



ENSAIOS EM PORTUGUÊS COMO SEGUNDA LÍNGUA OU LÍNGUA ESTRANGEIRA

*Papers in Portuguese
as a second or foreign language*

Campanhas Contra o Assédio no
Carnaval Brasileiro: Uma Reflexão
Sobre Aspectos Culturais
e as Aulas de PL2E

Gabriela Viol Valle

Número 36

Campanhas contra o assédio no carnaval brasileiro: uma reflexão sobre aspectos culturais e as aulas de PL2E

Gabriela Viol Valle
gabrielaviol@hotmail.com

Resumo:

O carnaval brasileiro é uma data festiva muito representativa do nosso país, sendo, por isso, um tema muito presente e indispensável nas aulas de Português como Segunda Língua para Estrangeiros. No entanto, é comum encontrarmos uma imagem estereotipada sobre esse assunto em revistas internacionais e livros didáticos, por exemplo. A ideia de carnaval associada à de liberdade é uma questão complexa, uma vez que existe uma linha tênue entre a paquera e o assédio. A indiretividade do discurso do brasileiro, por exemplo, pode acabar resultando em interações insatisfatórias, sobretudo nesse contexto festivo. Portanto, este trabalho se propôs a refletir sobre a polêmica do assédio no carnaval, a partir da análise de imagens de campanhas contra o assédio. Para isso, utilizamos como aporte o modelo de Lewis (2006), os conceitos de cultura subjetiva e cultura objetiva (BENNETT, 1998), o Modelo de Hofstede (2011) e os conceitos de alto contexto e baixo contexto (HALL, 1976). Concluímos através das análises, que muitas características dos brasileiros apontadas por esses autores podem ser justificativas da intensificação do assédio no carnaval brasileiro nos últimos anos.

Palavras-chave: Português como Segunda Língua para Estrangeiros; Carnaval; Indiretividade; Assédio.

Campaigns against harassment in Brazilian carnival season: a reflection on cultural aspects and Portuguese as a Second Language classes

Abstract:

The Brazilian carnival is a festive date that is very representative of our country, being, therefore, a present and indispensable theme in Portuguese as a Second Language classes. However, it is common to find stereotyped images on this subject in international magazines and textbooks. The idea of carnival associated with freedom is a complex issue, since there is a fine line between flirting and harassment. The Brazilian speech indirectness, for example, may end up resulting in unsatisfactory interactions, especially in this festive context. Therefore, this work aimed to reflect on the controversy of harassment in carnival, through the analysis of images of campaigns against harassment. We used the Lewis model (2006); the concept of subjective culture and objective culture (BENNETT, 1998); the Hofstede Model (2011); and the concepts of high and low context, according to Hall (1976). We concluded that many characteristics of Brazilians pointed out by these authors can explain of the intensification of harassment attitudes in the Brazilian carnival in the last years.

Keywords: Portuguese as a Second Language; Carnival; Indirectivity; Harassment.

1. Introdução

Existe um estigma pelo mundo de que brasileiro é um “povo muito simpático”. Essa afirmação, apesar de se referir, em geral, a uma característica realmente bastante brasileira traz consigo uma problemática: a dificuldade de dizer não. A indiretividade dos brasileiros pode estar relacionada com a importância que é dada a questão da polidez para responder a determinados pedidos.

Desse modo, o aspecto predominante do povo brasileiro de não conseguir ser direto faz com que, muitas vezes, as vontades não sejam bem expostas ou bem interpretadas. Isso acaba resultando em problemas acerca do espaço dos indivíduos, sobretudo no que diz respeito a limites.

Outro fato é que o Brasil também é muito conhecido pelo seu carnaval, o qual é visto como momento de muita folia e diversão. Contudo, podemos dizer que há uma visão distorcida e idealizada de que o carnaval é uma festa em que “pode tudo” e é exatamente por causa disso que encontramos dificuldades em lidar com as vontades individuais, de cada sujeito que participa dessa festa. Por isso, esta pesquisa buscou investigar a influência dessa visão, somada ao aspecto da indiretividade, diante da questão do assédio no Brasil, especialmente, na época do carnaval.

Se encontramos dificuldade em tratar esse tema entre os integrantes do nosso próprio país, é possível inferir que este seja um assunto importante para ser apresentado a alunos de Português do Brasil como Segunda Língua (PL2E). Por isso, neste trabalho selecionamos imagens referentes a campanhas contra o assédio no carnaval, que poderiam servir como materiais de aula para trabalhar com esses alunos, com o intuito de compartilhar um pouco sobre o nosso país, bem como apresentar e discutir com os alunos algumas expressões e questões culturais brasileiras comuns, principalmente, em contextos festivos.

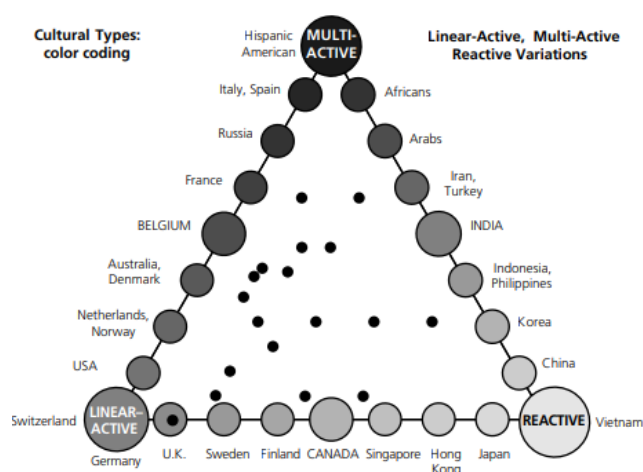
2. Aporte teórico

Como aporte teórico, nos debruçamos sobre o modelo de Lewis (2006), o conceito de cultura subjetiva e cultura objetiva de Bennet (1998), o modelo de Hofstede (2011) e os conceitos de alto contexto e baixo contexto, segundo Hall (1976).

