadores de identidade nacional encontrados nos sites estudados. No Anexo A, apresenta-se cada página estudada com um breve descritivo. Este anexo é importante para se ter um panorama de cada site e auxilia a compreensão da análise dos marcadores de identidade.

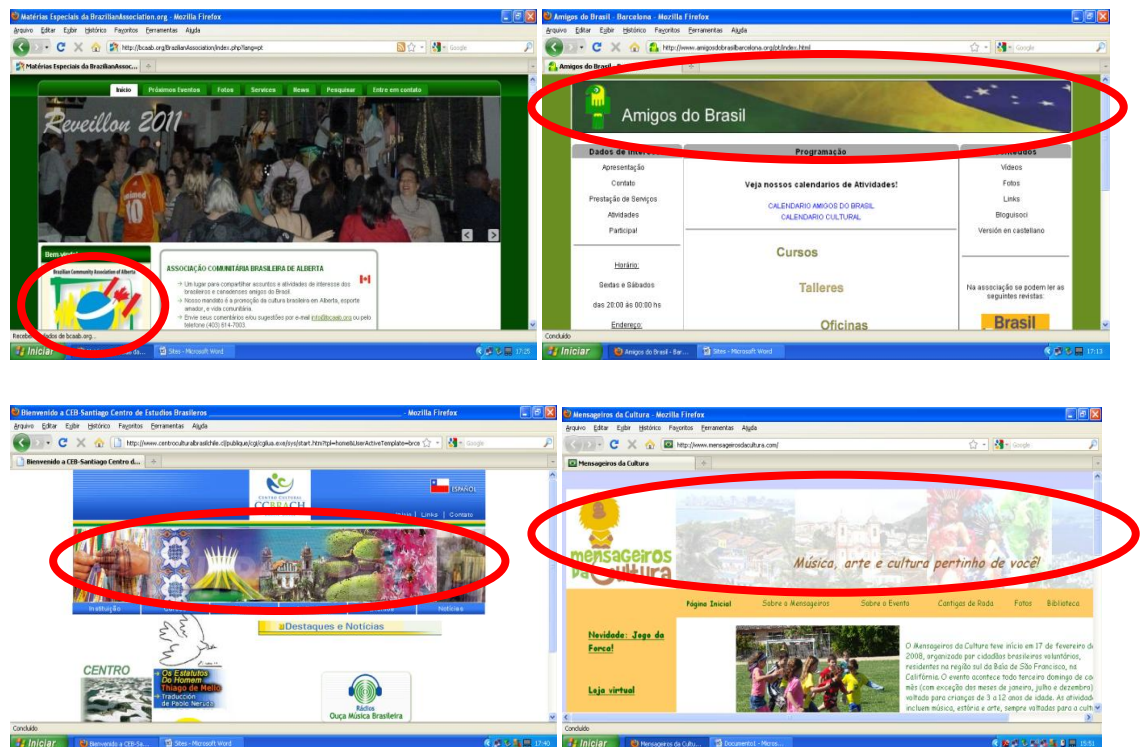
Inicia-se a análise quanto à linguagem da internet utilizada pelos sites. Para tanto, a base será a partir do que Galli (2002) define e explica quanto a este assunto. Isso se pode verificar, de maneira resumida, na Figura 4 (na página 70). Observa-se que, dos 13 sites, no que diz respeito à impressão geral, verifica-se que seis deles possuem fácil navegação e os assuntos de interesse são facilmente encontrados. Já quanto à aparência, percebe-se que três deles são mais simples neste quesito, não envolvendo muita elaboração de quem os montou. Há dois sites que possuem muita informação, o que chega a confundir quando se vai buscar algo. Observa-se que todos eles são claros quanto ao objetivo que se pretendem.

Já quanto à linguagem, retoma-se que foi como parte da definição do corpus de análise, os sites selecionados são ou possuem versão no idioma português

(brasileiro). Este ponto já é fator considerado como marcador de identidade tendo em vista que a língua é base primordial para a identificação de um povo.

Quanto aos marcadores mais visíveis, observa-se que em quatro sítios há alusão à bandeira nacional e/ou figuras que remetem ao Brasil, sejam fotos ou desenhos conforme se pode observar na Figura 5.

Figura 5 – Figuras Brasileiras



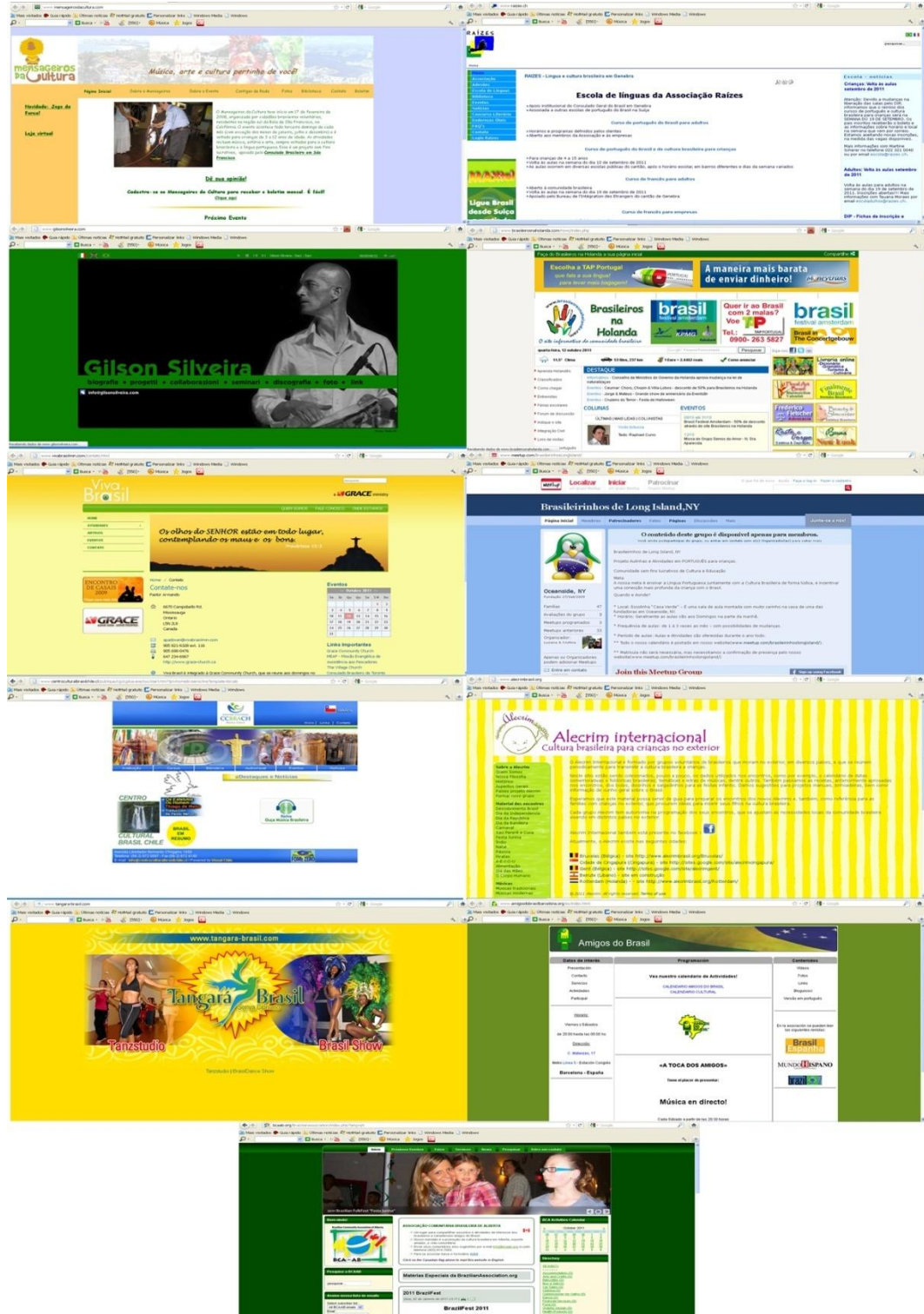
Fonte: Autora (2011)

As fotos são de cidades ou características que, para quem é brasileiro, são imediatamente reconhecidas. Brasília, Ouro Preto, Salvador (com a fitinha do senhor do Bom Fim), a fauna brasileira e o Carnaval são alguns exemplos. As imagens da terra natal estão ali para gerar empatia com os brasileiros que acessarem o site. Já no Mensageiros da Cultura ainda há o desenho de um mico-leão, que é um animal nativo brasileiro e que, por ser uma ilustração, chama a atenção das crianças que são o público alvo da página.

Não somente há ilustrações, mas estão presentes o verde, amarelo, azul e branco, as cores da bandeira nacional caracterizando a brasilidade. Isso pode se observar em 11 dos 13 estudados, conforme figura a seguir.



Figura 6 – Cores brasileiras



Fonte: Autora (2011)

A cor é fator que identifica um povo, tanto que a primeira bandeira brasileira, quando da independência de Portugal, manteve as cores das famílias, o verde dos Bragança e o amarelo dos Habsburgos (Dona Leopoldina esposa de Dom Pedro I). O azul e o branco, atualmente na bandeira nacional, são ainda herança da

colonização portuguesa. Além disso, a Era Vargas reforçou o papel da Bandeira Nacional como símbolo, bem como, as cores nacionais.

Quanto aos títulos dos sites, também se tem grandes indícios quanto à identidade brasileira. Pode-se observar a ascendência africana valorizada, dando cara para os brasileiros que vivem no exterior com os sítios Quilombo Brasil (Mama Terra) e *Afro Brazilian Culture Center*. O nome Quilombo Brasil remete ao africanos que foram trazidos como escravos para o país. Este site, porém, se apresenta como Mama Terra e este nome vai além das fronteiras da africanidade e percebe-se aquele filho da terra, no caso o Brasil, buscando conforto nas suas raízes. Já o *Afro Brazilian Culture Center* reforça o traço africano como formador da cultura e identidade brasileira. Este site, porém, se concentra nos trabalhos e compreensão da raiz religiosa advinda da África por meio dos negros escravos. Ali, se tem um panorama quanto ao candomblé e demais ritos afro-brasileiros.

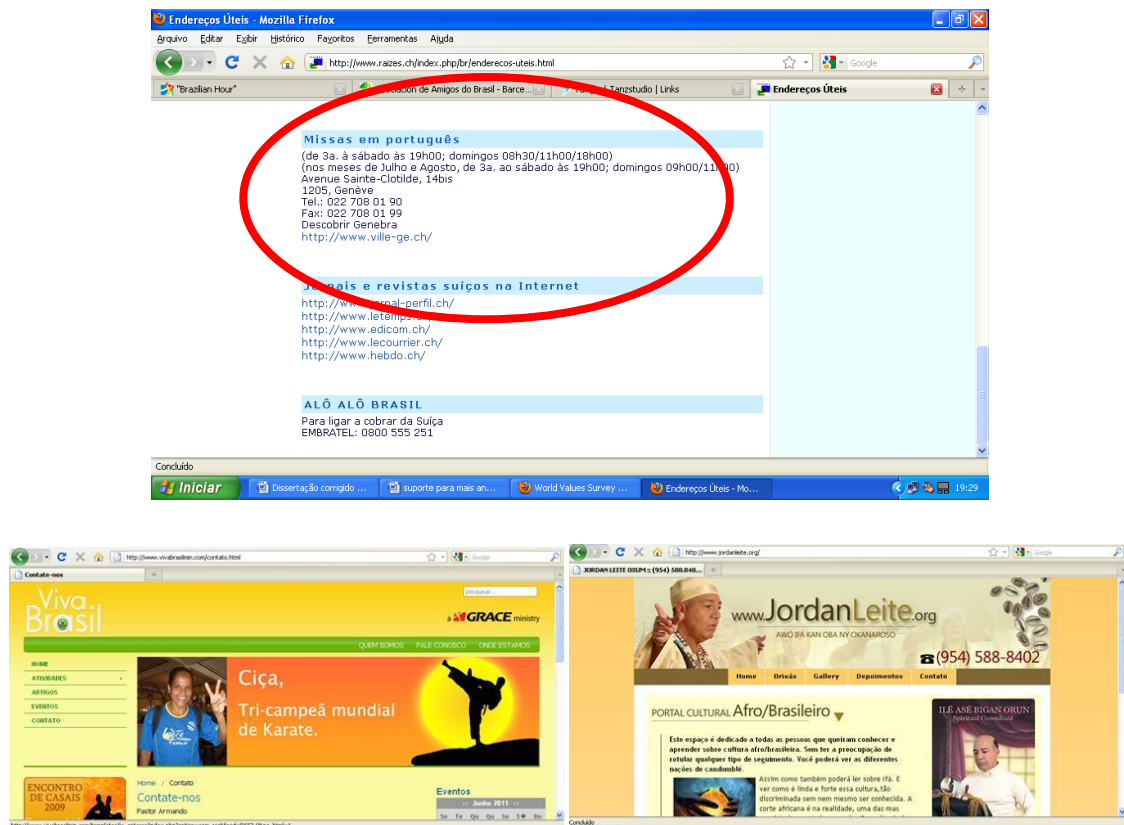
No caminho da busca da identidade do país natal, os títulos como Mensageiros da Cultura, Associação Raízes, Centro Cultural Brasil, Associação Comunitária Brasileira de Alberta, Tangará (ave nativa) e Associação Amigos do Brasil, demonstram a manutenção de suas raízes. Todos são títulos que demonstram a necessidade de identificação com a pátria natal, além de reforçar o compromisso do migrante com os seus descendentes, para que o que é ser Brasileiro não seja esquecido ou suplantado pela identidade da nova pátria escolhida. Aqui se percebe, além do resgate cultural, a perpetuação da identidade brasileira.

O site Ministério Viva Brasil possui a ideia de manter vivo o Brasil nos corações dos expatriados. O assunto da referida página é de cunho religioso, e a religiosidade é uma característica cultural brasileira, pois, conforme a pesquisa da *World Values Survey*, 91% dos brasileiros entrevistados consideram que religião seja muito importante, de um modo geral, ou importante em suas vidas. Assim, se reforça que esta característica também seja marca da identidade nacional. Esta página, além de divulgar os horários de culto, reúne grupos comunitários no Canadá.

