

O JEITINHO BRASILEIRO: CULTUREMA E A FORMAÇÃO DE UNIDADES FRASEOLÓGICAS.

Heloisa da Cunha FONSECA¹¹

RESUMO: Muito se tem falado a respeito da importância da observação dos traços culturais principalmente na Fraseologia e Lexicografia Fraseológica. Para isto, usaremos as definições de Pamies Bertrán (2007, 2009), para quem os culturemas podem ser observados como símbolos extralinguísticos culturalmente motivados, servindo de modelo para a criação de expressões figuradas. Estas unidades podem estar relacionadas a uma variedade de setores da vida humana como acontecimentos históricos, músicas, personalidades, ingredientes culinários e tantos outros, que vão criando uma consciência social. Neste contexto, as variações e transposições de sentido serão observadas tendo por base a Semântica Cognitiva, por meio das Metáforas Conceptuais, Goffman (1974), Lakoff e Johnson (1980), e dos Espaços Mentais, Fauconnier (1985), Fauconnier e Turner (1998, 2002). Em ambos os casos, a linguagem figurada é tida, pelo menos em princípio, como um conceito motivado, já que usa unidades muito básicas de representação sendo um conceito entendido em termos de outro. Assim, queremos investigar se as unidades “vender o peixe”, “macaco velho não põe (mete) a mão em cumbuca”, “siri que dorme a onda leva”, “boi que dorme acaba no espeto”, “onça que dorme vira tapete”, “puxar a brasa para a sua sardinha”, “puxar a sardinha para o seu lado”, “caiu na rede, é peixe”, representam um mesmo culturema, o “jeitinho brasileiro”, caracterizado pela malandragem criativa e usado como justificativa para ações que saem do padrão esperado de comportamento. Este estudo observa alguns trabalhos importantes como os de Pamies Bertrán (2007, 2008, 2012), Luque Nadal (2009), Molina Martínez (2001), entre alguns outros.

PALAVRAS-CHAVE: Fraseologia; Culturema; Semântica Cognitiva, Espaços Mentais, Zoônimos.

A noção de culturema

O culturema, quando abordado dentro da Fraseologia, é uma noção recente principalmente se comparada à Tradução, campo em que há uma profusão de termos

¹¹ Projeto FAPESP 2014/15385-8. UNESP – Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Instituto de Biociências, Letras e Ciências Exatas. Rua Cristóvão Colombo, 2265. Bairro Jardim Nazareth. CEP: 15054-000 - São José do Rio Preto, São Paulo, Brasil. heloisafonseca25@gmail.com.

para denominar as ocorrências culturais observáveis por meio da língua, como: elementos culturais, palavra cultura, realia, indicadores culturais, entre outros. Os culturemas nos estudos fraseológicos começaram a ser estudados mais intensamente a partir dos anos 80 e têm ganhado muita notoriedade e visibilidade com os trabalhos desenvolvidos, principalmente, pelas universidades espanholas, como é o caso do Grupo de Investigación de Lingüística Tipológica e Experimental (GILTE), da Universidade de Granada. Esse grupo pesquisa temas que perpassam o léxico e a cultura das línguas, atualmente possui vários colaboradores em diversas partes do mundo e exportam materiais em diversas linhas e línguas relacionados a este tópico de interesse.

Algumas pesquisas vêm sendo desenvolvidas também no Brasil, porém de forma menos intensa e geralmente relacionadas à Tradução. Pode-se perceber também que as pesquisas brasileiras que citam “culturema”, muitas vezes, o tratam de forma tangenciada ou como trampolim para a elucidação de um tópico diferente. Mesmo assim, vale ressaltar a importância desses trabalhos que, de uma forma ou outra, tentam retratar as questões culturais que transparecem em elementos linguísticos.