2.1 O modelo de Lewis: Brasil, uma cultura multiativa

O famoso modelo de Lewis (2006) faz uma divisão dos países a partir de suas características. O autor propõe uma pirâmide (figura 1), na qual os diversos países podem se encaixar em culturas *ativo-lineares*, *multiativas* e *reativas*. Considerando que o Brasil é enquadrado no grupo das culturas *multiativas*, estando no topo da pirâmide, neste trabalho nos ateremos a uma reflexão e a apontamentos acerca desse grupo, analisando, sobretudo, aspectos apontados por Lewis (2006) sobre o nosso país.

Figura 1 - Pirâmide de Lewis



Fonte: *When Cultures Collide: Leading Across Cultures* (LEWIS, 2006, p. 42)

Sobre o grupo dos *multiativos*, podemos encontrar como características presentes: extrovertido, impaciente, falador, inquisitivo, sociável, planeja apenas esboços, faz várias coisas ao mesmo tempo, funciona a qualquer hora, não pontual, tem um calendário imprevisível, permite que um projeto influencie o outro, muda os planos, manipula os fatos, obtém informações em primeira mão, emocionais, delegados para relações, busca favores, fala por horas, tem desculpas prontas, confronta emocionalmente, interrompe com frequência. (LEWIS, 2006, p.33-34, tradução nossa)¹. Dentre as várias características apontadas por Lewis (2006), destacamos algumas que nos interessam para compreender algumas posturas dos brasileiros no contexto do carnaval, contexto que estamos nos propondo a discutir, sendo elas “manipula os fatos”, “inquisitivo” e “tem desculpas prontas”.

¹ Essas informações foram retiradas do quadro presente na figura 3.2 *Common Traits of Linear-Active, Multi-Active, and Reactive Categories*, do livro *When Cultures Collide: leading across cultures*, de Lewis (2006, p. 33-34).

Além dessas características, o autor comenta também que “*Multi-active cultures are very flexible*” (LEWIS, 2006, p.30). Tal flexibilidade pode ser um dos fatores que influenciam na visão distorcida de que no carnaval o que é permitido vai além do que normalmente é, o que pode interferir, portanto, na questão do assédio no carnaval.

Um ponto muito importante também apontado pelo autor sobre os latino-americanos, o que inclui o Brasil, é como esses povos lidam com a questão do espaço. Assim, Lewis (2006, p. 89) elucida que “*At cocktail parties it is sometimes difficult to maintain the integrity of one’s ‘space bubble,’ especially when there are a few Latins around.*”. Isso nos mostra a tendência de como reagem os *multi-ativos* em contextos festivos. Além disso, o autor ressalta, ainda, que “*Brazilians excel as ‘space invaders’. Do not change places if a Brazilian sits down as the fourth person on a three-seater sofa! As they are tactile in the extreme, accept with grace their arm-patting and warm embrace.*” (LEWIS, 2006, p. 544).

O autor aborda, ainda, outras características, agora referentes diretamente aos brasileiros (figura 2). Desta lista, chamamos atenção para a presença do adjetivo “flexível” destacado anteriormente, e para os valores “evita aborrecimentos”, “quebra regras” e “indisciplinado”. Esses valores também podem ter relação com as atitudes observadas no carnaval, das quais estamos tratando neste trabalho.

Figura 2 - Valores culturais dos brasileiros

Culture	
Values	
loquacious, exuberant	optimistic
emotional, theatrical	flexible
future-oriented	hospitable
group-oriented	avoid unpleasantness
impatient	cheerful
enjoy being Brazilian	relaxed time
compassionate	break rules
friendly, tolerant	easy racial relations
love music, dancing	imaginative
grandiose, exaggerating	unruly
patriotic	

Fonte: *When Cultures Collide: Leading Across Cultures* (LEWIS, 2006, p. 541)

Outro aspecto interessante de ser destacado é sobre os “hábitos de escuta” do brasileiro. Lewis (2006) elucida que o brasileiro, provavelmente por ter um modo fervoroso de se expressar, possui como característica uma atenção relativamente curta. Assim, o autor explica que

Owing to their exuberance of expression, Brazilian listening habits tend to be somewhat erratic; they interrupt each other with ideas of their own, each

individual wanting to make his or her personal contribution. You will have to learn to do the same. Their aim will be to form an in-depth impression of you from watching your movements, gestures and eye contact, rather than from listening intently to what you are saying. It makes sense, then, that Brazilian attention span is relatively short. (LEWIS, 2006, p.543).

Portanto, podemos considerar tal característica também como um motivador do modo de se comportar de alguns brasileiros no carnaval, uma vez que, ao não quererem muito se expressar, não entendem ou percebem o que realmente a outra pessoa com quem estão interagindo quer dizer.