Desta maneira, a religião está presente nos sites. Mais um exemplo é o do site Raízes, originário da Suíça. Ao acessar o link para endereços úteis, além do Consulado brasileiro, centro para imigrantes e jornais úteis, lá está onde e quando

há missas em português, conforme se vê na Figura 7. Assim, novamente reforçando a importância da religião para o brasileiro, seja dentro ou fora do país. Há também os especificamente voltados para o assunto, como o Viva Brasil, mencionado anteriormente, e o Afro *Brazilian Culture Center*.

Figura 7 – Religiosidade nos sites



Fonte: Autora (2011)

Outro ponto importante a ser ressaltado é que todos os sítios foram montados pela primeira geração de brasileiros residentes no exterior. Acredita-se que isso também se justifique pelo fato de o Brasil ser um país ainda muito jovem e o trânsito de brasileiros pelo mundo ainda ser recente, se comparado com países da Europa, por exemplo.

Conforme visto no capítulo sobre a identidade brasileira, observou-se que a música é um marcador. Oito dos treze sites apresentam a música como fator de preservação da cultura, através do samba, MPB<sup>10</sup>, cantigas de roda, forró e outros ritmos que caracterizam o Brasil. Destes, três unem a música com o ensino de

<sup>10</sup> Música Popular Brasileira

dança (samba). Também há o vínculo de cantigas de roda com o ensino do português, assim, difundindo a cultura de forma lúdica e divertida. Esta alegria é também um fator da identidade brasileira. Conforme se vê na Figura 8, a questão das letras das cantigas de roda também remetem ao trabalho de Villa Lobos, maestro brasileiro que por volta dos anos de 1930 fez o levantamento desta forma de expressão cultural cultura no Brasil.

Figura 8 – Cantigas de Roda

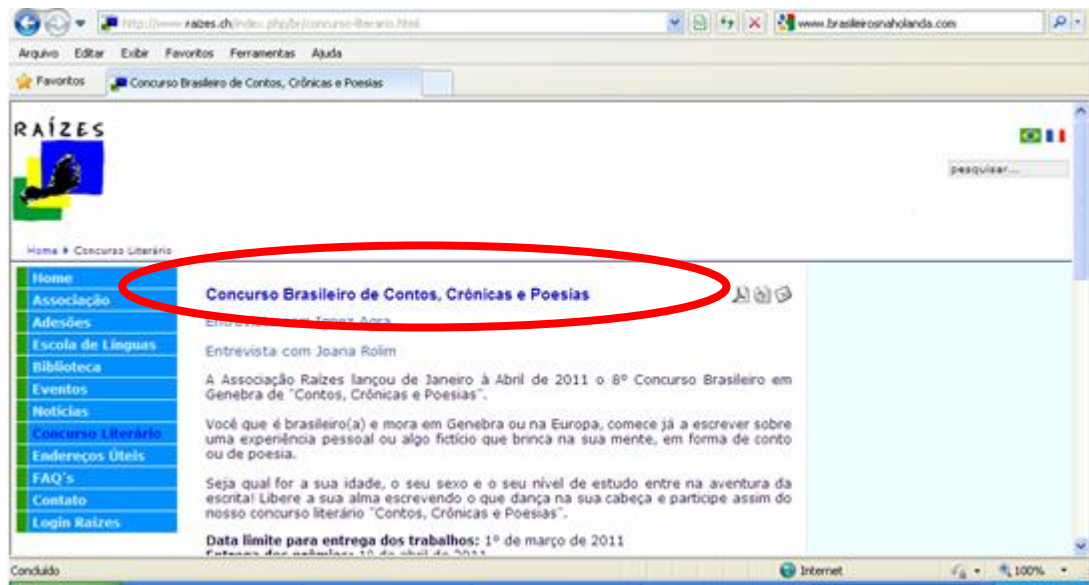


Fonte: Autora (2011)

Os concursos culturais geralmente atendem à necessidade de centralizar a atenção da comunidade para o assunto em questão, valorizando-o. Dos sites pesquisados, um utiliza-se deste mecanismo para interagir com a comunidade

brasileira, incentivando a apresentação das vivências entre os expatriados (conforme Figura 9). Reforça-se, assim, o vínculo com a brasilidade.

Figura 9 – Concurso Cultural



Fonte: Raízes (2011)

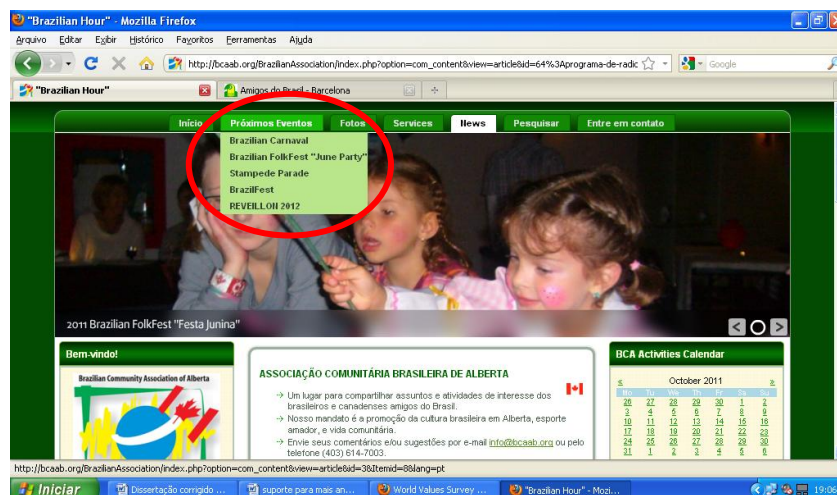
No concurso promovido, em 2009, pelo site Raízes, o poema vencedor do prêmio poesia infantil era intitulado o Samba do Lixo. É interessante um poema ter em seu título a palavra samba, mesmo o foco sendo reciclagem de lixo. Fica claro que a referência a este ritmo é uma forma de resgatar as raízes brasileiras e importante sinalizador de identidade nacional.

Um ponto comum nos 13 sites está relacionado às reuniões presenciais dos brasileiros. Observa-se que, mesmo estando no ambiente virtual, que possibilita o acesso de qualquer pessoa no mundo, cria-se o vínculo por meio das reuniões, festas, aulas presenciais de português, entre outras atividades. A partir das fotos e relatos, se tem a certeza da importância, para o migrante brasileiro, destes momentos de contato com a cultura brasileira, bem como, com outros patrícios na mesma situação.

Quanto aos objetivos de cada site, também se capta marcadores de identidade. Dos treze, dez possuem algum curso direcionado à promoção e preservação da cultura brasileira. Destes, oito são sobre idioma português, além de alguma oficina de música e dois especificamente de música e/ou dança. Quando de

língua portuguesa as aulas são temáticas a respeito do Brasil. Há também oficinas culturais como dança (samba, forró, pagode, entre outros ritmos), capoeira e gastronomia. Reforça-se que todos os cursos são presenciais. Do total de sites, doze realizam, ao menos, uma festa em data comemorativa brasileira. Todos comemoram o Carnaval. Já sobre a Independência, Festa Junina ou alguma outra data comemorativa não se observou que haja ocorrências periódicas e constantes. Por sua vez, o Réveillon, a Associação Comunitária de Alberta considera o evento mais importante do ano. A questão das reuniões, festas e encontros aparece como ponto forte para a perpetuação e conforto para aqueles que sentem falta da pátria natal, aqui reforçando a característica feminina, ou seja, a de agregar e juntar as pessoas, no país onde os valores de fraternidade se reforçam. Assim se observa os eventos na Figura 10.

Figura 10 – Festas Comemorativas

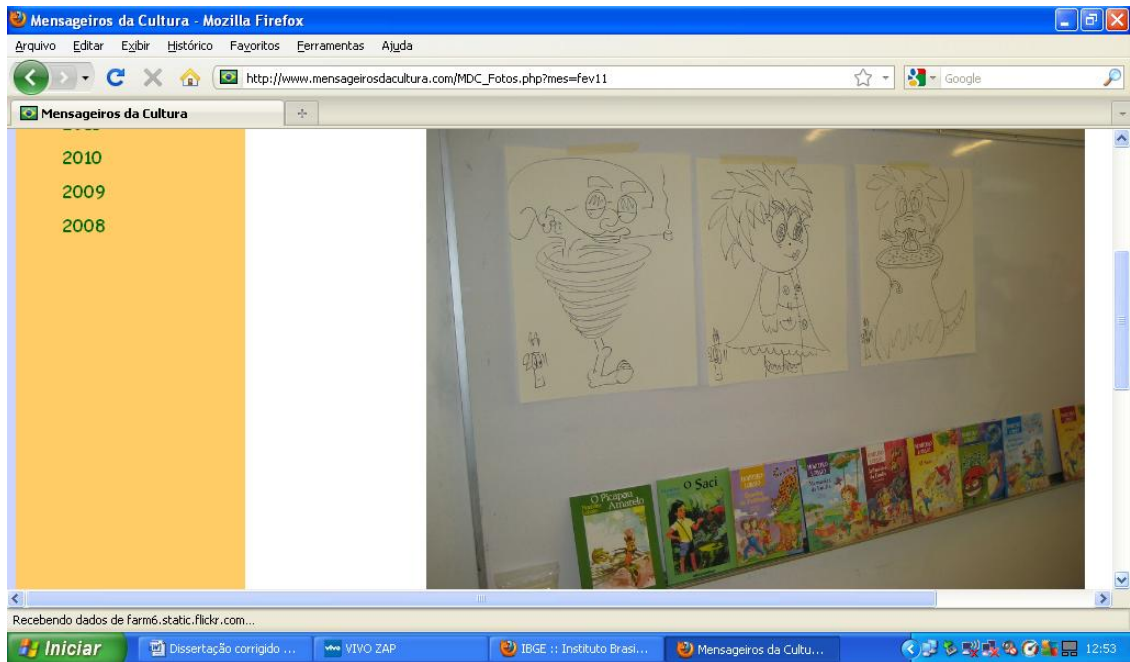


Fonte: Autora (2011)

Nos eventos organizados pelas comunidades, há alguns que contam com a literatura brasileira. Monteiro Lobato<sup>11</sup>, com seus personagens do Sítio do Pica Pau Amarelo, ainda povoa o imaginário das crianças e, principalmente, dos adultos que resgatam suas raízes. Na Figura 11, as crianças desenharam o Saci, a Emília e a Cuca, personagens das histórias do autor, abaixo livros de Monteiro Lobato.

<sup>11</sup> José Bento Renato Monteiro Lobato (1882 – 1948), importante editor e escritor brasileiro que ficou popularmente conhecido pelo conjunto educativo de suas obras de contos infantis. Neles retomou situações do folclore brasileiro, como por exemplo, o saci sendo um de seus personagens. A coleção do Sítio do Pica Pau Amarelo é a mais conhecida.

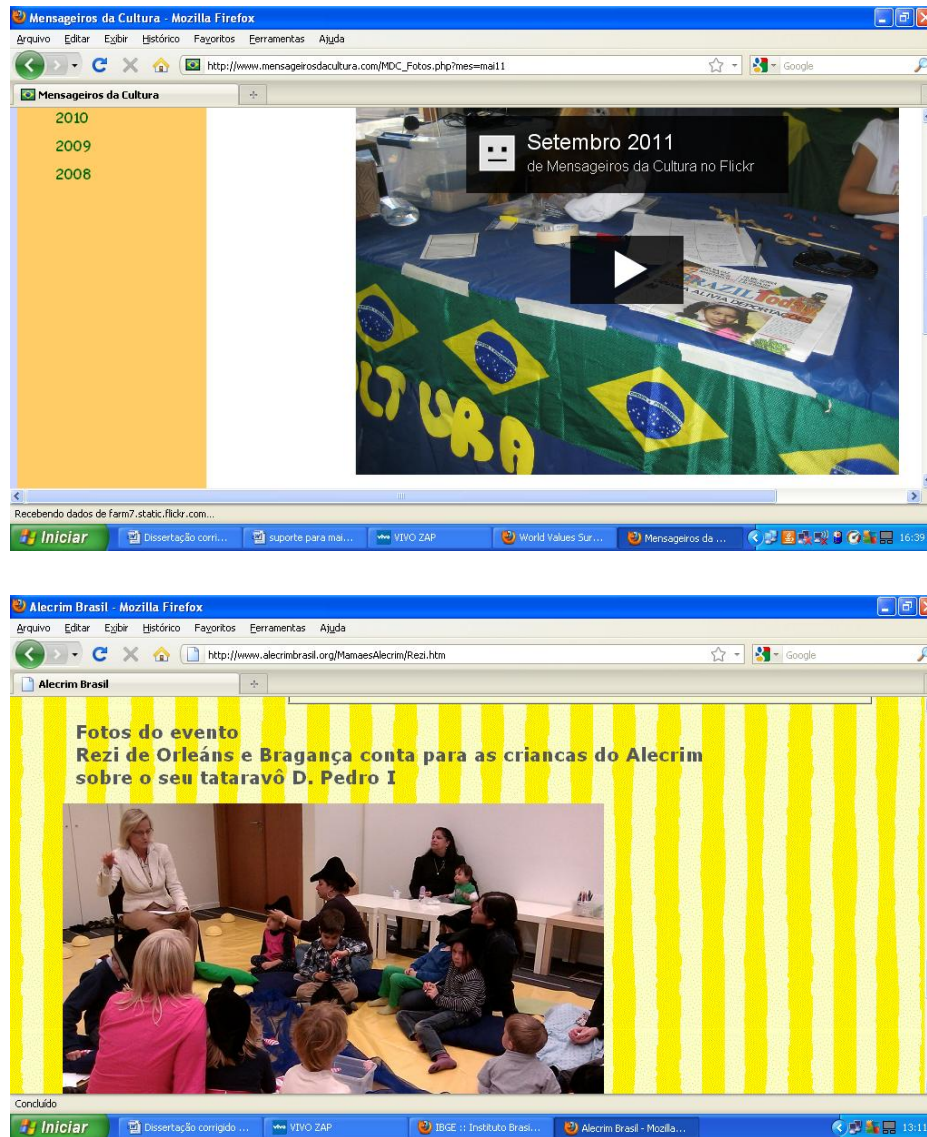
Figura 11 – Incentivando a leitura: Evento Monteiro Lobato



Fonte: Mensageiros da Cultura (2011)

Outros exemplos destes encontros presenciais se têm na Figura 12. Ali, há o registro de dois encontros com o tema da Independência do Brasil de Portugal, um em São Francisco, nos Estados Unidos da América, e o outro em Beirute, no Líbano. Ressalta-se que é uma data brasileira importante e característica, pois o dia é feriado nacional e há desfiles cívicos e comemorações por todo o Brasil. O encontro em Beirute trouxe como convidada a tataraneta do Dom Pedro I (responsável pela Independência brasileira), para contar para as crianças um pouco da história do Brasil, enquanto que em São Francisco a comemoração foi mais próxima do que ocorre nas cidades brasileiras. A valorização de datas nacionais é um marcador de identidade aqui apresentado.