Segundo Luque Nadal (2009), a origem da noção de culturema não é clara havendo certa divergência entre os autores, dessa forma, alguns atribuem a criação desse termo aos teóricos funcionalistas Vermeer (1983) e Nord (1997), outros a Oksaar (1988). Ainda segundo Luque Nadal (2009: 97), a noção de culturema pode ser esclarecida da seguinte forma:

Podemos definir culturema como qualquer elemento simbólico específico cultural, simples ou complexo, que corresponda a um objeto, ideia, atividade ou fato, que seja suficientemente conhecido entre os membros de uma sociedade, que tenha valor simbólico e sirva de guia, referência, ou modelo de interpretação ou ação para os membros de dita sociedade. Tudo isto implica que possa ser utilizado como meio comunicativo e expressivo na interação comunicativa dos membros dessa cultura.¹²

Para a autora um culturema pode ser qualquer símbolo cultural advindo de uma variedade de campos e que seja empregado com fim comunicativo no seio de uma cultura. Luque Nadal (2009), como se pode perceber na definição, não especifica que a observação destes símbolos deva surgir das comparações entre línguas o que difere de

¹² Tradução nossa, assim como as demais, do original: *Podríamos definir culturema como cualquier elemento simbólico específico cultural, simple o complejo, que corresponda a un objeto, idea, actividad o hecho, que sea suficientemente conocido entre los miembros de una sociedad, que tenga valor simbólico y sirva de guía, referencia, o modelo de interpretación o acción para los miembros de dicha sociedad. Todo esto conlleva que pueda utilizarse como medio comunicativo y expresivo en la interacción comunicativa de los miembros de esa cultura. (Luque Nadal, 2009: 97).*

alguns teóricos, principalmente mais relacionados à teoria da Tradução, na qual a comparação parece ser a forma mais eficaz de elucidar tópicos culturais, pois representariam problemas no ato tradutório. É o que sugere a definição de Molina Martínez (2006: 79) que entende “por culturema um elemento verbal o paraverbal que possua uma carga cultural específica em uma cultura e que ao entrar em contato com outra cultura, através da tradução, pode provocar um problema de índole cultural entre os textos de origem e meta”. Outro aspecto a ser observado nesta definição, assim como Nord (1997), é o fato de poder ser o culturema um elemento paraverbal, o ritmo, os silêncios, as repetições, o volume, tudo pode ser representado como culturema.

Também para Vermeer e Witte (1990: 34), o culturema pode ser observado a partir da comparação “um fenômeno social de uma cultura X que é entendido como relevante pelos membros dessa cultura, e que comparado a um fenômeno correspondente de uma cultura Y, é percebido como específico da cultura X”¹³. Segundo a definição destes autores o “fenômeno social” (cultural) é visto e entendido como relevante pelos integrantes de uma determinada comunidade, ou seja, os membros de dita cultura têm consciência da relevância do traço cultural.

Os autores, ainda, afirmam que há funções semelhantes e formas distintas para os culturemas, como no exemplo em que tanto o carro, a moto e a bicicleta servem de meio de locomoção, mas tem forma e funcionamento diferentes. O contrário também ocorre, formas semelhantes para funções distintas, como se pode ver em “tomar café” que na Alemanha ocorre na parte da tarde e na Espanha logo após o almoço.

Os culturemas, dessa forma, podem estar relacionados a uma infinidade de objetos, ações, acontecimentos, músicas, histórias, personalidades, relevos, política, culinária e uma série de outros fatores que pela repetição e contexto vão criando uma consciência social. É com base nesta consciência social, que criamos algumas imagens esquemáticas do tipo: coração como centralizador dos sentimentos e cabeça como centro da razão (RIVA, 2013).

Luque Nadal (2009: 94) lembra também a importância de obras específicas para a abordagem de traços culturais, pois estas unidades possuem características muito peculiares:

Noções culturais específicas de um país ou de um âmbito cultural e muitos deles possuem uma estrutura semântica e pragmática complexa. Os

¹³ *Un fenómeno social de una cultura X que es entendido como relevante por los miembros de esa cultura, y que comparado a un fenómeno correspondiente de una cultura Y, resulta ser percibido como específico de la cultura X. (1990: 34)*

culturemas são também unidades de comunicação que necessariamente devem ser levadas em conta e inventariadas em dicionários *ad doc*.¹⁴

A autora aponta a necessidade de coletar e disponibilizar os culturemas em dicionários específicos, pois estas informações culturais influenciam diretamente no uso das línguas. Além disso, segundo ela, esses dicionários não devem ser saturados de informação enciclopédica, mas sim, devem representar o mundo simbólico dos culturemas e as unidades fraseológicas e metáforas que decorram deles.