2.2 O conceito de Cultura Subjetiva: nem tudo é apenas o que se lê ou vê

Ensinar e aprender uma Língua Estrangeira ou Segunda Língua requer não só trabalhar a língua, mas também os seus aspectos culturais, visto que língua e cultura são conceitos indissociáveis (MENDES, 2010). No entanto, existem algumas características culturais que são mais difíceis de serem acessadas e, portanto, compreendidas por estrangeiros.

Bennett (1998) criou, para explicar melhor as questões culturais, dois conceitos: cultura objetiva e cultura subjetiva. Para esclarecer sobre o que seria a cultura objetiva, o autor explica que *“When people anticipate doing something cultural of an evening, their thoughts turn to art, literature, drama, classical music, or dance. In other words, they plan to participate in one of the institutions of culture—behavior that has become routinized into a particular form”* (BENNETT, 1998, p.2).

Já em relação à cultura subjetiva, Bennett (1998) destaca que ela representa aspectos culturais compartilhados, que nem sempre estão expostos, mas sim implícitos. Assim, o autor elucida que

The less obvious aspect of culture is its subjective side—what we can call “culture writ small.” Subjective culture refers to the psychological features that define a group of people—their everyday thinking and behavior—rather than to the institutions they have created. A good working definition of subjective culture is the learned and shared patterns of beliefs, behaviors, and values of groups of interacting people. (BENNETT, 1998, p.2).

Portanto, a partir da diferenciação proposta por Bennett (1998) sobre os dois tipos de cultura que podem existir em uma determinada nação, entendemos que seja muito importante que alunos de PL2E tenham contato com ambas. Isso porque, muitas vezes, para entender a intenção de uma estrutura linguística ou mesmo de um termo ou expressão, é fundamental que o aprendiz tenha conhecimento sobre aspectos culturais, sobretudo os referentes à cultura subjetiva, isto é, que não são explícitos, mas que existem e são partilhados socialmente.

Posteriormente, em nossa análise do *corpus*, discutiremos sobre os aspectos culturais do Brasil presentes nas imagens selecionadas. Nosso intuito é observar como a cultura brasileira está representada e por que esse material poderia ser interessante para ser trabalho com aprendizes estrangeiros da nossa língua.

2.3 O modelo de Hofstede: uma reflexão sobre algumas dimensões culturais

Questões culturais são sempre muito particulares e complexas, já que quando estamos nos referindo a uma determinada cultura, estamos também imediatamente nos referindo a crenças, valores e costumes de um grupo ou sociedade. É claro que não se exclui a possibilidade de compartilhamento de ideologias acerca de alguns aspectos em grupos sociais distintos. Contudo, podemos dizer que existem características que, muitas vezes, são voltadas mais para um grupo cultural do que para outro.

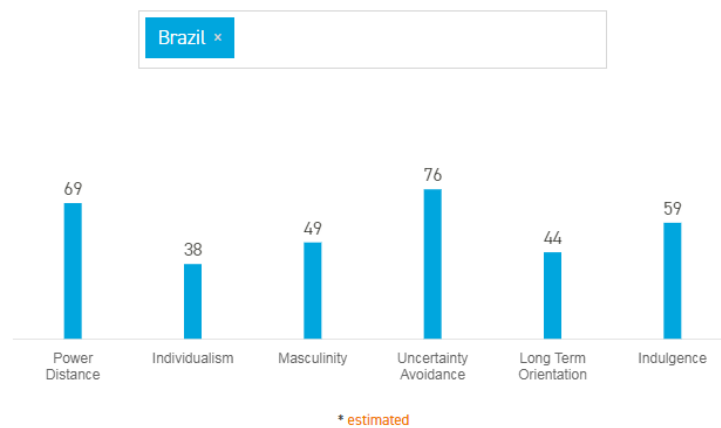
Antes de apresentarmos de fato a ideia de dimensões culturais proposta por Hofstede (2011), é importante que entendamos o conceito de cultura proposto pelo autor. Assim, conforme ele definiu, em seu texto *Dimensionalizing Cultures: The Hofstede Model in Context*, "*Culture is the collective programming of the mind that distinguishes the members of one group or category of people from others*" (HOFSTEDE, 2011, p.3). Dessa forma, notamos que conhecer a cultura de um povo é não só compreendê-lo como também diferenciá-lo de outros grupos culturais existentes.

O modelo de Hofstede (2011) sugere a existência de seis dimensões que definem, de um modo geral, as culturas. Assim, de acordo com o autor, uma sociedade pode ter: 1. um alto ou um baixo grau de *Distância de poder*, que seria o quanto a sociedade aceita uma distribuição desigual de poder; 2. um alto ou um baixo grau de *Evitação de Incerteza*, que seria o quanto as pessoas valorizam crenças e comportamentos prescritos, ou seja, se consideram importantes ou não as regras e leis para manter ou não a incerteza; 3. Características mais *Individuais* ou *Coletivas*, que se referem ao quanto as pessoas se importam com pertencer a grupos e a ser leais a eles; 4. Características de *Masculinidade* ou *Feminilidade*, que seriam uma maior valorização de disputa em contraponto com a importância do cuidado com o outro, respectivamente; 5. Uma *Orientação de longo prazo* ou *Orientação de curto prazo*, que seria um povo que valoriza as tradições e, portanto, dá preferência a manter o que até então lhe é proposto ou um povo que prefere apostar no novo e no que pode surgir, respectivamente; 6. Características mais *Indulgentes* ou *Restritivas*, que abordam o quanto as pessoas conseguem ou não controlar os seus impulsos, considerando aqui que os indulgentes tendem a possuir

visões mais otimistas e a ser mais flexíveis e, os restritivos, a ser mais pessimistas e restringir-se a normas.