Figura 12 – Comemorações 07 de setembro

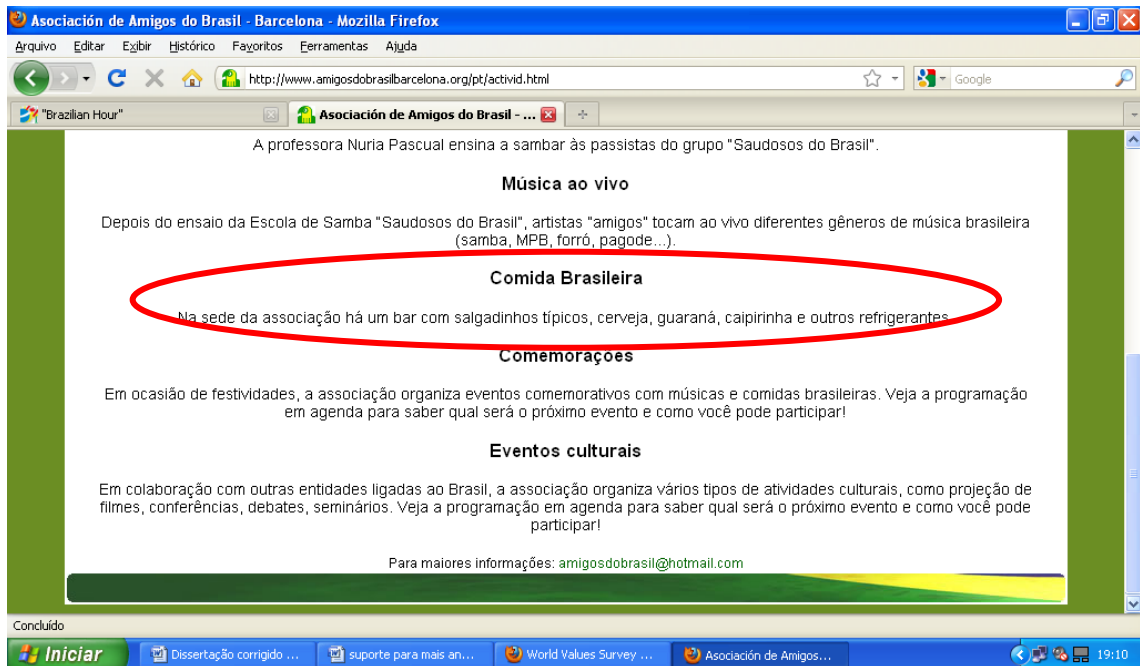


Fonte: Autora (2011)

No marcador de sociabilidade (festas, encontros, dança), em três deles se observa a alimentação como fator motivacional para a reunião. É local para saborear o feijão, ou feijoada, a caipirinha, o guaraná, entre outras guloseimas, como se vê na Figura 13:



Figura 13 – Comidas Brasileiras



Fonte: Amigos do Brasil (2011)

Há os sites que utilizam o marcador de identidade do jeitinho brasileiro. Um dos sites estudados é o Grupo Comunicato Samba. Ao ser acessado, cai-se na página de divulgação do músico brasileiro Gilson Silveira, residente em Milão, na Itália. Divulga também projetos em conjunto com outros músicos brasileiros, mas não sendo este o principal objetivo do site. Também no Afro *Brazilian Culture Center*, observa-se que o endereço já direciona para Jordan Leite. Num primeiro olhar, supõe-se ser um portal sobre a cultura afro-brasileira, porém percebe-se que o objetivo é a venda dos trabalhos religiosos do consultor espiritual Jordan Leite, brasileiro residente em Miami, Estados Unidos da América. Ao se tentar acessar os links do site como, por exemplo, Depoimentos, entra a mensagem que há falhas para o redirecionamento, assim a página fica somente com informações iniciais, como o contato do Pai de Santo. A página do Tangará também possui esta característica comercial, deixando em segundo plano o enfoque de disseminação da cultura brasileira. A característica do Tangará é ser uma escola de dança (samba), capoeira e outros ritmos, bem como, possuir um grupo de passistas de escola de samba. Estes três sites são diferentes dos demais estudados, justamente por seu enfoque ser comercial, oferecendo um produto específico. Fica claro que o Grupo Tangará, Jordan Leite e Gilson Silveira querem ser alguém, querem ser “pessoa” e

não “indivíduo”, sendo esta uma das principais características do jeitinho brasileiro. Não fica clara ou explícita a intenção de auxiliar os brasileiros expatriados, uni-los ou divulgar a cultura brasileira no mundo, conforme se observa na Figura 14:

Figura 14 – Jeitinho Brasileiro



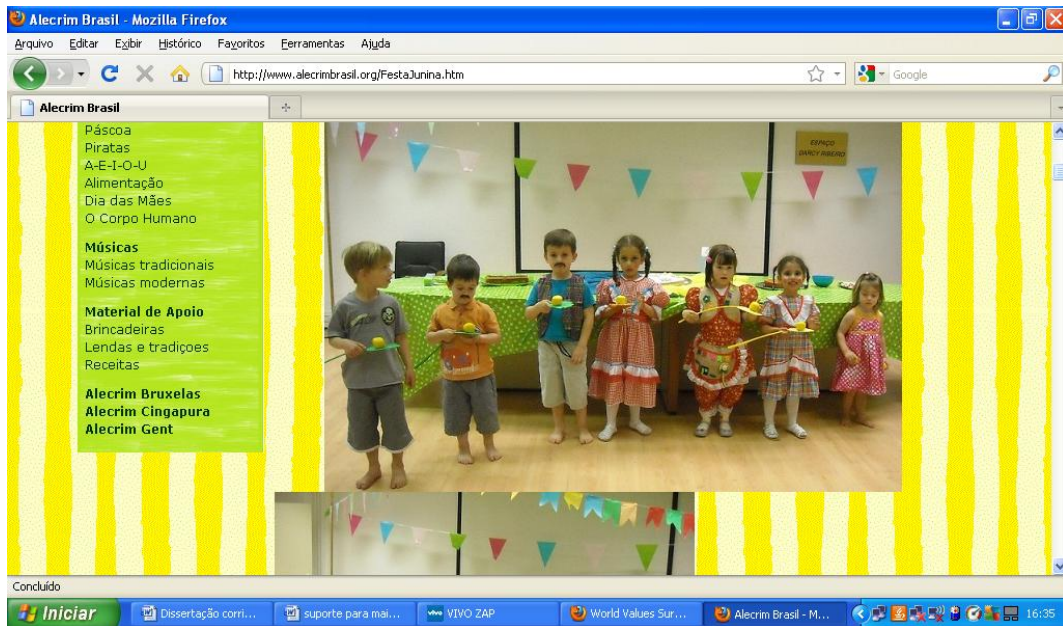
Fonte: Autora (2011)

Observa-se que, mesmo sendo páginas públicas (exceto a Brasileirinhos em Long Island, que é de conteúdo restrito para os cadastrados e moradores da região de Long Island, Nova York nos Estados Unidos da América), os grupos que se criam se tornam mais seletivos em relação à entrada de novos integrantes. Aqui também

se observa a força do jeitinho brasileiro, onde se precisa conhecer alguém para ser um membro. Não é explícito, mas é possível se entender que quem faz parte possui privilégios, um deles já por pertencer àquela comunidade.

Dentro do pensamento diaspórico, há ainda as páginas que buscam a integração com o país de origem e o país escolhido para viver. Assim, se observa o Brasileirinhos em *Long Island*, Brasileiros na Holanda, Grupo Alecrim, Mensageiros da Cultura e Centro Cultural Brasil-Chile. Nestes, além do ensino do idioma há momentos culturais de cinema e biblioteca entre outras atividades que instigam o usuário, em especial os filhos dos migrados, quanto ao país de seus pais. Isso reforça o traço de necessidade de pertencimento. Nas fotos dos eventos, como se vê na Figura 15, realizados (no caso Festa Junina) por estes grupos, é interessante observar o reforço do traço brasileiro da miscigenação. Ao se observar as crianças, há loiras, morenas, com traços asiáticos, mas interessante que poucos (ou nenhum) afrodescendente. Neste momento, questiona-se esta característica considerada brasileira de não preconceito, de liberdade e de oportunidades para todos. Fica o questionamento de qual o motivo de não aparecerem afrodescendentes. Será que o grupo não permite (rompendo a ideia do brasileiro como “um povo sem preconceitos raciais”), ou os negros não acessam a oportunidade de morar em outro país. Nos sites não há indícios dos motivos, nem mesmo questionam tal situação.

Figura 15 – Miscigenação nos Eventos



Fonte: Autora (2011)

No sítio Brasileiros na Holanda há um espaço para comercialização de produtos que remetem ao Brasil, bem como anúncios classificados. Isto é um ponto característico dos povos da diáspora, de auxiliarem uns aos outros, que, além de reforçado pelo jeito brasileiro de ser, vista constantemente auxiliar os seus pares. Um ponto muito reforçado diz respeito às diferenças entre Brasil e Holanda. Alertar os brasileiros quanto às regras rígidas como, por exemplo, quanto à fiscalização de motoristas em relação ao teor alcoólico. Também há a tentativa de integrar os

acontecimentos locais dando-lhes um tempero de brasilidade, como se observa na Figura 16. São os temas: Isso aqui ôô é um pouquinho de Brasil iáíá: Abertura do Brasil Festival Amsterdam e Semana de dança promete agitar a província de Zeeland. Na primeira notícia se tem o início da música Isto aqui o que é? de Ary Barroso e na seguinte apresenta a característica brasileira da dança e o quanto isso movimenta tanto os brasileiros como o mundo.

Figura 16 – Notícias com um toque de brasilidade



Fonte: Brasileiros na Holanda (2011)

Neste mesmo site para Brasileiros na Holanda, há a divulgação de grupos de reza, reforçando a importância da religião para os brasileiros. Há uma enquete neste sítio questionando de que região do Brasil são. Até o momento, o levantamento aponta que 37% são do Sudeste, 28% do Nordeste, 14% do Sul, 9% do Centro Oeste, 6% do Norte e os demais 6% não são brasileiros. Observa-se a mescla das diversas regiões brasileiras. Assim, entende-se que o site atende as peculiaridades de todas as regiões do país.

Nos sites que são associações, grupos ou centros culturais, todos envolvem que os participantes se associem à instituição. Destes, na maioria há necessidade de pagamento anual, havendo diferentes categorias, se é associação de uma pessoa ou da família. Já para o grupo Alecrim e o Centro Cultural Brasil-Chile, não há custo. Todos os grupos se mostram muito favoráveis a doações. O indicador de

identidade aqui apresentado é o de fazer parte de um grupo. Esta necessidade de pertencimento a um grupo e local que remeta à pátria natal não é característica específica do brasileiro, mas um marcador dos povos expatriados. Ressalta-se que esta comunidade é formada por patrícios, descendentes de brasileiros, simpatizantes e pessoas que tiveram alguma experiência com o Brasil. Desta maneira, entende-se que a manutenção da cultura e da identidade se perpetua, tendo em vista, principalmente, que todos ali estão com o mesmo objetivo: manter vivo o que é ser brasileiro.

Quanto à questão de valores, seja por doação ou por pagamento de anuidade da associação, o site Raízes explica aos associados e interessados como descontar em impostos no país a doação feita. Aqui, fica bem evidente o marcador do jeitinho brasileiro, na característica que possui de levar vantagem (a Associação se beneficia, a pessoa que pagou a anuidade ou doou algum valor, também), mesmo sendo algo dentro da legalidade e de favorecimento mútuo (é nesta mutualidade que fica mais forte a característica do jeitinho). Há também outra questão relativa ao fato de ter sido colônia, assim a ideia de pagar por impostos faz sentir como se estivesse sendo explorado. Desta forma, encontrar maneiras de dar outros destinos ao dinheiro que poderia deveria ser repassado ao governo ainda melhor se para favorecer os seus, no caso os patrícios brasileiros.

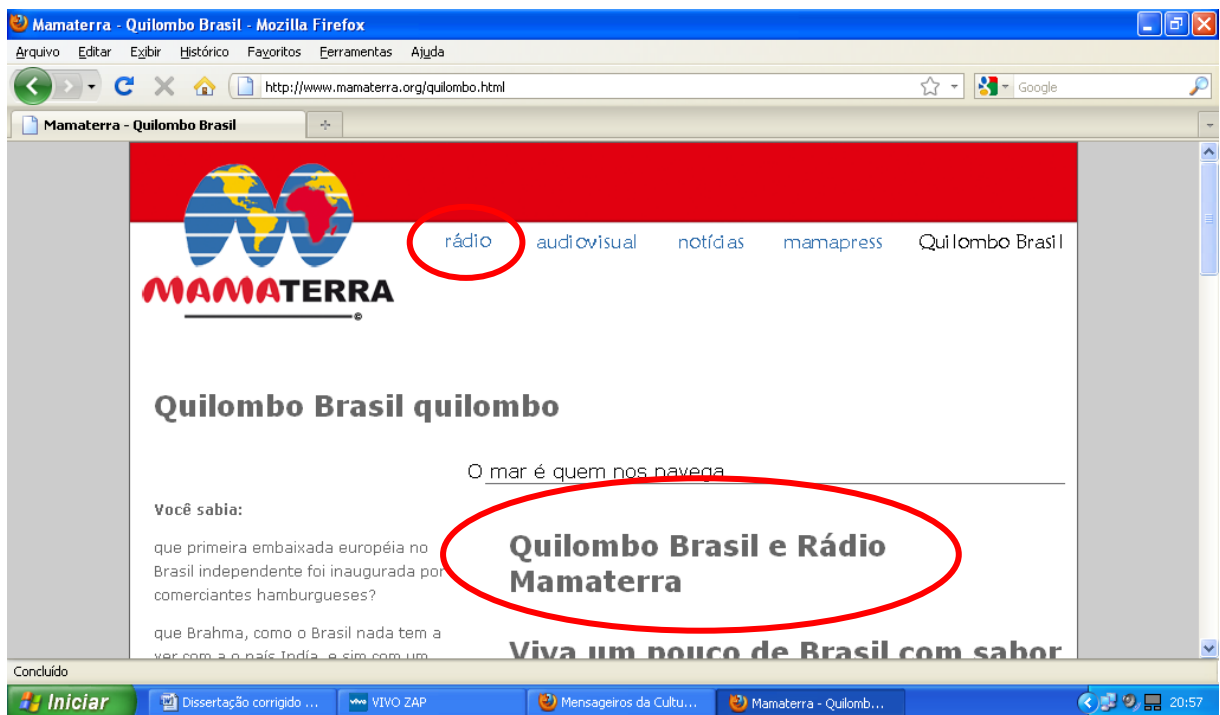
Nos anos de 1940, uma das estratégias do governo, para firmamento da identidade brasileira, foi a criação de centros e institutos culturais brasileiros em países limítrofes como Uruguai, Paraguai e Argentina. Dos sites estudados, há o Centro Cultural Brasil – Chile que foi instituído dentro deste preceito. Além do incentivo ao ensino do idioma português, este centro possui bolsas de estudos e cria espaços para intercâmbio entre os estudantes de ambos os países. Aqui, o marcador aparente é o diplomático, da cordialidade.