Um dos precursores no estudo dos culturemas aplicados à teoria fraseológica é Pamies Bertrán, para ele a Tradução, a Fraseologia e a Lexicografia Fraseológica, apesar de geralmente usarem a mesma terminologia, não abordam os fenômenos culturais sob a mesma perspectiva. Assim, para Pamies Bertrán (1997), os culturemas são extralinguísticos, como podemos observar a seguir:

[...] extralinguísticos na medida em que, mesmo sendo verbalizáveis, não são necessariamente verbalizados e quando o são, ele ocorre sempre a *posteriori*, mediante uma dupla codificação, em sentido lotmaniano, já que a semiotização linguística se sobrepõe a uma simbolização extralinguística prévia. (Pamies Bertrán, 2007: 2-3).¹⁵

Nesse contexto, segundo este autor, os culturemas são “símbolos extralinguísticos culturalmente motivados”, que servem de modelo para que as línguas gerem expressões figuradas, inicialmente como meras alusões ao simbolismo.

Assim, para Pamies (2007), os culturemas geram os frasemas que entram na língua e se fixam por meio do uso cotidiano. Dessa maneira os culturemas tendem a conservar sua autonomia, pois criam metáforas, que por sua vez seguem criando novas unidades fraseológicas, e o valor simbólico inicial segue dando origem a outros grupos metafóricos que vão resultar novos fraseologismos. Luque Nadal (2007: 97) resume a noção de culturema, baseando-se em Pamies Bertrán, e apresenta da seguinte forma:

Poderíamos definir culturema como qualquer elemento simbólico cultural específico, simples ou complexo, que corresponda a um objeto, ideia, atividade ou feito, que seja suficientemente conhecido entre os membros de

14 *Nociones específico-culturales de un país o de un ámbito cultural y muchos de ellos poseen una estructura semántica y pragmática compleja. Los culturemas son también unidades de comunicación que necesariamente han de ser tenidas en cuenta y inventariadas en diccionarios ad doc. (Luque Nadal, 2009: 94).*

15 *Son extra-lingüísticos en la medida en que, aun siendo verbalizables, no son necesariamente verbalizados, y cuando lo son, ello ocurre siempre a posteriori, mediante una “doble codificación”, en el sentido lotmaniano, ya que la semiotización lingüística se superpone a una simbolización extra-lingüística previa. (Pamies Bertrán, 2007: 2-3)*

uma sociedade, que tenha valor simbólico e sirva de guia, referência ou modelo de interpretação ou ação para os membros de tal sociedade.¹⁶

Com relação a esta cultura observável na língua, muitos autores propuseram separações em campos de sentido, mais ou menos abrangentes, numa tentativa de se estabelecer uma taxinomia que cobrisse todas as possibilidades. Outros teóricos, ainda, tentaram estabelecer conceitos e determinar uma tipologia descrevendo seu comportamento e aspectos característicos.

Neste contexto, propomos a tabela a seguir, baseada em Molina Martínez (2006: 61-64), na qual é possível observar um resumo de alguns autores que cunharam conceitos que tiveram maior aceitação ao determinar estas unidades de caráter cultural e que seguem representando um desafio no ato da tradução. Alguns destes conceitos são velhos conhecidos como: elementos culturais, palavra cultura, realia e indicadores culturais.

De certa maneira, como é possível ver na tabela, há uma concorrência entre conceitos, apesar de serem a observação de um mesmo fenômeno, em que uma definição se mescla com outra ou são adaptações de propostas já existentes. Todas estas definições, no entanto, são tomadas pelo viés da Tradução.

Tabela I - Tipologia dos elementos culturais.

Autor	Tipologia cultural relacionada à tradução	Conceito	Definição
Nida	a. Ecologia; b. Cultura material; c. Cultura social; d. Cultura religiosa; e. Cultura Linguística.	Elementos culturais	Marca o início dos estudos dos elementos culturais como “problemas” de tradução.
↑ ↓			
Newmark	a. Ecologia; b. Cultura material; c. Cultura social; d. Organização, costumes e ideias; e. Gestos e hábitos.	Palavra cultura	Adaptação da proposta de Nida distingue a linguagem “cultural” da “universal” e “pessoal”.

¹⁶ Podríamos definir *culturema* como cualquier elemento simbólico específico cultural, simple o complejo, que corresponda a un objeto, idea, actividad o hecho, que sea suficientemente conocido entre los miembros de una sociedad, que tenga valor simbólico y sirva de guía, referencia, o modelo de interpretación o acción para los miembros de dicha sociedad. (Luque Nadal, 2007: 97).