Hofstede (2011) disponibiliza em seu site a pontuação referente a cada país. Observamos agora, na figura 3, as características predominantes dessas dimensões em relação ao povo brasileiro. Para a nossa pesquisa, destacamos os resultados das dimensões Individualismo x Coletivismo, Masculinidade x Feminilidade e Indulgência x Restrição.

Figura 3 - Dimensões culturais do Brasil



Disponível em: <<https://www.hofstede-insights.com/country-comparison/brazil>>. Acesso em: 5 de dez. 2020.

É possível notar que as três dimensões destacadas no parágrafo anterior possuem uma relação direta que podem resultar no modo como os indivíduos brasileiros também se comportam diante de uma temática polêmica como a questão do assédio. Podemos fazer uma correlação entre essas três dimensões, visto que ser individualista, pode acarretar um estímulo de competição, proposto pela dimensão da masculinidade, da mesma forma que esses dois aspectos podem estar diretamente ligados ao fato de que uma sociedade individualista e mais masculina tem uma tendência maior a ser restritiva. Do mesmo modo, podemos visualizar uma sociedade mais coletiva, tendo características majoritariamente de feminilidade e, assim, ser mais indulgente. A pontuação proposta por Hofstede (2011) sobre o Brasil pode ser intensificada no contexto do carnaval, que, como destacado anteriormente, acaba sendo interpretado por muitos como um momento de mais liberdade, isto é, de ainda mais indulgência.

O modelo de Hofstede (2011), sobretudo estas três dimensões, também servirão de base para as posteriores análises das imagens das campanhas selecionadas como o nosso *corpus*. A rigidez ou flexibilidade expressas pelos sujeitos nos seus compartilhamentos nos mostram de

que forma as questões culturais podem ser influentes e determinantes para lidar com um assunto específico. Lembramos que a interpretação de como se mostram essas características nesse grupo social serão percebidas através das estratégias linguísticas traçadas pelas campanhas para alertar a população.

2.4 Culturas de alto contexto e de baixo contexto e a indiretividade do brasileiro

Hall (1976) sugeriu que existem dois tipos de culturas: as de alto contexto e as de baixo contexto. A teoria do autor sugere que, a depender da cultura, o contexto vai interferir mais na comunicação ou não. Oliveira (2019, p. 58) explica que

Em culturas nas quais os elementos contextuais são muito mais importantes para a comunicação, nomeadas culturas de alto contexto, grande parte das informações não está explícita na mensagem, mas no próprio modo de agir do interlocutor. Isto é, os comportamentos não verbais como voz, gestos, postura, linguagem corporal, expressões faciais, etc. são mais relevantes do que os comportamentos verbais.

Assim, entendemos que “culturas de alto contexto” dão muita importância para o que está além da linguagem verbal, isto é, nessas culturas, entender a mensagem que um sujeito quer passar para o outro requer o entendimento e conhecimento de características implícitas que podem querer dizer algo que não está sendo dito verbalmente. Já em relação às “culturas de baixo contexto”, a autora explica que

[...] há uma maior preocupação com os elementos contextuais no processo de comunicação. Nessas sociedades, os indivíduos tendem a ser mais assertivos e utilizam predominantemente a comunicação verbal, isto é, o que é transmitido é descrito explicitamente no código. (idem)

Segundo Silva (2015, p 21) “o Brasil é um país caracterizado como uma cultura de alto contexto, pois os brasileiros evitam entrar em choque com seu interlocutor”. Sendo assim, concluímos que os brasileiros valorizam muito a linguagem não verbal e os gestos para se comunicar. Hall (1976, 133) explica que

People raised in high-context systems expect more of others than do the participants in low-context systems. When talking about something that they have on their minds, a high context individual will expect his interlocutor to know what's bothering him, so that he doesn't have to be specific. The result is that he will talk around and around the point, in effect putting all the pieces in place except the crucial one.

Todavia, utilizar uma linguagem indireta e com informações implícitas pode ser um complicador que pode causar interferências na mensagem, sobretudo quando o contato é entre pessoas de diferentes culturas - algo muito comum de acontecer no carnaval, visto que é uma festa bastante almejada e procurada por turistas. Além disso, a falha na compreensão da mensagem implícita pode até mesmo acontecer entre os próprios brasileiros, uma vez que ao mudar o contexto de atuação - como acontece no carnaval, em que vivemos dias “diferentes” do resto do ano - pode haver uma intensificação da característica da indulgência (HOFSTEDE, 2011). Assim, nos deparamos com a problemática das diferentes interpretações de mensagens e de atitudes que não limitam determinados espaços.

3. Fundamentos Metodológicos

A natureza desta pesquisa é qualitativa, visto que tem como objetivo refletir sobre a temática do assédio, especialmente em tempos de carnaval, através de campanhas criadas com o intuito de incentivar a sua diminuição. Desse modo, baseamo-nos no que descrevem Denzin e Lincoln (2006, p.21.) sobre este tipo de pesquisa:

[...] a pesquisa qualitativa, enquanto conjunto de práticas, envolve, dentro de sua própria multiplicidade de histórias disciplinares, tensões e contradições constantes em torno do projeto propriamente dito, incluindo seus métodos e as formas que suas descobertas e suas interpretações assumem.