Outro site intimamente ligado ao consulado geral brasileiro, em Barcelona, é o Amigos do Brasil. Pelo trabalho desenvolvido no país, é considerado um Centro de Estudos Brasileiros e reconhecido pelo Ministério das Relações Exteriores como tal. A partir do texto apresentado no site, se percebe o orgulho por se considerarem referência dos brasileiros naquele país. Também se tem claro que se consideram provedores e/ou colaboradores de qualquer manifestação brasileira naquela cidade

espanhola. O marcador de identidade aqui explicitado é o feminino, o de agregar. Assim como o Raízes, que possui apoio institucional do Consulado Brasileiro em Genebra.

O site Quilombo Brasil (Mama Terra) é bastante intrigante. Ao visitá-lo, observa-se que o foco é na rádio, conforme se observa na Figura 17, com programação variada, sempre de artistas afro-descendentes e brasileiros. Vários links direcionam para blogs, e os que direcionam para links da página, observa-se que são notícias de 2008, 2009 e pouca referência a 2010. Assim, se tem a impressão que o direcionamento para os blogs seja um recurso para não perder os usuários e os fazendo migrar para a nova ferramenta. Isto demonstra uma característica brasileira de jeitinho, pois a linguagem de blog não necessita de profissional especializado para atualizá-lo, bem como, não há necessidade de pagamento pela hospedagem. O jeitinho aqui se mostra justamente nesta forma de encontrar uma forma criativa, de menor custo e que se possa levar alguma vantagem, no caso, financeira.

Figura 17 - Africanidade



Fonte: Quilombo Brasil (2011)

O Quilombo Brasil (Mama Terra) também é importante pelo fato de, de certa forma, questionar o marcador de identidade brasileira de não racismo. Aqui, fica claro que o foco dele é para o público afro-descendente, trazendo o movimento negro que tomou força na década 1970, no Brasil.

Somente um site, Brasileiros na Holanda, apresentou espaço para fórum de discussão entre os participantes da comunidade. Os tópicos apresentados e de maior interação, conforme Figura 18, demonstra que são relativos a assuntos de integração e busca por patrícios.

Figura 18 – Fórum de Discussão

NA HOLANDA	TÓPICOS	MENSAGENS	ÚLTIMA MENSAGEM
<b>Olá</b> Este espaço é dedicado a você que quer fazer novas amizades. Moderador: <b>MarciaEliz</b>	336	748	por Rafaelpp 19 Out 2011 23:08
<b>Tire dúvidas</b> Sobre documentos, leis de imigração, curso de integração, estudo e trabalho na Holanda. Moderador: <b>MarciaEliz</b>	383	929	por Marian 13 Out 2011 04:43
<b>Forno &amp; Fogão</b> Receitas, restaurantes, substituição de ingredientes e outras dicas quentes. Moderador: <b>MarciaEliz</b>	31	82	por PRL 15 Set 2011 09:25
<b>Cultura Brasileira na Holanda</b> Artista brasileiro na Holanda, este espaço é seu! Neste fórum você poderá trocar idéias sobre eventos culturais brasileiros na Holanda, reuniões, exposições, etc. Deixe aqui o seu recado! Moderadores: <b>MarciaEliz</b> , marlio	18	51	por <b>MarciaEliz</b> 30 Set 2011 02:30
<b>Promoções na Holanda</b> Aqui colocaremos promoções para eventos, parques, passagens, etc. Se você também ficou sabendo de uma promoção que valha a pena, avise-nos por aqui! Moderador: <b>MarciaEliz</b>	6	8	por teixeira9247 07 Out 2011 12:54

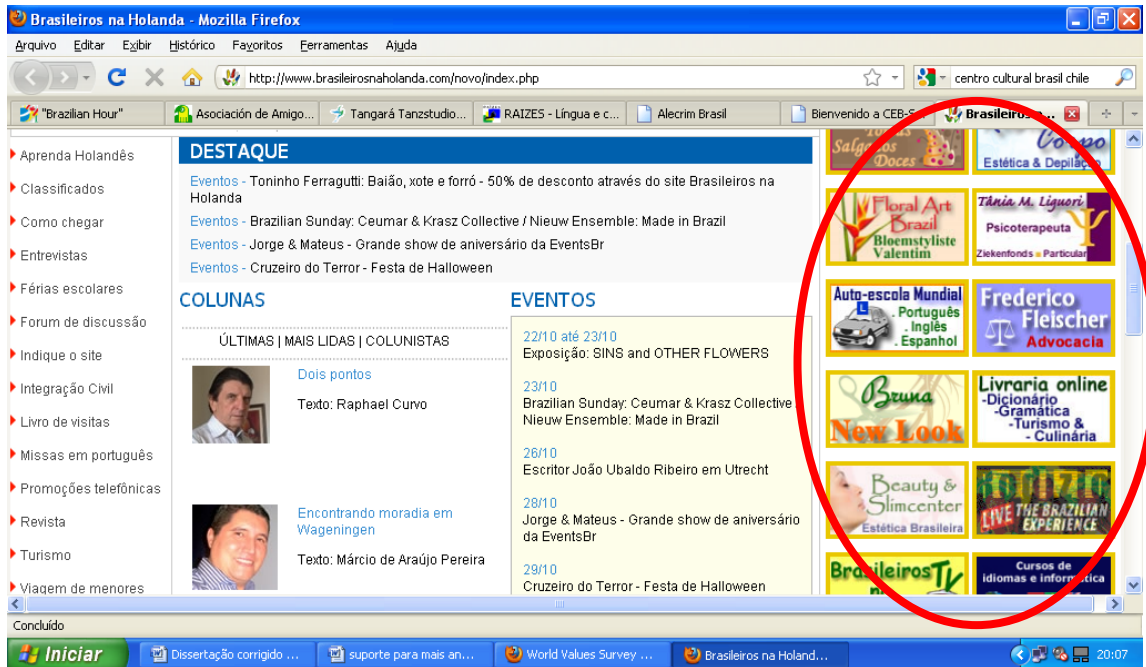
Fonte: Brasileiros na Holanda (2011)

Como este site, em sua página inicial, no canto esquerdo, conforme demonstra a Figura 19, uma série de empresas fazem suas propagandas, bem como, há o anúncio de descontos para os freqüentadores da página, entre outras promoções comerciais. Desta maneira, justifica-se que o tópico com menor participação no fórum de discussão foi o que versa sobre promoções na Holanda. Em relação a esta pouca participação em um assunto de interesse (descontos e promoções), se pode perceber uma característica interessante do brasileiro que é de não divulgar muito quando o assunto é vantagem para todos. Mesmo com todos os indícios sobre a cordialidade do brasileiro, entre outros adjetivos de simpatia, quando o assunto é vantagem, o brasileiro, geralmente, pega para si e no máximo



para os seus. Aqui, o jeitinho também se manifesta no sentido de que se a vantagem é para todos, não é muito atrativo.

Figura 19 – Comércio no site



Fonte: Brasileiros na Holanda (2011)

Dentre todos os sites, vale enaltecer a proposta do site Alecrim. Apresenta a estrutura de ser um grupo que pode ser montado em qualquer lugar do mundo. Tem como objetivo a preservação da cultura brasileira para brasileiros fora do Brasil, tendo como foco as crianças. O que impressiona é a riqueza de materiais sobre a cultura brasileira. Além de explicações detalhadas, histórias e contos, há um acervo significativo de cantigas. Na Figura 20, se tem os tópicos trabalhados nos encontros com as crianças. Ao se entrar no tema, por exemplo, Dia da Independência, se tem o Hino Brasileiro (tanto a letra como um link para escutar), dados históricos, atividades para serem feitas com as crianças neste dia, pinturas históricas, até um desenho do Dom Pedro I para pintar.

Figura 20 – Material para crianças sobre brasilidade



Fonte: Grupo Alecrim (2011)

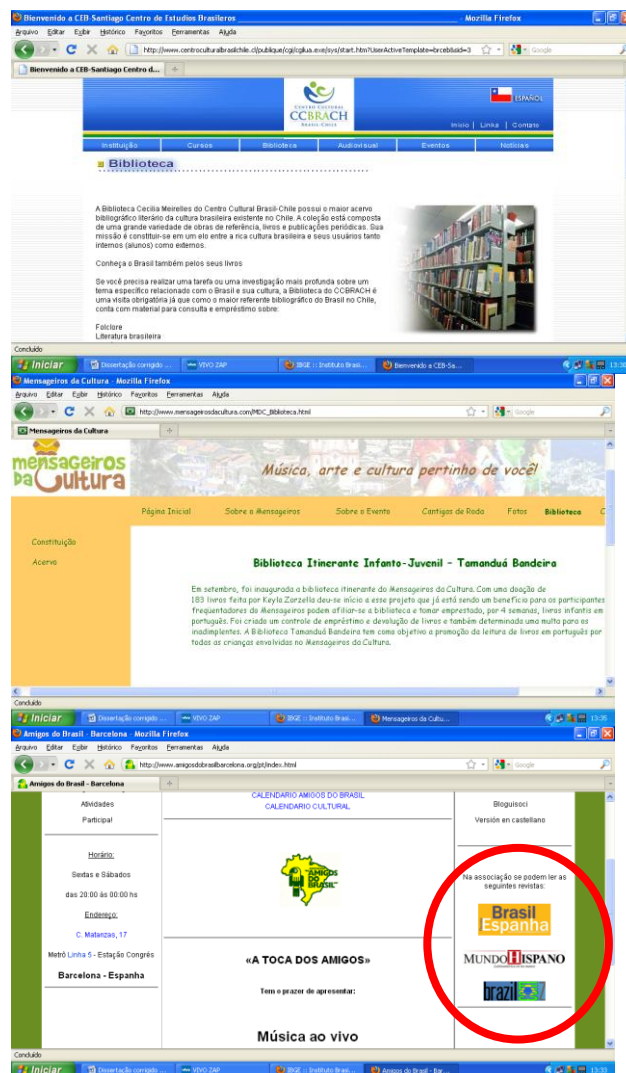
A organização e aparente seriedade deste grupo (Alecrim) remetem a um marcador brasileiro reforçado no período Vargas, de que o brasileiro não é malandro, tampouco, preguiçoso. Outro marcador reforçado na Era Vargas é de que o trabalho com as crianças é que faz perpetuar os laços com a cultura brasileira.

Um fato relevante, quanto aos marcadores de identidade, é que nenhum dos sites pesquisados coloca o futebol com alguma relevância quando de demonstrar o que é brasileiro. Há somente um site que remete, como parte de uma notícia, a este esporte, por causa da Copa do Mundo de 2010. Acredita-se que o marcador do futebol brasileiro esteja ligado à questão das cores (pela camiseta do time) e, por serem brasileiros, cada um tem o seu time do coração, assim, os sites são diplomáticos e não entram nesta questão.

Para a preservação da cultura brasileira, quatro sites apresentam como vantagem e diferencial para os associados a biblioteca física da associação. Isso se torna ainda mais interessante ao se ter que, na atualidade, o acesso e a quantidade de livros virtuais têm aumentado, bem como as livrarias virtuais, que tornam a aquisição de qualquer literatura mais fácil e barata que há dez anos. Para as

associações, a biblioteca física é tida como vantagem. Entende-se esta situação tendo em vista o que significa este acervo, bem como, as questões de relacionamento ali envolvidas. Ir a uma biblioteca envolve a questão de relacionamento pessoal. Provavelmente, quem vai a uma biblioteca irá questionar, pedir sugestões, até mesmo combinar com um amigo como programa (ir à biblioteca para alugar livros, ou simplesmente olhar o que o acervo disponibiliza). No site Amigos de Barcelona, há o convite para ir à sede ler revistas sobre o Brasil. Assim, entende-se este marcador como algo de integração e troca. Não é um marcador exclusivamente brasileiro, mas um marcador humano. Na Figura 21 se tem alguns exemplos das páginas onde se disponibilizam bibliotecas e revistas.

Figura 21 - Bibliotecas



Fonte: Autora (2011)

Percebe-se, nestas comunidades, a tentativa de se fazer o outro país um canto de Brasil, trazendo o melhor dos dois mundos. Esta expressão, “o melhor dos dois mundos” refere-se ao que Cogo (2001) discute quanto às intenções dos migrantes ao buscarem outro país. As pessoas buscam viver em um lugar distante de sua terra natal por diversos motivos, principalmente os sociais e econômicos. Assim, os expatriados querem manter o que consideram de melhor do país de origem, aproveitando as vantagens econômicas e/ou sociais que o país escolhido para viver oferece.

De uma maneira geral, pode-se observar que, nos sites analisados, a identidade brasileira é representada de diversas formas. A questão da língua portuguesa é bastante freqüente, reforçando o idioma como uma marca nacional importantes. Dos treze sites, em três a programação é focada no público infanto-juvenil, fazendo-se perceber que a continuidade da identidade nacional está nos descendentes que, mesmo nascendo em outro país, devem preservar o nacional brasileiro. Este é um ponto bastante importante quando se fala em diáspora e na preservação da cultura do país de origem destas pessoas. É o sonho de querer voltar e plantar este desejo em seus descendentes.