Vlakhov e Florin	a. Geográficos e etnográficos; b. Folclóricos e míticos; c. Objetos cotidianos; d. Sociais e históricos.	Realia	Elementos textuais que exprimem cor local e história.
Bödeker, Freese, Koller	Realia com sentido mais amplo.	Realia	Realidades físicas e ideológicas específicas de uma cultura em particular.
House	Tradução patente (<i>overt</i>) e tradução encoberta (<i>covert</i>).	Filtro cultural	Permitem classificar as traduções pela distância cultural entre os textos.
Nord	Funções textuais: a. Fática; b. Referencial; c. Expressiva; d. Apelativa.	Indicadores culturais	Pontos que marcam as diferenças entre as culturas formando barreiras culturais.

Como é possível perceber nesta tabela resumo, Newmark adapta a tipologia de Nida acrescentando elementos não verbais, como os gestos. Também propõe o conceito de “palavra cultura” que representa um fato ou acontecimento em específico, como seria o caso de mensalão no Brasil, uma lexia criada para representar a corrupção e designar a recepção de verbas ilegais. Paralelamente ao conceito de palavra cultura está a “linguagem universal”, como “morrer” e “viver”, que seriam conceitos comuns a todos os povos, e a linguagem pessoal, variável entre indivíduos.

Outros teóricos como Vlakhov e Florin fazem uma tipologia parecida a de Nida e Newmark, porém esta tipologia faz parte da subdivisão do termo *realia* que para eles são os elementos que denotam cor local e história e, portanto, são também especificadores culturais. Bödeker, Freese, Koller também acreditam na existência de tal conceito, porém de forma ainda mais geral, já que aceitam as “realidades ideológicas”. Um conceito tão amplo nos parece contraproducente, já que dentro de uma mesma cultura podem existir ideologias distintas e, apesar de estas estarem submetidas

aos especificadores culturais comuns, mostram escolhas pessoais sendo, portanto, uma questão idiossincrática.

Os outros autores, House e Nord, admitem dentro de suas atividades de tradução a existência de fenômenos que devem ser observados nos textos de trabalho tendo em consideração, mais especificamente, os textos origem. Assim seus conceitos de filtro e indicador cultural, são observados nas diversas funções que o texto pode encabeçar.

De forma resumida, poderíamos dizer que o *culturema*, para a Teoria da Tradução, apresenta-se como o fruto da comparação entre duas ou mais línguas e releva especificidades culturais que são observáveis pela língua, constituindo na maior parte das vezes um desafio para o tradutor. Já para a Lexicografia fraseológica e a Fraseologia os *culturemas* são noções culturais extralinguísticas que acabam por gerar construções linguísticas, muitas vezes, conotadas. Como veremos a seguir.

Culturemas e cognição

É possível perceber, observando-se os trabalhos de Pamies Bertrán (2008a: 143), que há uma relação muito forte entre a fraseologia e a semântica cognitiva no tangente à observação de traços culturais e transferências de sentido. Assim a cultura determinada as criações lexicais e por sua vez as criações fraseológicas:

Um dos fatores que indica o entrelaçamento do cultural no lexical é a possibilidade de produzir ou de compreender as expressões figuradas constituídas por expansão a partir de palavras em que o referente já é por si próprio um símbolo na cultura da comunidade. Isto é o que chamamos de *culturema*¹⁷.

Para este autor a semântica cognitiva é responsável por explicar grande parte das construções fraseológicas, pois segundo ele “a cognição é fortemente influenciada pela herança cultural”¹⁸ (2008: 143), dessa maneira as metáforas desempenhariam papel de destaque na formulação dessas expressões já que une conceitos díspares em uma única unidade de significação.