Para a nossa discussão, destinamos um capítulo para apresentar a Lei nº13.718/2018, referente a crimes de importunação sexual. Em seguida, elaboramos um capítulo expondo algumas campanhas contra o assédio no carnaval. Posteriormente, selecionamos imagens disponíveis na internet², de diversos *sites*, que foram criadas por campanhas a favor da diminuição do assédio no Brasil, em especial, no carnaval.

Após a seleção das imagens, fizemos uma análise sobre as mensagens que tais campanhas quiseram passar, traçando paralelos com as teorias antes discutidas neste trabalho. Refletimos, também, sobre as estruturas e expressões do Português do Brasil presentes nessas imagens, bem como sobre a relevância do material para aprendizes estrangeiros que estão aprendendo a nossa língua.

² Todos os *links* para acesso a essas imagens estão disponíveis nas referências.

4. A Lei nº13.718/2018

Um ponto essencial para que não só em campanhas de carnaval, como também no nosso dia a dia, nossas mensagens sejam bem entendidas e nossas respostas aceitas, é compreendermos e termos conhecimentos do direito que todos os cidadãos têm em relação ao seu espaço, que deve ser respeitado, sobretudo no que diz respeito ao aspecto sexual. Assim, é importante apresentarmos a lei nº13.718/2018 que surgiu para

[...] tipificar os crimes de importunação sexual e de divulgação de cena de estupro, tornar pública incondicionada a natureza da ação penal dos crimes contra a liberdade sexual e dos crimes sexuais contra vulnerável, estabelecer causas de aumento de pena para esses crimes e definir como causas de aumento de pena o estupro coletivo e o estupro corretivo. (BRASIL, 2018).

De modo mais específico, o Art. 215-A esclarece que se entende por Importunação sexual: “Praticar contra alguém e sem a sua anuência ato libidinoso com o objetivo de satisfazer a própria lascívia ou a de terceiro” (BRASIL, 2018). Dessa forma, muitas campanhas de carnaval buscam explicitar que, por lei, sujeitos que sofrem importunação sexual não só podem como devem recorrer aos seus direitos.

5. Algumas campanhas contra o assédio no carnaval brasileiro

O carnaval no Brasil é conhecido como um período de grande festa. Carregamos estereótipos sobre o Brasil ser o país do carnaval, do futebol e do samba. A imagem que se faz internacionalmente sobre essa festa brasileira carrega muito a questão da nudez da mulher, como imagens de desfiles na avenida. Isso pode ser observado em algumas revistas e livros didáticos de PL2E, por exemplo³. Contudo, um fator muito importante de ser levado em consideração é, justamente, a questão do contexto. A idealização de que a nudez é algo comum no carnaval pode acabar gerando uma expectativa equivocada de liberdade dos indivíduos que aproveitam o carnaval no nosso país.

Com o intuito de chamar a atenção daqueles que querem se divertir no carnaval no Brasil, diversas campanhas contra o assédio vêm sendo criadas nos últimos anos, visando

³ Como exemplos dessa estereotipação acerca do carnaval brasileiro presente em revistas e livros, disponibilizamos, em nossas referências, os trabalhos de Lima (2019) e Lemos (2018), que se preocuparam em investigar essa visão.

conscientizar a todos sobre a fundamentabilidade do respeito ao espaço, ao corpo e aos direitos de cada um.

Como exemplos, temos a iniciativa da campanha intitulada “Não é Não!”⁴, que surgiu no Rio de Janeiro e já se espalhou para diversas cidades do Brasil. O movimento se propôs a criar e distribuir tatuagens temporárias com os dizeres “Não é não!”, além de fazer palestras e rodas de conversa, a fim de criar uma consciência coletiva sobre o tema. A campanha conta com o apoio do canal de coletivo *Benfeitoria* para arrecadar financiamento para a criação dos adesivos.

Outra campanha é a chamada “Aconteceu no Carnaval”. Ela foi criada em Recife, em 2017, com o intuito de promover um espaço para mulheres que sofreram assédio na festa de carnaval. Segundo dados do site do projeto o “objetivo foi disponibilizar para mulheres cis e trans um canal seguro onde pudessem denunciar situações de assédio no carnaval e em seguida, ao término dos trabalhos, cobrar uma política pública para enfrentamento do problema.”⁵. Além disso, a campanha se propôs a distribuir 2000 mil fitinhas de sororidade e, como resultado, apresentou um mapa de assédios ocorridos, o qual computou mais de 60 registros de denúncias anônimas de casos de violência contra mulheres cis e trans.

Foi lançada, também, a campanha “Não tem desculpa”. Essa foi uma iniciativa do governo federal e surgiu como “[...] uma resposta ao aumento dos registros de assédio sexual e violência contra a mulher nos dias de festa”. O próprio *site*⁶ do governo federal esclareceu quais seriam os planos de ação da campanha:

Também será exibido um *jingle* nas rádios e serão divulgadas peças publicitárias na internet e em espaços públicos. Além disso, haverá distribuição de materiais como adesivos, camisetas, apitos e leques em 22 estados, com destaque para as principais praças: São Paulo (SP), Rio de Janeiro (RJ), Salvador (BA), Recife (PE) e Olinda (PE).