## 7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir do anteriormente exposto, resgata-se o objetivo deste trabalho que é identificar os marcadores de identidade nacional brasileira nos sites para expatriados. Os sites analisados foram escolhidos a partir de uma seleção dos sites apresentados no Ministério de Relações Exteriores do Brasil como aqueles que são de ou para comunidades de brasileiros no exterior.

Assim, com o objetivo proposto, primeiro estruturou-se bibliograficamente os conceitos que embasaram o tema. Iniciou-se contextualizando a identidade humana individual e coletiva. Para melhor se compreender identidade abordou-se diversos conceitos de memória como um dos fatores de base para a construção da identidade, seja ela individual ou coletiva.

Dando continuidade para o embasamento teórico, trabalhou-se a identidade cultural, o que, para alguns autores é o mesmo que identidade nacional. Este conceito é fundamental para a posterior compreensão dos traços de brasilidade. É nesta identidade que se constróem os vínculos com a pátria. Para colaborar com a compreensão, tem-se o imaginário. Assim, o imaginário auxilia na composição da identidade nacional. É nele que se cria e se perpetuam os símbolos e marcadores da identidade.

A parte fundamental desta pesquisa que foi a busca da construção da identidade nacional brasileira. Os autores relevantes quanto ao que é ser brasileiro, bem como os marcadores relevantes para os brasileiros como, por exemplo, as cores verde e amarelo, o jeitinho brasileiro, o homem cordial, a miscigenação, entre outros.

Para a compreensão da movimentação dos povos no mundo, trabalhou-se os conceitos de globalização e mundialização como base para se entender a diáspora dos povos. Este movimento humano de viver em outro país também é chamado de expatriação ou migração internacional. Após, se trouxe a relevância do tema com as estatísticas dos brasileiros no mundo. São mais de 3 milhões de brasileiros legalmente vivendo fora do país.

Tendo em vista que o veículo estudado é a mídia virtual, em especial sites para expatriados, percebeu-se ser fundamental desenvolver bibliograficamente o tema da comunicação virtual. Esta comunicação, que por fim é também a mediada por computador, tem suas características de maior abrangência se comparada com outras mídias, como jornal ou televisão. O mesmo site pode ser acessado por uma pessoa em Porto Alegre e ao mesmo tempo por alguém no Himalaia, ambas podem ver as mesmas coisas e quem sabe até interagir entre si, ou com o site. Algo que não ocorre com a televisão.

Quanto à análise dos dados utilizou-se a análise de discurso. Como corpus de pesquisa se utilizou 13 sites do universo de 134 apresentados na relação apresentada no site do Ministério das Relações Exteriores brasileira. O primeiro filtro feito para se chegar ao universo de 134 páginas foi o de que os sites oferecessem a versão no idioma português do Brasil. Isto já é considerado um marcador de identidade. Desta maneira, o objetivo foi alcançado, pois se pode demonstrar diversos marcadores. Entre eles, os mais óbvios como as cores alusivas ao Brasil, figuras/fotos do país e o idioma português. Os marcadores levantados eram gerais, ou seja, sem a presença clara de algum regionalismo brasileiro. Assim acredita-se que o fato de unir brasileiros de diversas regiões seja um motivo para os marcadores que apareceram serem tão genéricos. Houve, porém, aqueles que fizeram parte da análise de discurso das entrelinhas dos sites.

Quanto às marcas que não estavam tão evidentes, observou-se a questão do “jeitinho brasileiro”. O jeitinho aparece nas questões relativas a tirar proveito financeiro e de pertencimento a um grupo. Sem a compreensão da cultura brasileira, se pode pensar que estas características sejam encontradas em qualquer grupo social, não importando a nação. A questão aqui é a forma como o brasileiro faz isso acontecer, o que o faz, infelizmente, reconhecido mundialmente por ser um povo malandro.

Um fator que apareceu nos sites e que é bem característico do brasileiro, é que todos, em determinado momento, reforçaram os encontros presenciais entre os que vivem no exterior, fossem estas reuniões nos cursos de português, festas em datas comemorativas ou uma roda de samba. Estas reuniões aparecem representando o ser feminino do país, ou seja, o acolhimento, a reunião e o

“aconchego”. No Quadro 10, há um resumo dos marcadores e em que sites se apresentaram tais marcadores.

Quadro 10 – Resumo dos Marcadores de Identidade Brasileira

Marcador	Sites
Fotos e imagens alusivas ao Brasil na página inicial do site	Associação Comunitária Brasileiros de Alberta; Amigos do Brasil; Centro Cultural Brasil – Chile; Mensageiros da Cultura
Cores do Brasil	Associação Comunitária Brasileiros de Alberta; Amigos do Brasil; Centro Cultural Brasil – Chile; Mensageiros da Cultura; Comunicato do Samba; Brasileiros na Holanda; Associação Raízes; Igreja Ministério Viva Brasil; Brasileirinhos em Long Island; Tangará; Grupo Alecrim
Religiosidade	Igreja Ministério Viva Brasil; Afro Brazilian Culture Center; Associação Raízes
Música Brasileira (samba, MPB, forró, cantigas de roda, entre outras)	Associação Comunitária Brasileiros de Alberta; Amigos do Brasil; Centro Cultural Brasil – Chile; Mensageiros da Cultura; Comunicato do Samba; Associação Raízes; Grupo Alecrim; Tangará
Reuniões presenciais	Todos
Comemoração de datas nacionais	Mensageiros da Cultura; Brasileirinhos em Long Island; Associação Raízes; Associação Amigos do Brasil; Associação Comunitária Brasileiros de Alberta; Grupo Alecrim
Jeitinho	Tangará; Afro Brazilian Culture Center; Comunicato do Samba
Materiais escritos de consulta local para os associados	Mensageiros da Cultura; Centro Cultural Brasil – Chile; Associação Amigos do Brasil

Fonte: Autora (2011)

Se pode afirmar que os identificadores da identidade nacional ainda estão intimamente ligados aos aspectos definidos e disseminados durante o Governo de Getúlio Vargas. Aspectos como a música que identifica o Brasil (samba, cantigas de

roda) e as festas em datas comemorativas, enaltecendo o espírito de unidade do país.

No momento em que se propõe a pesquisar, o pesquisador se depara com inúmeros caminhos e incontáveis decisões para que a pesquisa tenha uma trajetória, um rumo. Desta maneira, os resultados aqui trazidos não encerram o assunto, tampouco são definitivos.

Neste caminho percorrido, a pesquisadora toma a liberdade de sugerir outras pesquisas a partir deste estudo, para que estas possam ser utilizadas por outros mestrandos, ou mesmo para o prosseguimento da caminhada acadêmica da autora. Por este motivo, sugere-se para próximos estudos um novo sorteio de sites, a fim de serem verificados e comparados com os marcadores aqui expostos.

A seguir, ampliando as possibilidades de pesquisa, surgiu o questionamento sobre até que ponto o fato de os expatriados estarem fora do Brasil, vivendo em contraste com a sociedade local do país escolhido, aguçaria as percepções da identidade brasileira. Propõe-se também analisar um site e seus associados e usuários, para perceber se há alguma relação entre a origem regional do migrante e algum marcador de identidade.

Outro questionamento surgido, ao final deste estudo, foi o de como a identidade nacional tem se atualizado? Tendo em vista que na Era Vargas foi utilizado, principalmente, o ensino de história e música, quais os instrumentos utilizados atualmente para se reforçar a identidade nacional? Estas questões também são sugestões para novos estudos.

Finalmente, os marcadores de identidade nacional, aqui apresentados, ainda são aqueles definidos no Governo de Getúlio Vargas. Reflete-se sobre quanto tempo estes marcadores ainda terão força e refletirão esta cara do Brasil. Esta reflexão se deve ao fato dos próprios questionamentos da pesquisadora, quanto aos seus marcadores de identidade e da observação da mesma quanto às mudanças no ensino de história, bem como, em relação ao mundo, com fronteiras cada vez mais tênues, no qual as nações ficam cada vez mais próximas.



## REFERÊNCIAS

ABUD, Katia Maria. **Formação da Alma e do caráter Nacional**: Ensino de História na Era Vargas. Revista Brasileira de História vol. 18 n. 36 São Paulo, 1998.  
Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0102-01881998000200006&s...>  
Acesso em: 16 jul. 2011.

**AFRO BRAZILIAN CULTURE CENTER**. Disponível em:  
< <http://www.jordanleite.org>>. Acesso em: 11 jun. 2011.

ANTONIOLI, Leonardo. **Estatísticas, dados e projeções atuais sobre a Internet no Brasil**. 04/05/2011. Disponível em:  
<[http://www.tobeguarany.com/internet\\_no\\_brasil.php](http://www.tobeguarany.com/internet_no_brasil.php)>. Acesso em: 04 mai 2011.

ASSMANN, Jan; CZAPLICKA, John. **Collective Memory and Cultural Identity**. *New German Critique*, No. 65, Cultural History/Cultural Studies. (Spring - Summer, 1995), pp. 125-133. Disponível em: < <http://links.jstor.org/sici?sici=0094-033X%28199521%2F22%290%3A65%3C125%3ACMACI%3E2.0.CO%3B2-Z>>  
Acesso em: 25 out. 2011.

ASSMANN, Jan. **Religião y memoria cultural**: Diez estúdios. Buenos Aires: Lilmod, 2008.

**ASSOCIAÇÃO RAÍZES**. Disponível em: < <http://www.raizes.ch>>. Acesso em: 11 jun. 2011.

**ASSOCIAÇÃO AMIGOS DO BRASIL** Disponível em:  
<<http://www.amigosdobrasilbarcelona.org>> Acesso em: 11 jun. 2011.

**ASSOCIAÇÃO COMUNITÁRIA BRASILEIRA DE ALBERTA** Disponível em:  
<<http://www.bcaab.org/>>. Acesso em: 11 jun. 2011.

BALDISERA, Rudimar. **Comunicação organizacional**: o treinamento de recursos humanos como rito de passagem. São Leopoldo: UNISINOS, 2000.

BANDEIRAS DO BRASIL. 20-?. Disponível em:  
<[http://www.achetudoeregiao.com.br/atr/bandeiras\\_do\\_brasil.htm](http://www.achetudoeregiao.com.br/atr/bandeiras_do_brasil.htm)> Acesso em: 17 out. 2011.

BARBOSA, Lívia. **O jeitinho brasileiro**: a arte de ser mais igual que os outros. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

BARTH, Daiani Ludmila; COGO, Denise. **Redes sociais e usos da internet por migrantes brasileiros na Espanha**. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Curitiba, 2009.

BAUMAN, Zygmunt. **Identidade**: entrevista a Benedetto Vecchi. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.

BENETTI, Marcia. Análise do Discurso em Jornalismo: estudo de vozes e sentidos. In.: LAGO, Cláudia; BENETTI, Marcia (orgs.) **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. 2. ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2008. p.107 – 122.

BRANDÃO, Helena H. Nagamine. **Introdução à análise do discurso**. Campinas: Editora Unicamp, 2002.

**BRASILEIROS NA HOLANDA** Disponível em:  
<<http://www.brasileirosnaholanda.com>>. Acesso em: 11 jun. 2011.

**BRASILEIRINHOS EM LONG ISLAND**. Disponível em:  
<<http://www.meetup.com/BrasileirinhosLongIsland>>. Acesso em: 11 jun. 2011.

BUENO, Eduardo (et al.). **Pau Brasil**. São Paulo: Axis Mundi, 2002.

BURDEAU, Georges. **O Estado**. Martins Fontes, 2005.

CAMISAS DA SELEÇÃO BRASILEIRA. 2010. Disponível em: <  
<http://www.camisasdetime.com.br/historia-e-imagens-das-camisas-da-selecao-brasileira/>>. Acesso em: 17 out. 2011.

CANCLINI, Néstor García. **Diferentes, desiguais e desconectados**. 6. ed. Rio de Janeiro: Editora URFJ, 2005.

\_\_\_\_\_. **Consumidores e cidadãos**. 6. ed. Rio de Janeiro: Editora URFJ, 2006.

\_\_\_\_\_. **A globalização imaginada**. São Paulo: Iluminuras, 2007.

CARNEIRO, Maria Luiza Tucci. **Sob a marca do nacionalismo**: Autoritarismo e anti-semitismo na Era Vargas (1930-1945). Estudios Interdisciplinarios de America Latina y el Caribe. Vol. 1 n. 1 enero-junio, 1990. Disponível em:  
[http://www.tau.ac.il/eial/l\\_1/carneiro.html](http://www.tau.ac.il/eial/l_1/carneiro.html) Acesso em: 16 jul. 2011.

CARVALHO, Maria Paula Schmidt. **Caravana da identidade**: por dentro da maior reportagem do Brasil e perto dos brasileiros. Porto Alegre: Sulina, 2010.

CAVALCANTI, Leonardo. **“Imigrantes”, “Imigrados”, “Estrangeiros”... e a fabricação do “outro” imaginário**. A presença brasileira no contexto da imigração na Espanha. Disponível em:<<http://www.publicacoesacademicas.uniceub.br/index.php/relacoesinternacionais/article/viewFile/282/270>> Acesso em: 27 dez. 2010.

CAVEDON, Neusa Rolita. **Antropologia para administradores**. 2. ed. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2008.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em Rede - A era da informação: economia, sociedade e cultura**. Vol.1. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

**CENTRO CULTURAL BRASIL – CHILE** Disponível em:  
<<http://www.centroculturalbrasilchile.cl>>. Acesso em: 11 jun. 2011.

CHABAL, Patrick. What is Africa? Interpretations of post-colonialism and identity. In: CASTILLO, Susan; PEREIRA, Víctor. **Pós-Colonialismo e Identidade**. Porto: Edições Universidade Fernando Pessoa, 1998.

CHARAUDEAU, Patrick; MAINGUENEAU, Dominique. **Dicionário de análise de discurso**. São Paulo: Contexto, 2004.

COELHO, Cláudio Novaes Pinto. **A Comunicação Virtual segundo Lévy e Baudrillard**. INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Campo Grande, 2000

COGO, Denise. Multiculturalismo, comunicação e interculturalidade: cenários e itinerários conceituais. In.: PERUZZO, Círcia Maria Krohling; PINHO, José Benedito (orgs.). **Comunicação e Multiculturalismo**. São Paulo: INTERCOM, 2001.