17 L'un des facteurs qui manifestent l'emboîtement du culturel dans le lexical est la possibilité de produire ou de comprendre les expressions figurées construites par expansion à partir de mots dont le référent est déjà lui-même un symbole dans la culture de la communauté. C'est ce que nous appelons cultureme. (Pamies Bertrán, 2008a: 143)

18 La cognition est fortement médiatisée par l'héritage culturel. (Pamies Bertrán, 2008a: 143)

No senso comum, as metáforas estão amplamente relacionadas ao pensamento poético e literário. São vistas e tratadas como um objeto que se instala fora da linguagem do dia a dia e pertencente ao vocabulário de grandes escritores e pensadores da língua. Entretanto, a metáfora é tão presente na linguagem humana que a maioria das pessoas faz uso desse recurso sem perceber que o estão empregando. Assim, para Gibbs (2002) as metáforas são para os humanos como a água é para os peixes.

É impossível pensar certas expressões da vida cotidiana sem recorrer a elas. Como no exemplo “tempo é dinheiro” em que é possível observar certas unidades lexicais específicas do tipo “gastar tempo” e “poupar tempo”. Em “tempo é dinheiro” duas unidades muito diferentes são relacionadas e o tempo que constitui uma unidade abstrata passa a ser tratada como o dinheiro, uma unidade concreta.

Algumas pessoas, no entanto, fazem uso proposital de tais estruturas com o objetivo de dar maior expressão e força à linguagem, seja falada ou escrita. Utilizam-nas como uma forma de persuadir e mostrar domínio sobre determinado assunto, além de estabelecerem uma proximidade com o interlocutor (Sardinha, 2007).

Para os teóricos da semântica cognitiva as metáforas conceptuais estabelecem-se como conceitos na mente. Esses conceitos são socialmente reconhecidos, uma vez que fazem parte do imaginário social e são passados de geração em geração entre os usuários da língua. Nesse sentido, pode-se pensar que as metáforas são uma forma de identificação cultural e linguística, que transparece a maneira pela qual uma comunidade vê e esquematiza o mundo e as atividades que a cercam.

Para Lakoff e Johnson (1980) o processo cognitivo que envolve a transferência de sentido vale-se das categorias de níveis mais básicos que, de certa maneira, resumem uma delimitação mental. Nesse sentido, Goffman (1974) antes mesmo de Lakoff, propõe o conceito de *frames*, para ele cada instituição da vida humana é regida por um *frame* e os usuários da língua sabem os cenários de cada um desses *frames*. Pode-se dizer que os *frames* são combinações de esquemas mentais.

Nesse sentido, alguns autores da semântica cognitiva, argumentam que muitas metáforas são motivadas, ao menos em princípio, por atividades concretas e sentidos literários, ou seja, traços visíveis de um mecanismo psicológico subjacente à criação metafórica.

Pode-se perceber um pensamento parecido na teoria dos espaços mentais proposta principalmente por Fauconnier (1985, 1997) e Fauconnier e Turner (1998, 2002). Para eles os espaços mentais organizam a maneira como pensamos e falamos, e

são constituídos por *frames* e modelos cognitivos, tudo é operado no cérebro e as relações de sentido que fazemos abrangem áreas cerebrais muito próximas a áreas onde se processam os sentidos e a experiência.

Para Fauconnier e Turner (1998: 137) todas as estruturas dentro do sistema são vistas como espaços mentais, que por sua vez são tidos como pacotes de conceitos. Assim como podemos ver a seguir:

Em nosso modelo, as estruturas de entrada, as estruturas genéricas e as estruturas de mescla no sistema são espaços mentais. Espaços mentais são pequenos pacotes conceituais à semelhança de como pensamos e falamos, para fins específicos de compreensão e ação. Espaços mentais são partes específicas de conjuntos de elementos, estruturadas por *frames* e modelos cognitivos. Eles estão interligados, e podem ser modificados conforme o pensamento e o desdobrar do discurso. Espaços mentais podem ser usados de maneira geral para modelar mapeamentos dinâmicos no pensamento e na linguagem¹⁹.

De forma resumida, os teóricos deste “modelo de redes” acreditam que a cognição humana está dividida em espaços mentais. Estes espaços mentais seriam responsáveis pelo ecletismo do raciocínio humano, assim não precisamos ter uma estrutura pré-construída para cada ação ou ato comunicativo, pois como a cognição é interligada, interconectada, ela busca elementos de vários campos, de vários espaços mentais, para comporem um novo discurso, o chamado *blend*.