Além das campanhas apresentadas, já existem diversas outras que se propõem a garantir os direitos de todos, sobretudo das mulheres. Tais campanhas repudiam o assédio sexual,

4 Todos os *links* das reportagens com informações das campanhas estão nas nossas referências bibliográficas.

5 Texto disponível em: <<https://www.aconteceunocarnaval.meurecife.org.br/#block-6417>>. Acesso em: 5 de dez. 2020.

6 Governo lança campanha contra assédio sexual no carnaval. Disponível em: <<https://www.gov.br/mdh/pt-br/assuntos/noticias/2020-2/fevereiro/governo-lanca-campanha-contra-assedio-sexual-no-carnaval>>. Acesso em: 5 de dez. 2020.

esclarecem que isso é crime e atuam em favor da liberdade desse público nas festas carnavalescas no Brasil.

6. Panfletos de campanhas contra o assédio no carnaval brasileiro

Escolher um material didático para aprendizes de PL2E é uma tarefa desafiadora para o professor, já que ele tem que unir o propósito de ensinar estruturas da língua em si, o objetivo do aluno nesse aprendizado e os aspectos culturais da língua-alvo.

Trabalhar o tema do carnaval é muito comum para os aprendizes estrangeiros de PL2E, tanto os que estão no Brasil quanto os que estão fora. Isso porque o carnaval é uma característica muito marcante da nossa cultura e conhecida mundo afora. Todavia, como existe uma visão estereotipada sobre essa festa brasileira, muitos aspectos subjetivos acabam não sendo apresentados em livros didáticos.

Por esta razão, este trabalho buscou apresentar um assunto muito debatido dentro da temática do carnaval brasileiro: o assédio. Através da análise de imagens de campanhas contra o assédio no carnaval, propomo-nos a mostrar como é possível trazer para o aluno aspectos da nossa cultura subjetiva (BENNETT, 1998) que nem sempre são mostrados e apresentados para eles, mas que precisam ser conhecidos.

Buscamos selecionar imagens que tivessem algum enfoque da cultura brasileira, seja ele advindo da própria língua e/ou de um modo de agir. A primeira imagem (figura 4) a ser analisada apresenta a frase “Quando uma mulher diz não para você, significa que ela quer dizer não para você”. Tal frase pode parecer estranha para um estrangeiro cuja cultura é de baixo contexto (HALL, 1976), uma vez que, nessa cultura, os sujeitos são mais diretivos e não haveria motivos de ter que explicar o que a frase quer dizer repetindo exatamente a mesma coisa que já foi dita. Nessa imagem, podemos perceber claramente uma crítica e uma problemática diante da indiretividade do brasileiro. Mais um ponto interessante para ser destacado é a outra frase, ainda na figura 4, “Respeita as Mina. É simples”. Essa expressão ficou conhecida através de uma música de mesmo nome, da cantora Kell Smith. Na letra, a cantora traz a questão do respeito às mulheres, podendo ser também um ótimo material para ser trabalhado com alunos estrangeiros.

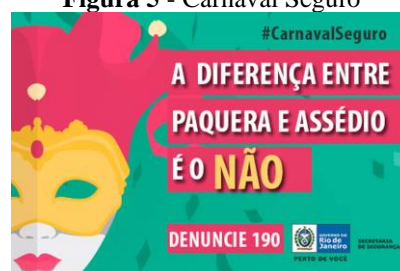
Na figura 5, percebemos uma ênfase dada ao significado da palavra “não”, que além de ser apresentada em uma letra maior, ganha destaque a partir de uma outra cor. Na frase “A diferença entre a paquera e o assédio é o não”, está presente também um aspecto da nossa cultura subjetiva (BENNETT, 1998), de que os brasileiros são pessoas mais indulgentes

(HOFSTEDE, 2011) e que “quebram regras” (LEWIS, 2006). Ao ter que elucidar que existe uma diferença entre paquera e assédio, dando destaque ao significado do “não”, podemos inferir que algumas atitudes dos brasileiros no contexto de carnaval podem convergir com o "não" entendimento dessa negativa, o que resulta em uma invasão de espaço do outro tornando-se, portanto, uma atitude de assédio. Sobre o termo paquera, pensando no contexto de ensino dos aprendizes, poderiam ser ensinadas também outras expressões referentes a esse tema, tais como “flertar” e, mais informalmente, “dar em cima”.

Figura 4 - Respeita as mina



Figura 5 - Carnaval Seguro



Na figura 6, vemos representada a cultura do carnaval brasileiro através da fantasia da mulher na foto, acompanhada de um ditado popular adaptado ao contexto do assédio. A frase, originalmente conhecida como “Em briga de marido e mulher **não** se mete a colher”, excluiu o “não” para a campanha, com o intuito de mostrar que a mulher não está sozinha. Já na figura 7, observamos a ideia de utilizar uma expressão muito conhecida no samba “Pedi pra parar, parou!” fazendo uma ligação com o fato de que, se houver um pedido de que pare, deve-se parar. Em ambas as figuras podemos notar estratégias linguísticas que representam a cultura subjetiva (BENNETT, 1998) do Brasil, sendo, portanto, um ótimo material para ser usado com os aprendizes de PL2E.

Figura 6- Campanha Folia com respeito



Figura 7- Pedi pra parar, parou!