DAMATTA, Roberto Augusto. **O que faz o Brasil, Brasil?** Rio de Janeiro: Rocco, 1986.

DAOLIO, Jocimar. **Futebol: paixão e política**. Rio de Janeiro: DP&A, 2000.  
Disponível em: <<http://www.boletimef.org>>. Acesso em 19 nov. 2011.

DELAMONT, Sara; STEPHENS, Neil. **Up on the Roof: The Embodied Habitus of Diasporic Capoeira**. *Cultural Sociology* Vol. 2 N. 1 March 2008. p. 57 – 74.  
Disponível em: < <http://cus.sagepub.com/content/2/1/57>> Acesso em: 30 ago. 2011.

DURAND, Gilbert. **O imaginário: Ensaio a cerca das ciências e da filosofia da imagem**. 3. ed. Rio de Janeiro: Difel, 2004.

EXPATBRASIL, 200? Disponível em: <<http://www.expatribrasil.com.br/>> Acesso em: 02 jun. 2010.

FIGUEIREDO, Eurídice. Migrações e identidades In.: BERND, Zilá (org.). **Imaginários coletivos e mobilidades (trans) culturais**. Porto Alegre: Nova Prova, 2008.

FRAGOSO, Sueli; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. **Métodos de pesquisa para internet**. Porto Alegre: Sulina, 2011.

GALLI, Fernanda Correa Silveira **Linguagem da Internet: um meio de comunicação global**. 2002. Disponível em: <<http://www.ufpe.br/nehte/artigos/LINGUAGEM%20DA%20INTERNET-um%20meio.pdf>> Acesso em: 27 dez. 2010.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4.ed. São Paulo: Atlas, 2002.

**GRUPO ALECRIM – LÍBANO**. Disponível em: <<http://www.alecbrasil.org>>. Acesso em: 11 jun. 2011.

**GRUPO COMUNICATO SAMBA**. Disponível em: <<http://www.gilsonsilveira.com>>. Acesso em: 11 jun. 2011.

GUIMARÃES, Luciano. **A cor como informação: a construção biofísica, lingüística e cultural da simbologia das cores**. São Paulo: Annablume, 2000.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 11.ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

\_\_\_\_\_. **Da Diáspora: identidades e mediações culturais**. Belo Horizonte: EditoraUFMG, 2009.

HALBWACHS, Maurice. **A memória coletiva**. São Paulo: Revista dos Tribunais Ltda, 1990.

HILLER, Harry H.; FRANZ, Tara M. **New ties, old ties and lost ties: the use of the internet in diaspora**. *New Media & Society*. Sage Publication. 2004. p. 731 – 752. Disponível em: <<http://ejsccontent.ebsco.com/ContentServer/FullTextServer.asp?format=fulltext&ciid=C75EFE172935CA26FC8241D25503FB313FFF6921CB3CAE47208CA68D72B5F18C6E407F07A02FB2F1&ftindex=1&cid=D2FC53AB84BFE43904E7DE495A625B7F8A9B753D63D34D03709364FCD4B105C9>>. Acesso em: 30 ago. 2010.

HOLANDA, Sérgio Buarque de. **Raízes do Brasil**. 18. ed. Rio de Janeiro: José Olympio, 1984.

HOUAISS, Antônio; VILLAR, Mauro de Salles. **Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001.

IBGE. **Síntese de indicadores sociais: uma análise das condições de vida da população brasileira**. 2010. Disponível em: <[http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/condicaodevida/indicadoresminimos/sinteseindicsoais2010/SIS\\_2010.pdf](http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/condicaodevida/indicadoresminimos/sinteseindicsoais2010/SIS_2010.pdf)> Acesso em: 21 out. 2011.

**IGREJA MINISTÉRIO VIVA BRASIL**. Disponível em: <<http://www.vivabrasilmin.com/contato.html>>. Acesso em: 11 jun. 2011.

INSTITUTO MIGRAÇÕES E DIREITOS HUMANOS (IMDH). 2001. **Estimativa de brasileiros/as residentes no exterior**. Disponível em: <

[http://www.migrante.org.br/dados\\_brasileirosnoexterior.htm](http://www.migrante.org.br/dados_brasileirosnoexterior.htm)> Acesso em: 15 nov. 2010.

ISAACS, Alan; MARTIN, Elizabeth. **Dicionário de música**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1985.

KAJITA, Graziela Tiemy; GOMES, Mara H. de A.; DINIZ, Denise H.M.P.; SAITO, Tami; KAI, Ichiro; Schor, Nestor. **Processo de aculturação, estado civil e estrutura familiar em Nipo-brasileiros de primeira e segunda geração**. 2008. Disponível em: <[http://www.inicepg.univap.br/cd/INIC\\_2008/anais/arquivosEPG/EPG00613\\_01\\_O.pdf](http://www.inicepg.univap.br/cd/INIC_2008/anais/arquivosEPG/EPG00613_01_O.pdf)> Acesso em 30 set. 2011.

KUJAWSKI, Gilberto de Mello. **A Pátria descoberta**. Campinas: Editora Papirus, 1992.

LAPLATINE, François; TRINDADE, Liana. **O que é imaginário?** Coleção Primeiros Passos Cidade: Brasiliense, ano. Disponível em: <<http://www.scribd.com/doc/7389096/Colecao-Primeiros-Passos-O-Que-e-ImaginarioFrancois-La-Plan-Tine#>> Acesso em: 06 nov. 2010.

LEITE, Dante Moreira. **O caráter nacional brasileiro**. São Paulo: Pioneira, 1983.

LEVY, Pierre. **O que é virtual?** São Paulo: Ed. 34, 1996.

LISBOA, Teresa Kleba. **Constituindo Identidades, Afirmando Diferenças: mulheres migrantes caboclas e aculturação no espaço urbano**. 200-?. Disponível em: <<http://www.rizoma.ufsc.br/pdfs/1009-of6-st1.pdf>> Acesso em: 30 set. 2011.

LOURENÇO, Sílvia. **Emigração no século XIX**. 200-?. Disponível em: <[http://neh.no.sapo.pt/documentos/emigracao\\_no\\_seculo\\_xix.htm](http://neh.no.sapo.pt/documentos/emigracao_no_seculo_xix.htm)> Acesso em: 08 jan. 2011.

LUCAS, Fábio. **Expressões da identidade brasileira**. São Paulo: Educ, 2002.

MACIEL, Maria Eunice. **Uma cozinha à brasileira**. 2004. Disponível em: <<http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/reh/article/view/2217/1356>> Acesso em: 06 nov. 2011.

MAIA, Antonio Cavalcanti. **Diversidade cultural, identidade nacional brasileira e patriotismo constitucional**. 2001. Disponível em: <[http://www.casaruibarbosa.gov.br/dados/DOC/palestras/Diversidade\\_Cultural/FCR\\_B\\_DiversidadeCulturalBrasileira\\_AntonioCavalcanti.pdf](http://www.casaruibarbosa.gov.br/dados/DOC/palestras/Diversidade_Cultural/FCR_B_DiversidadeCulturalBrasileira_AntonioCavalcanti.pdf)> Acesso em: 20 ago. 2010.

MARCUSCHI, Luiz Antônio. Gêneros textuais emergentes no contexto da tecnologia digital. In.: MARCUSCHI, Luiz Antônio; XAVIER, Antonio Carlos (orgs.). **Hipertexto e gêneros digitais: novas formas de construção de sentido**. 3. Ed. São Paulo: Cortez, 2010. p. 15 – 80.

MATTELART, Armand; NEVEU, Érik. **Introdução aos Estudos Culturais**. São Paulo: Parábola Editorial, 2004.

MEMORIA In: ANSWERS. 20-? Disponível em:  
<<http://www.answers.com/topic/memory-psych-in-encyclopedia>> Acesso em: 02 jul. 2011.

MENDES, José Manuel Oliveira. O desafio das identidades. In.: SANTOS, Boaventura de Sousa (org.). **A globalização e as ciências sociais**. São Paulo: Cortez, 2002. P. 503 - 540.

**MENSAGEIROS DA CULTURA**. Disponível em:  
<<http://www.mensageirosdacultura.com/>>. Acesso em: 11 jun. 2011.

MIRANDA, Antonio. Sociedade da informação: globalização, identidade cultural e conteúdos. **Ciência da Informação** vol. 29 n. 2 May/Aug. Brasília, 2000. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0100-19652000000200010&script=sci\\_arttext&tlng=es](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0100-19652000000200010&script=sci_arttext&tlng=es)> Acesso em: 27 ago. 2010.

MOREIRA, Herivelto; CALEFFE, Luiz Gonzaga. **Metodologia da pesquisa para o professor pesquisador**. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

MRE – Ministério das Relações Exteriores. **Brasileiros no Mundo: Estimativas**. 2. ed. Setembro 2009.

NOGUEIRA, Oracy. **Preconceito racial de marca e preconceito racial de origem**: Sugestão de um quadro de referência para a interpretação do material sobre relações raciais no Brasil. *Tempo Social*, revista de sociologia da USP, v. 19, n. 1. Novembro, 2006. p287 -308. Disponível em:  
<<http://www.scielo.br/pdf/ts/v19n1/a15v19n1.pdf>> Acesso em: 05 nov. 2011.

OLIVEN, Ruben George. **Violência e cultura no Brasil**. 4. ed. Petrópolis: Vozes, 1989.

\_\_\_\_\_. **O nacional e o regional na construção da identidade brasileira**. 1986. Disponível em:  
<[http://www.anpocs.org.br/portal/publicacoes/rbcs\\_00\\_02/rbcs02\\_07.htm](http://www.anpocs.org.br/portal/publicacoes/rbcs_00_02/rbcs02_07.htm)> Acesso em: 02 nov. 2011.

ORLANDI, Eni P. **Discurso e texto**: formulação e circulação dos sentidos. Campinas: Pontes, 2005.

\_\_\_\_\_. **Análise de Discurso**: Princípios e Procedimentos. 8. ed. Campinas: Pontes, 2009.

ORTIZ, Renato. **Um outro território**: ensaios sobre a mundialização. São Paulo: Olho d'Água, 1996.

\_\_\_\_\_. **Cultura brasileira e identidade nacional**. 5. ed. 9. reimp. São Paulo: Brasiliense, 2006.

PASTOUREAU, Michel. **Dicionário das cores do nosso tempo**: simbólica e sociedade. Lisboa: Stampa, 1993.

PATARRA, Neide Lopes. **Migrações internacionais**: teorias, políticas e movimentos sociais. ESTUDOS AVANÇADOS 20 (57), 2006. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ea/v20n57/a02v2057.pdf>> Acesso em: 17 set. 2010.

POLLAK, Michael. Memória e identidade social. **Estudos Históricos**. Vol. 5 n. 10. Rio de Janeiro, 1992. p. 200 - 212

PRIMO, Alex. **Interação mediada por computador**: comunicação, cibercultura, cognição. 2.ed. Porto Alegre: Sulina, 2008.

QUEIROZ, Maria Isaura Pereira de. Identidade cultural, Identidade Nacional no Brasil. Tempo Social – Revista Sociologia da USP. São Paulo 1(1), 1 seml. 1989.

**QUILOMBO BRASIL**. Disponível em: <<http://www.mamaterra.org/>>. Acesso em: 11 jun. 2011.

RAFAELI, Sheizaf. Interactivity: from new media to communication. In.: **Sage annual review of communication research: advancing communication science**. Beverly Hills: Sage, 1988. p. 110-134.

RDH – Relatório de Desenvolvimento Humanos. **Ultrapassar barreiras**: mobilidade e desenvolvimento humanos. Almedina, 2009. Disponível em: <[http://hdr.undp.org/en/media/HDR\\_2009\\_PT\\_Complete.pdf](http://hdr.undp.org/en/media/HDR_2009_PT_Complete.pdf)> Acesso em: 26 dez. 2010.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

REIS, Michele. **Theorizing diaspora**: perspectives on “classical” and “contemporary” diáspora. Published by Blackwell Publishing Vol. 42 (2) 2004. p.41-58. Disponível em: <<http://ejsccontent.ebsco.com/ContentServer.aspx?target=http%3A%2F%2Fonlinelibrary%2Ewiley%2Ecom%2Fresolve%2Fdoi%2Fpdf%3FDOI%3D10%2E1111%2Fj%2E0020%2D7985%2E2004%2E00280%2Ex>>. Acesso em: 31 ago. 2011.

RIBEIRO, Darcy. **O povo brasileiro**: a formação e o sentido do Brasil. São Paulo: Companhia das Letras, 2006.

REZENDE, Claudia Barcellos. **Retratos do estrangeiro**: identidade brasileira, subjetividade e emoção. Rio de Janeiro: FGV, 2009.

REZENDE, Neide. **A semana de arte moderna**. 2. ed. São Paulo: Ática, 2006

RUIZ, Castor Bartolomé. **Os paradoxos do imaginário**. São Leopoldo: UNISINOS, 2003.

SANTOS, Boaventura de Sousa. Os processos da Globalização. In.: SANTOS, Boaventura de Sousa (org.). **A globalização e as ciências sociais**. São Paulo: Cortez, 2002. p. 25 – 104.

SHIRKY, Clay. **A cultura da participação**: criatividade e generosidade no mundo conectado. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

SILVA, Juremir Machado da. **As tecnologias do imaginário**. 2. Ed. Porto Alegre: Sulina, 2006.

SILVA, Marco. **Sala de aula interativa**. Rio de Janeiro: Quartet, 2000.

SOARES, Marilda. **O resgate da identidade nacional: cultura e fato histórico**. 2003. Disponível em: < <http://www.dominiosdelinguagem.org.br/pdf/d2-2.pdf>>. Acesso em: 23 jul.2011.

SODRE, Muniz. **Sobre a identidade brasileira**. IC – Revista Científica de Información y Comunicación. 2010, 7, p. 321 – 330. Disponível em: <<http://ic-journal.org/data/downloads/1292343056-43sodrebaja.pdf>> Acesso em: 02 nov. 2011.

SOUZA, Ricardo Luiz de. **Identidade nacional e modernidade brasileira**: o diálogo entre Sílvio Romero, Euclides Cunha, Câmara Cascudo e Gilberto Freyre. Belo Horizonte: Autêntica, 2007.

**TANGARÁ**: escola de dança brasileira e centro de referência cultural do Brasil em Berlim. Disponível em: <<http://www.tangara-brasil.com>>. Acesso em: 11 jun. 2011.

TEIXEIRA, Elizabeth. **As três metodologias**: Acadêmica, da ciência e da pesquisa. Petrópolis: Vozes, 2005.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade**: Uma teoria social da mídia. 8. ed. Petrópolis: Vozes, 1998.

TRAGTENBERG, Maurício. **O nacionalismo como ideologia da desconversa**. 1993. Revista Espaço Acadêmico, Ano III, n 25, jun. 2003. Disponível em: <http://www.espacoacademico.com.br/025/25mt191183.html> Acesso em 16 jul. 2011.

WAINBERG, Jacques Alkalai. **Os estudos interculturais e a cabeça do brasileiro**. Revista FAMECOS. Porto Alegre. N38. Abril 2009. Quadrimestral. p.51 – 61. Disponível em: <<http://revcom.portcom.intercom.org.br/index.php/famecos/article/viewFile/5767/5129>> Acesso em 28 set. 2011.

WOLTON, Dominique. **Internet e depois?** 2. ed. Porto Alegre: Sulina, 2007.

WORLD VALUES SURVEY. 2006. Disponível em: <<http://www.wvsevsdb.com/>> Acesso em: 06 out.2011.



ZAMAGNI, Stefano. Migrazioni, multiculturalità e politiche dell'identità. In.: VIGNA, Carmelo; ZAMAGNI, Stefano (orgs.). **Multiculturalismo e identità**. Milão: Vita e Pensiero, 2002. P. 221-261.

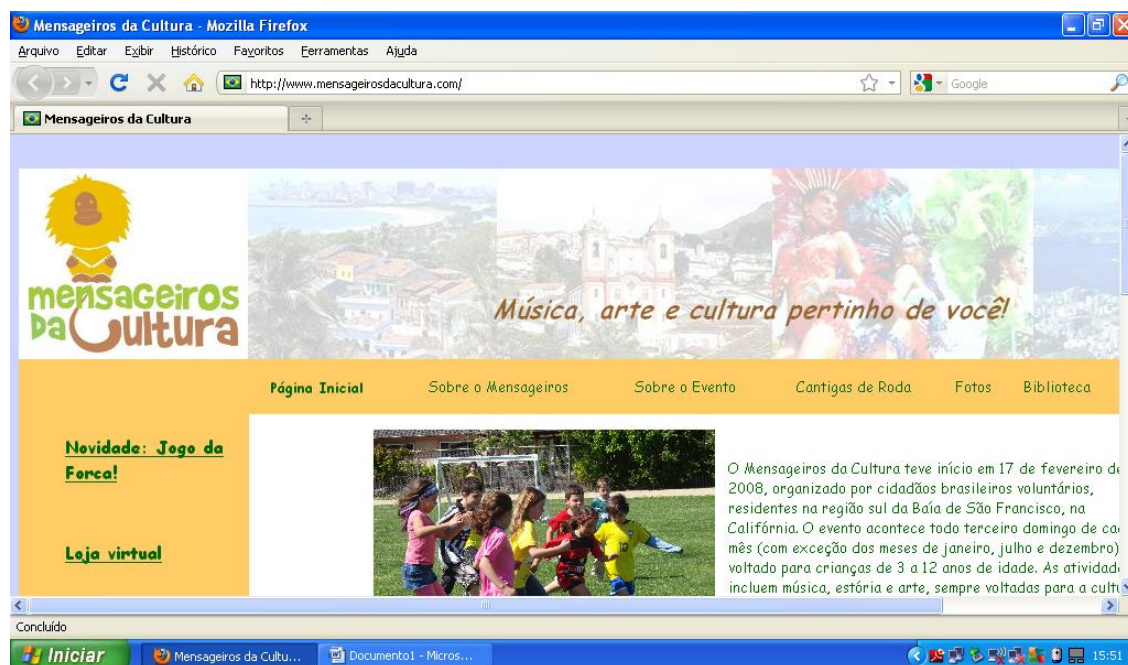
ZAMBERLAM, Jurandir. **O processo migratório no Brasil e os desafios da mobilidade humana na globalização**. Porto Alegre: Pallotti, 2004.

ZAOUAL, Hassan. **Globalização e diversidade cultural**. São Paulo: Cortez, 2003.

## ANEXO A – DESCRIÇÃO DOS SITES ANALISADOS

### Mensageiros da Cultura (www.mensageirosdacultura.com/)

Figura 22 – Site Mensageiros da Cultura



Fonte: Mensageiros da Cultura (2011)

O Mensageiros da Cultura iniciou suas atividades em 17 de fevereiro de 2008, organizado voluntariamente por cidadãos brasileiros e residentes na região sul da Baía de São Francisco, no estado da Califórnia nos Estados Unidos da América. Há um evento que ocorre todo terceiro domingo de cada mês (com exceção dos meses de janeiro, julho e dezembro) e é voltado para crianças de 3 a 12 anos de idade. É composto por atividades que incluem música, história e arte, sempre focadas na cultura brasileira e língua portuguesa. Possuem uma biblioteca com títulos em português e literatura brasileira. Assim, o objetivo deste trabalho é ser um veículo da cultura e do folclore brasileiro. É um projeto sem fins lucrativos, apoiado pelo Consulado Brasileiro em São Francisco.

## Mama Terra – Quilombo Brasil (www.mamaterra.org)

Figura 23 – Site Mama Terra



Fonte: Mama Terra (2011)

Este site se apresenta com a frase: “Viva um pouco de Brasil com sabor internacional em Hamburgo”. O objetivo do trabalho é ser uma vitrine permanente de produtos brasileiros no coração de Hamburgo. As pessoas que criaram o grupo consideram que seja um lugar onde se respira o Brasil de todas as culturas. São realizados permanentemente encontros de pessoas da diáspora de língua afro-indígena-portuguesa, e para todos estrangeiros que escolheram Hamburgo como sua metrópole para viverem. Como projeto possuem a Sopa de Cultura que acontece sem data programada, mas deixam claro que avisam os interessados. Quilombo Brasil é fruto e reconhecimento da ação de milhares de migrantes brasileiros, que nos últimos 50 anos foram e são os verdadeiros “embaixadores” do país e cultura brasileira na Alemanha. O site convida a todos para apreciar um cafezinho, cerveja com feijoada brasileira, entre outros quitutes, acompanhado de caipirinha. Como no Brasil, o site, por meio de sua sede física, se considera uma casa aberta: Sala para encontro de negócios; Vitrine permanente de especialidades tipicamente brasileiras, como a feijoada ou a salsicha de catarinense; consultoria de especialistas brasileiros que conhecem a Alemanha. Aqui ressalta-se que as informações quanto a sede física relatam acontecimentos até 2009. O foco da

página é a Radio Mamaterra com um programa semanal na rádio pública local, e na Internet; cursos práticos de língua portuguesa e alemã Debates, Exposições de Arte, Mostras de vídeos, Concertos Musicais; atendimento psicológico e social para brasileiros, Yoga e Massagem, Festas, ou simplesmente bate-papos.

### **Grupo Comunicato Samba (www.gilsonsilveira.com)**

Figura 24 – Site Comunicato Samba

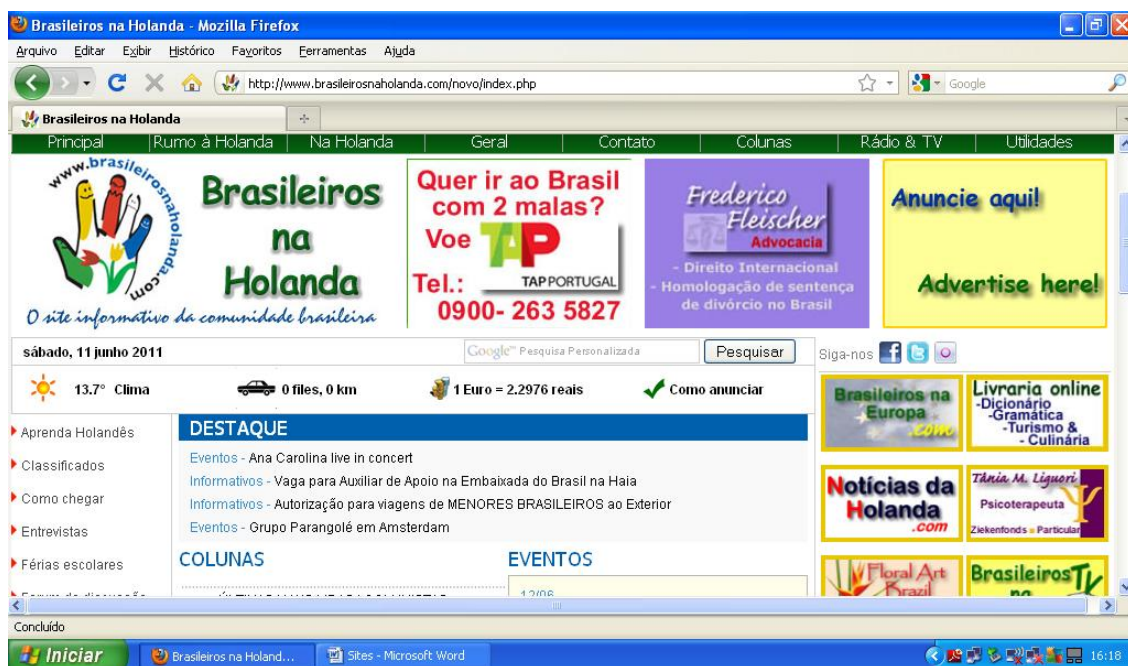


Fonte: Comunicato Samba (2011)

Este site está relacionado nas comunidades brasileiras no exterior do Ministério das Relações Exteriores. À primeira vista acredita-se que o propósito seja, somente, de divulgação do trabalho deste artista. Ao se observar mais de perto, percebe-se que é mais que isso. Há o compartilhamento da musicalidade brasileira. Além dos ritmos, há história e técnicas. É um momento de encontro e reencontro com a cultura musical brasileira (que é oferecido por meio de shows, workshops, e encontros livres) presencialmente em Milão na Itália.

## Brasileiros na Holanda (www.brasileirosnaholanda.com)

Figura 25 – Site Brasileiros na Holanda

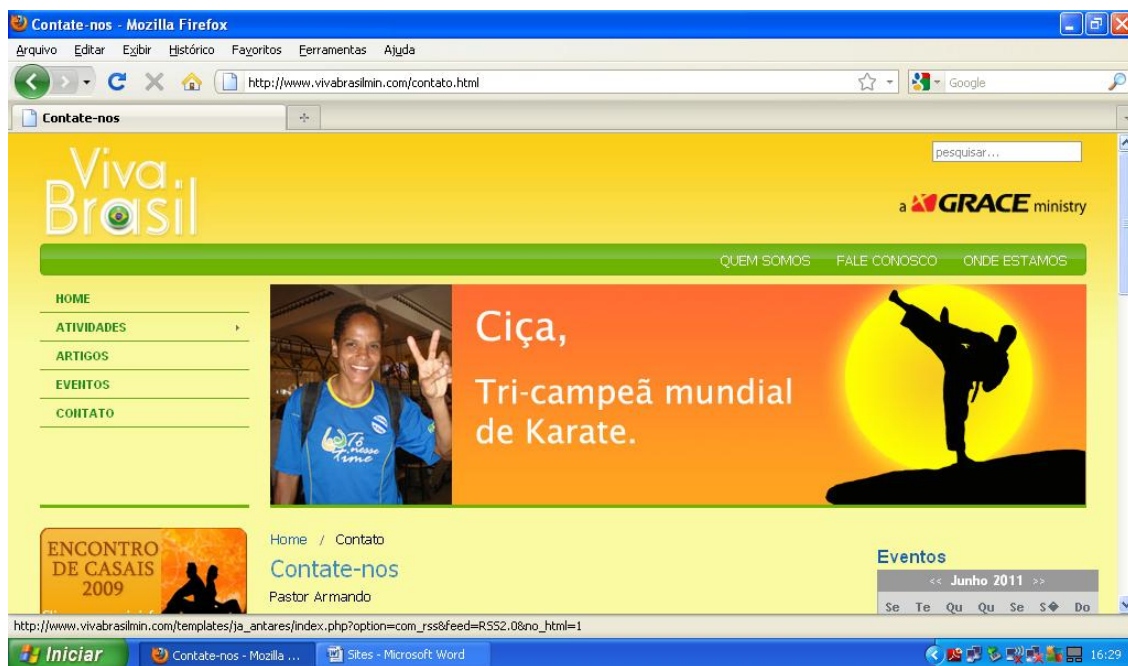


Fonte: Brasileiros na Holanda (2011)

Considera-se como um site informativo para a comunidade brasileira na Holanda. Há fórum de discussão, colunistas escrevendo sobre a atualidade e os eventos como Festa Junina, campeonato de futebol, entre outros. Além disso, auxilia o brasileiro a melhor se adaptar na Holanda.

## Igreja Ministério Viva Brasil (www.vivabrasilmin.com/contato.html)

Figura 26 – Site Igreja Ministério Viva Brasil



Fonte: Igreja Ministério Viva Brasil (2011)

Este site é de cunho religioso, mais especificamente evangélico. Além de divulgar os cultos e encontros comunitários no Canadá, assim buscando o encontro dos expatriados.

## Afro Brazilian Culture Center (ABACC) (www.jordanleite.org)

Figura 27 – Site Afro Brazilian Culture Center



Fonte: Afro Brazilian Culture (2011)

Este espaço é dedicado a todas as pessoas que queiram conhecer e aprender sobre cultura afro/brasileira. Sem ter a preocupação de rotular qualquer tipo de segmento. A proposta é demonstrar as diferentes nações de candomblé. Esse é o intuito do Portal Cultural Afro/Brasileiro. Jordan Leite está situado em Miami nos Estados Unidos da América.