Nas figuras 8, 9 e 10, vemos algumas frases muito comuns de serem ouvidas não só no carnaval brasileiro, como também em ambientes festivos do Brasil, como baladas, micaretas, pagodes etc. A partir das frases 8 e 9, “Achei que ela queria” e “Mas foi só um beijinho”, respectivamente, podemos perceber a presença das características dos brasileiros de “quebrar regras”, “ser bom em desculpas” e “manipular os fatos”, como apontadas por Lewis (2006). Tais frases são usadas como justificativas daqueles que invadiram o espaço de outra pessoa. Por não sabermos o contexto de todas as situações, é possível pensarmos também, mais uma vez, que pode haver nesses contextos a problemática da indiretividade (Hall, 1976) e do aspecto da indulgência do brasileiro (HOFSTEDÉ, 2011). Já na figura 10, a partir da frase “Carnaval não é desculpa”, podemos inferir que as pessoas usam o contexto do carnaval para agir de forma inadequada, o que pode ser um reflexo da característica da indisciplina do brasileiro proposta Lewis (2006). Todas essas características mencionadas fazem parte de questões implícitas da nossa cultura, isto é, da cultura subjetiva (BENNETT, 1998), indispensável ao conhecimento dos alunos estrangeiros, até mesmo para manter uma postura adequada diante de uma situação semelhante.

Figuras 8, 9 e 10 - Assédio é crime #nãotemdesculpa.



Nas imagens 11, 12 e 13, observamos algumas frases que são apresentadas de maneiras diferentes. Enquanto nas últimas imagens foram apresentadas frases sob uma perspectiva de quem toma a atitude assediadora, nestas são apresentadas falas que representam o grupo dos assediados. Nas frases, vemos que a campanha se preocupou em utilizar expressões que sejam bastante claras sobre a intenção das pessoas na festa de carnaval. As frases funcionam, assim, como alertas e conselhos, trazendo expressões linguísticas bem recentes do Português do Brasil e com informações culturais compartilhadas e implícitas do nosso povo, tais como “Quero te pegar”, “mão boba” e “aceita que dói menos”. Dessa forma, o material mostra-se muito rico

para ser utilizado com os aprendizes, visto que há muito do aspecto cultural brasileiro e, portanto, muito o que se trabalhar com ele.

Figuras 11, 12 e 13 - Campanha Carnaval sem assédio



Por fim, selecionamos duas figuras da marca de cerveja Skol (figuras 14 e 15). A marca publicitária apoiou-se, assim como nas figuras 6 e 7, em ditados populares famosos no Português do Brasil, fazendo alterações necessárias ao contexto do carnaval. A cultura brasileira utiliza-se tanto da indiretividade (HALL, 1976) que podemos notá-la até mesmo nas estratégias das campanhas propostas. Isso significa que há muitos conhecimentos intuitivos compartilhados interessantes de serem explicados para os alunos, o que os permite conhecer a língua atrelada à cultura, como Mendes (2010) defende que deve ser.

Figuras 14 e 15 - Neste Carnaval, respeite



A partir das imagens selecionadas e das reflexões feitas sobre as características do brasileiro, podemos perceber como elas podem interferir na questão do assédio no contexto de carnaval. Esse tema se mostra um tópico muito importante e interessante de ser levado para aprendizes de PL2E, visto que muitas das características apontadas e destacadas nas campanhas nem sempre são acessíveis aos alunos, já que a maioria é referente a questões da nossa cultura subjetiva (BENNETT, 1998). A seleção de materiais foi feita com o intuito de propor ideias para professores da área que se interessem em abordar o tema do carnaval brasileiro e suas minúcias.

7. Considerações finais

A partir das reflexões levantadas sobre alguns aspectos culturais brasileiros, podemos concluir que o Brasil apresenta-se como um país de alto contexto (HALL, 1976), isto é, que possui uma cultura muito indiretiva; possui muitos aspectos de cultura subjetiva (BENNETT, 1998) que precisam ser conhecidos para que possam ser compreendidos; possui um povo majoritariamente indulgente e coletivo (HOFSTEDE, 2011); e seu povo se encaixa no grupo cultural multiativo, segundo o modelo proposto por Lewis (2006), isto é, apresentando características como flexibilidade, invasão de espaço, rompimento de regras, indisciplina, boas desculpas e manipulação de fatos.

É possível fazer uma relação direta entre todas essas características apresentadas pelos autores que usamos como base teórica com as atitudes vistas no carnaval, em especial, a questão do assédio. Vimos que as campanhas apresentadas, em sua maioria, adotam como estratégia a utilização de um discurso claro, deixando de lado a indiretividade normalmente acusada pelos brasileiros, para que a mensagem seja passada sem algum perigo de distorção.

A iniciativa da proliferação da frase “Não é Não” é um ótimo exemplo de que, em muitas situações do dia a dia, poderemos nos deparar com modos indiretos de expressão que querem dizer não, mas que são ditos de outra forma. Contudo, isso não significa que no carnaval quando é dito um “não” há uma permissão de que o outro aja com insistência, invadindo o espaço e impondo sua vontade diante da negativa apresentada.

Esse tema é um assunto indispensável para ser trabalhado com alunos estrangeiros de PL2E, visto que é muito comum que os aprendizes carreguem uma visão estereotipada sobre o carnaval brasileiro, tendo apenas informações limitadas sobre o tema, que seriam referentes à cultura objetiva (BENNETT, 1998); não tendo acesso, portanto, a características da cultura subjetiva (BENNETT, 1998) do nosso país, que são compartilhadas por nós, nativos. Tais

características são essenciais não só para esclarecer aspectos da nossa cultura, como também para permitir que os estudantes compreendam uma mensagem, seja através de gestos ou de expressões e palavras da nossa língua que possuem sentidos implícitos e intuitivos.

Portanto, esperamos que a nossa reflexão sobre o tema e os materiais selecionados possam servir como um suporte para professores de PL2E que queiram trabalhar o assunto.

Referências bibliográficas:

ACONTECEU no Carnaval. Disponível em:

<<https://www.aconteceunocarnaval.meurecife.org.br/#block-6417>>. Acesso em: 5 de dez. 2020.

BENNETT, Milton James. Intercultural communication: A current perspective. 1998. In: BENNETT, Milton James. (Ed.). *Basic concepts of intercultural communication: Selected readings*. Yarmouth, ME: Intercultural Press.

BRASIL. Lei nº 13.718, de 24 de setembro de 2018. Disponível em:

<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/L13718.htm>. Acesso em 06 dez. 2020.

CARNAVAL: campanha em blocos e rede social contra assédio. Disponível em: <<https://hojees.com.br/carnaval-campanha-em-blocos-e-rede-social-contr-assedio/>>. Acesso em: 5 de dez. 2020.

CARNAVAL 2018: campanha quer promover festa mais segura no Rio. Disponível em: <<https://g1.globo.com/rj/rio-de-janeiro/carnaval/2018/noticia/carnaval-2018-campanha-quer-promover-festa-mais-segura-no-rio.ghtml>>. Acesso em: 5 de dez. 2020.

COUNTRY comparison. Disponível em: <<https://www.hofstede-insights.com/country-comparison/brazil>>. Acesso em: 5 de dez. 2020.

DENZIN, Norman; LINCOLN, Yvonna e colaboradores. *O planejamento da pesquisa qualitativa: teorias e abordagens*. 2. ed. Porto Alegre: Artmed, [2003] 2006.

DEPOIS de polêmica, Ambev troca diretor de marketing. Disponível em: <<https://exame.com/negocios/depois-de-polemica-ambev-troca-diretor-de-marketing/>>. Acesso em: 5 de dez. 2020.

GOVERNO lança campanha contra assédio sexual no carnaval. Disponível em: <<https://www.gov.br/mdh/pt-br/assuntos/noticias/2020-2/fevereiro/governo-lanca-campanha-contr-assedio-sexual-no-carnaval>>. Acesso em: 5 de dez. 2020.

HALL, Edward T. *Beyond Cultures*. New York: Anchor Books, 1976.

HOFSTEDDE, Geert. *Dimensionalizing Cultures: The Hofstede Model in Context*. Online Readings in Psychology and Culture, Unit 2. 2011. Disponível em: <<http://scholarworks.gvsu.edu/orpc/vol2/iss1/8>>. Acesso em: 5. dez. 2020.

LEMOS, Deise Dulce Barreto. *O samba como elemento de identidade brasileira no contexto do ensino de português do Brasil para estrangeiros*. Dissertação de Mestrado (Mestrado em Letras), Universidade Federal Fluminense (UFF), Niterói, 2018.

LEWIS, Richard. Donald. *When cultures collide: Leading across cultures*. Boston/London: Nicholas Brealey Publishing, 2006.

LIMA, Adriana Borgerth Vial Corrêa. *O carnaval carioca nas revistas alemãs: aspectos interculturais relevantes para o ensino de PL2E*. Dissertação de Mestrado (Mestrado em Letras), Pontifícia Universidade Católica, PUC, Rio de Janeiro, 2019.

MENDES, Edleise. Por que ensinar língua como cultura? In: SANTOS, Percilia; ALVAREZ, Maria Luisa Ortíz. (Orgs.). *Língua e cultura no contexto de português língua estrangeira*. Campinas: Pontes, 2010.

NÃO é não! - Campanha 2019. Disponível em: <<https://youtu.be/tBEP5lkSTRU>>. Acesso em: 5 de dez. 2020.

‘NÃO é não!': conheça campanhas contra violência e preconceito no carnaval do DF. Disponível em: <<https://g1.globo.com/df/distrito-federal/noticia/nao-e-nao-conheca-campanhas-contra-violencia-e-preconceito-no-carnaval-do-df.ghtml>>. Acesso em: 5 de dez. 2020.

NÃO é não. Por um carnaval sem assédio: escolha o seu estado e colabore! Disponível em: <<https://benfeitoria.com/canal/naoenao>>. Acesso em: 5 de dez. 2020.

OLIVEIRA, Fernanda Silva. *O dito e o não dito no ensino de PL2E: os atos de pedir em placas e cartazes não oficiais*. Dissertação (Mestrado em Letras), Pontifícia Universidade Católica, PUC, Rio de Janeiro, 2019.

PEDIU pra parar, parou! Disponível em: <<https://www.radiocacula.com.br/noticias/pediu-para-parar-parou->>. Acesso em: 5 de dez. 2020.

PIMENTEL, Thais. *Não é não: campanha contra o assédio no carnaval distribui ‘tatuagens’ para as mulheres*. Disponível em: <<https://g1.globo.com/mg/minas-gerais/carnaval/2018/noticia/nao-e-nao-campanha-contra-o-assedio-no-carnaval-distribui-tatuagens-para-as-mulheres.ghtml>>. Acesso em: 5 de dez. 2020.

SILVA, Viviane Bousada Caetano. *Aspectos interacionais e culturais da ordem no ensino de português como segunda língua para estrangeiros (PL2E) em ambiente militar*. Simpósio 27 – Formação do professor de PL2/PLE: perspectivas de lá e de cá, 2015.

SMITH, Kell. *Respeita As Mina*. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=vjzKTYZMO_8>. Acesso em: 5 de dez. 2020.