## Brasileirinhos em Long Island (www.meetup.com/BrasileirinhosLongIsland)

Figura 28 – Site Brasileirinhos em Long Island



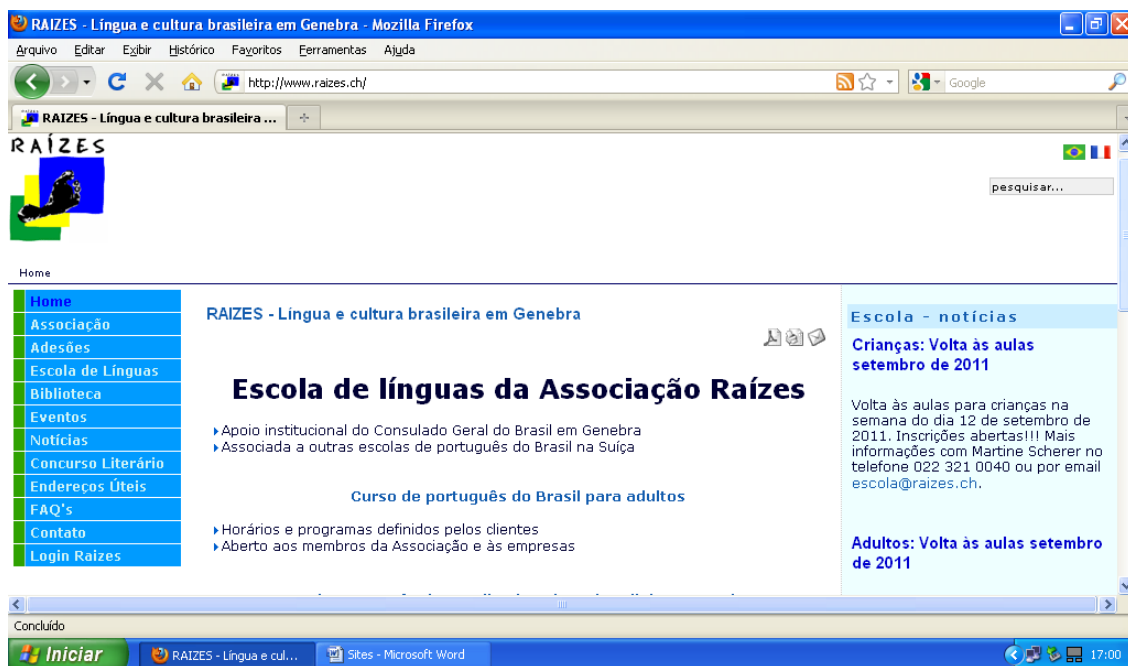
Fonte: Brasileirinhos em Long Island (2011)

A meta é ensinar a Língua Portuguesa juntamente com a Cultura Brasileira de forma lúdica, e incentivar uma conexão mais profunda da criança com o Brasil. O enfoque é de migrantes da região de Long Island em New York, Estados Unidos da América.



## Associação Raízes (www.raizes.ch)

Figura 29 – Site Associação Raízes



Fonte: Associação Raízes (2011)

Por meio do ensino do português, incentivar a cultura brasileira. O foco é nos migrantes brasileiros em Genebra.

**Tangará** - escola de dança brasileira e centro de referência cultural do Brasil em Berlim ([www.tangara-brasil.com](http://www.tangara-brasil.com))

Figura 30 – Site Tangará

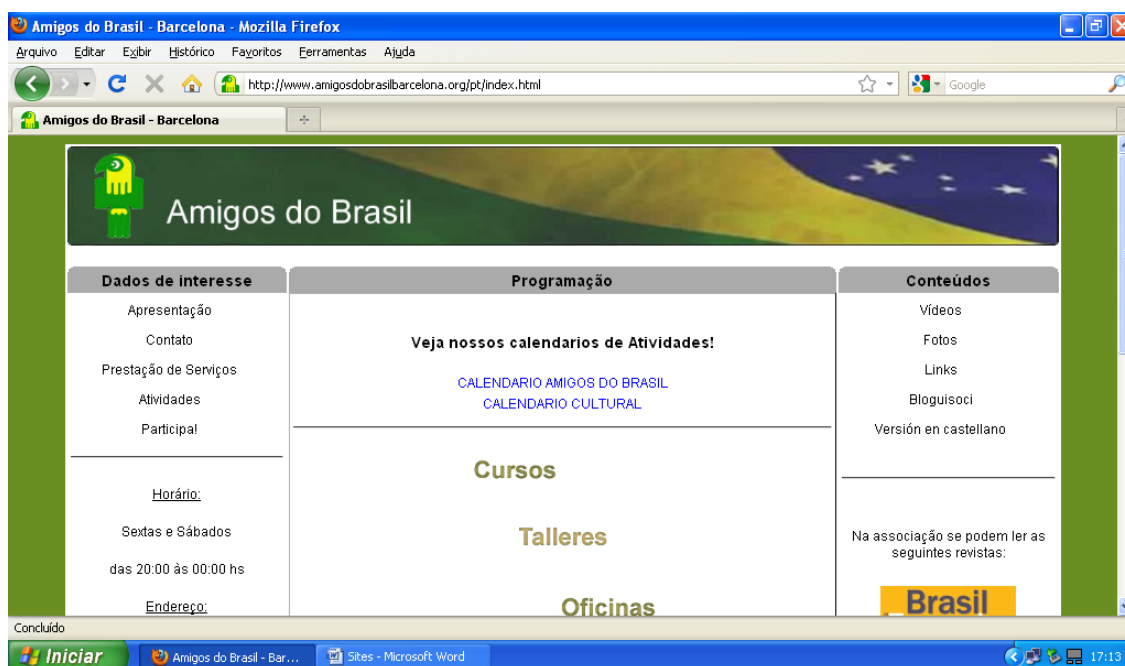


Fonte: Tangará (2011)

Considera-se escola de dança brasileira e centro de referência cultural do Brasil em Berlim. Possui danças brasileiras como samba, samba reggae, capoeira, axé e funk, também fazem shows nestes ritmos.

## Associação Amigos do Brasil (AdB) (www.amigosdobrasilbarcelona.org)

Figura 31 – Site Associação Amigos do Brasil



Fonte: Associação Amigos do Brasil (2011)

Esta associação, em Barcelona, funciona nas sextas-feiras, das 20:00 às 24:00. Neste horário há o ensaio da Escola de Samba “Saudosos do Brasil” dirigidos pelo mestre Alex. A professora Nuria Pascual ensina a sambar às assistidas do grupo. Depois do ensaio, artistas tocam ao vivo diferentes gêneros de música brasileira (samba, MPB, forró e pagode). Na sede da associação há um bar com salgadinhos típicos, cerveja, guaraná, caipirinha e outros refrigerantes. Em ocasião de festividades, a associação organiza eventos comemorativos com músicas e comidas brasileiras. Em colaboração com outras entidades ligadas ao Brasil, a associação organiza vários tipos de atividades culturais, como projeção de filmes, conferências, debates, seminários.

## Associação Comunitária Brasileira de Alberta (BCAAB) ([www.bcaab.org/](http://www.bcaab.org/))

Figura 32 – Site Associação Comunitária Brasileira de Alberta

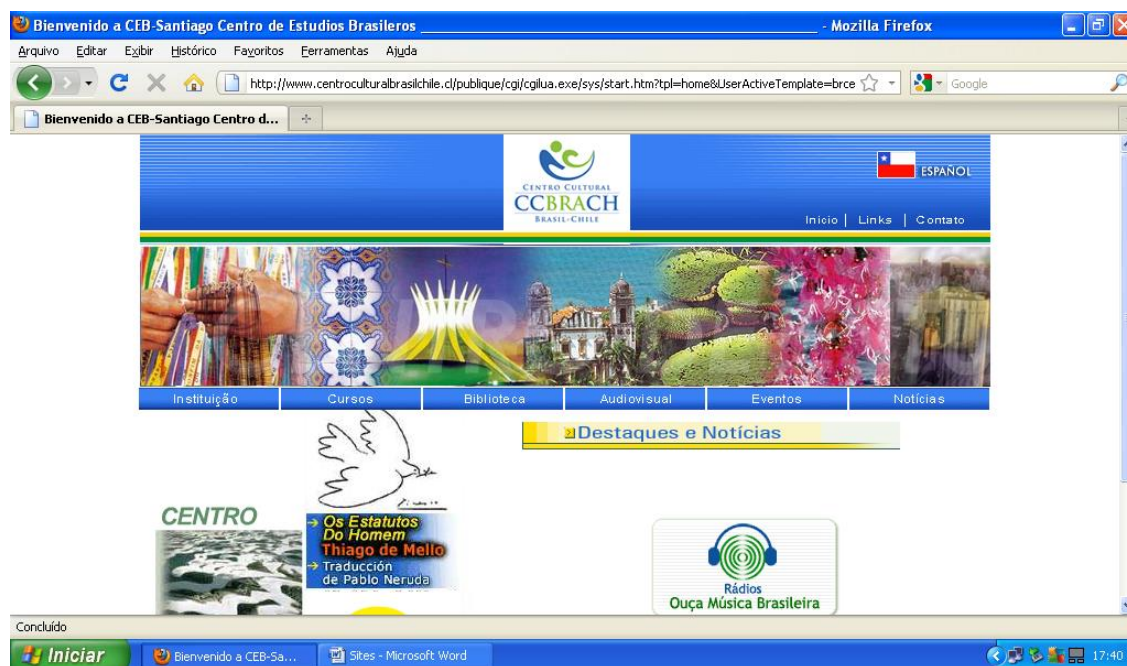


Fonte: Associação Comunitária Brasileira de Alberta (2011)

Esta associação é um lugar para compartilhar assuntos de interesse dos brasileiros e canadenses amigos do Brasil. O objetivo é a promoção da cultura brasileira em Alberta (província canadense), esporte amador e vida comunitária.

## Centro Cultural Brasil – Chile (www.cebsantiago.cl)

Figura 33 – Site Centro Cultural Brasil - Chile



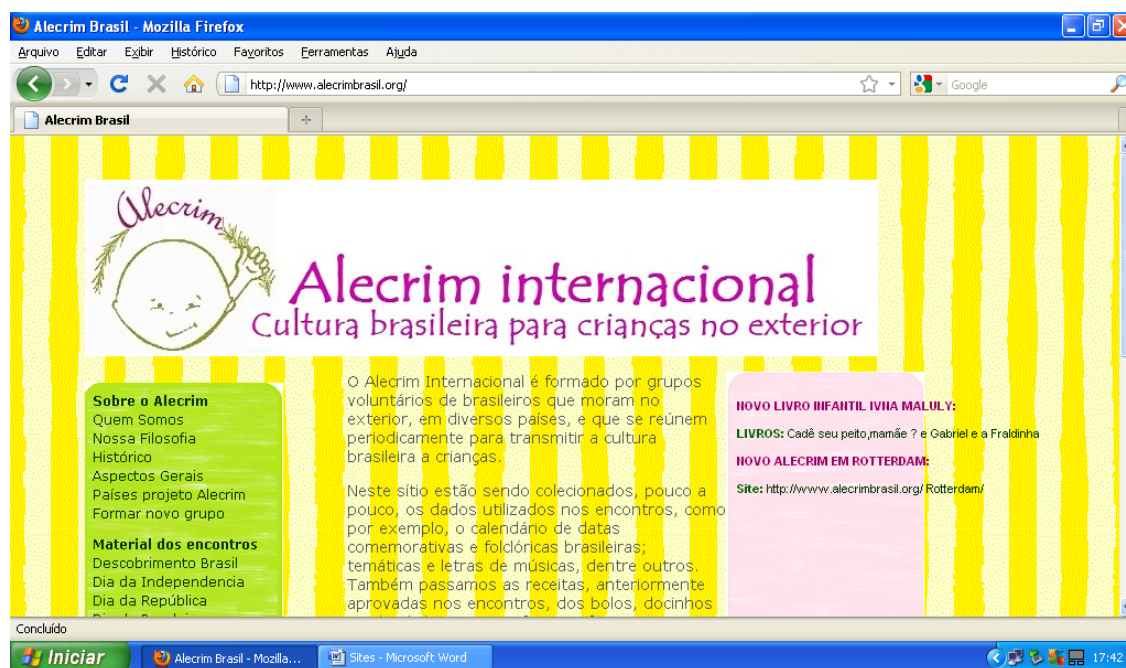
Fonte: Centro Cultural Brasil - Chile (2011)

Este centro cultural é uma instituição subordinada à Embaixada do Brasil em Santiago, constituindo o principal instrumento de execução da política cultural brasileira no Chile. O Centro Cultural Brasil-Chile (CCBRACH) de Santiago foi criado em 1960, pelo Ministério das Relações Exteriores, com o objetivo de difundir o idioma português falado no Brasil e de promover a cultura brasileira, assim como estreitar os laços de amizade e de cooperação cultural entre Brasil e Chile. Ao longo de mais de 40 anos, o CCBRACH-Santiago tem mantido e ampliado a sua presença no cenário cultural chileno com o ensino sistemático da língua portuguesa e a difusão da literatura e da cultura do Brasil. Entre outras atividades, a instituição promove ou contribui para a promoção de exposições de artes visuais, espetáculos musicais e teatrais, distribui material informativo sobre o Brasil, difunde a música erudita e popular, organiza palestras e seminários sobre temas relacionados com a civilização e a atualidade brasileiras. Além dos cursos regulares de Português, voltados para necessidades específicas de uso do idioma, realiza exames periódicos para concessão do Certificado de Proficiência na Língua Portuguesa falada no Brasil. O CCBRACH-Santiago dispõe de uma Biblioteca com aproximadamente 7 mil títulos sobre Literatura, Artes e Turismo, entre outros temas relacionados à

realidade do Brasil. Conta também com um setor Audiovisual, que promove a exibição e empréstimos de vídeos e DVDs (filmes e documentários brasileiros).

## Grupo Alecrim - Líbano ([www.alecrimbrasil.org](http://www.alecrimbrasil.org))

Figura 34 – Site Grupo Alecrim



Fonte: Grupo Alecrim (2011)

Grupo coordenado pelo Conselho de Cidadãos Brasileiros em Beirute tem o objetivo de incentivar os costumes brasileiros e a língua portuguesa entre crianças que vivem no Líbano. A partir de atividades como cantigas de roda, histórias, teatro, geografia, ciências e gastronomia. O grupo tem o apoio do Conselho de Cidadãos Brasileiros em Beirute, da Embaixada e do Consulado do Brasil e do Centro de Estudos e Culturas da América Latina da Universidade Saint-Esprit de Kaslik. O encontro semanal ocorre toda terça-feira das 17:30 as 18:30 para as crianças de 4 a 8 anos e toda sexta-feira das 11:30 as 12:30 para as crianças de 8 a 14 anos. O Cineminha do Alecrim acontece toda sexta-feira a partir das 17:00. O Grupo Alecrim começou em Beirute, mas atualmente também possui grupos na Bélgica (Bruxelas e Gent), Cidade de Cingapura (Cingapura) e Rotterdam (Holanda).