Ao falarmos ou compreendermos uma unidade fraseológica, por exemplo, vários campos são acionados e os *frames* de cada um deles são interligados. Um *frame*, então, constitui-se como um “conhecimento esquemático de longo prazo” (Fauconnier; Turner, 2002: 40), ou seja, um conhecimento já estabelecido. Assim, há uma transferência de sentido que vai do espaço mental básico ao novo espaço mental que pode ser um enunciado ou uma unidade fraseológica. É o que podemos perceber na ilustração, que representa o nível mais básico de relação entre espaços mentais, sempre representados por círculos.

¹⁹ In our model, the input structures, generic structures, and blend structures in the network are mental spaces. Mental spaces are small conceptual packets constructed as we think and talk, for purposes of local understanding and action. Mental spaces are very partial assemblies containing elements, and structured by frames and cognitive models. They are interconnected, and can be modified as thought and discourses unfold. Mental spaces can be used generally to model dynamical mappings in thought and language. (Fauconnier; Turner, 1998: 137)

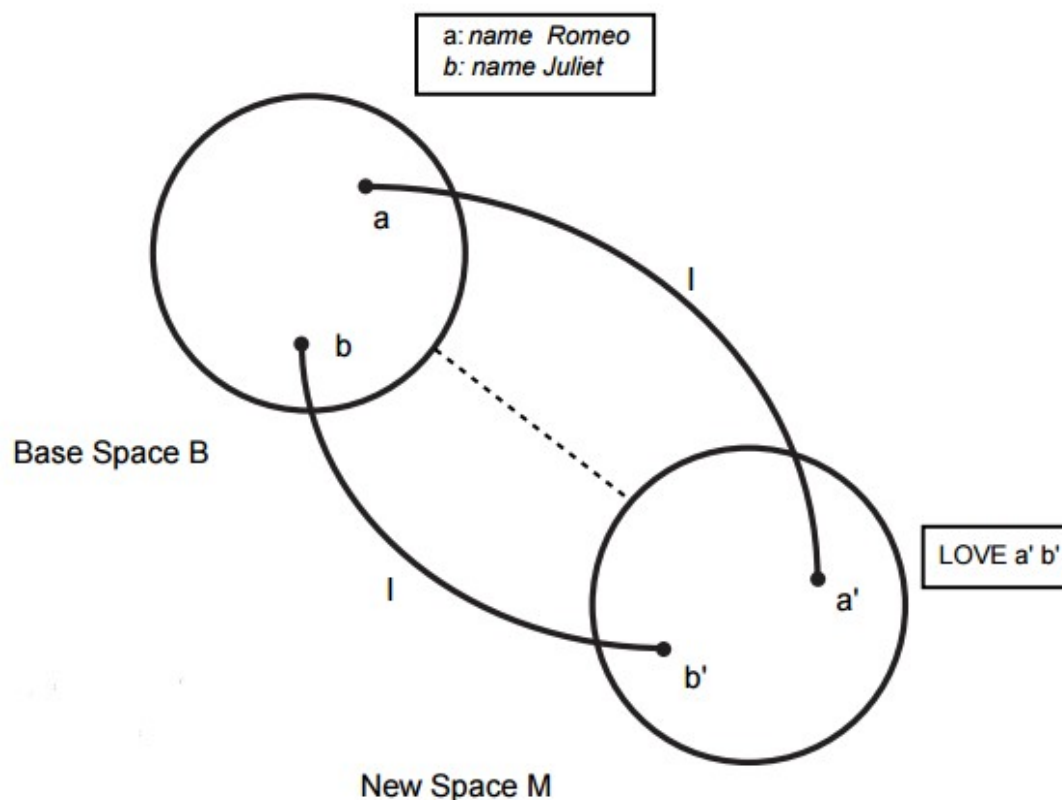


Figura I - Espaços Mentais.

No exemplo “*Talvez Romeo esteja apaixonado por Julieta*”, proposto por Fauconnier (1994) e que serve de base para esta imagem, temos o acionamento do frame “X apaixonado por Y” no qual há a implicação lógica de dois aspectos “o apaixonado - a” e o “alvo da paixão - b”. A unidade lexical “talvez” marca a possibilidade, é um criador de espaço, assim o *blend*, novo espaço formado, pode ser verdadeiro ou não.

A complexidade destes esquemas, que representam os espaços mentais, é proporcional aos enunciados que descrevem, no entanto, todos tem em comum o acionamento de um *frame*, partindo de um espaço mental básico como fonte de criação de espaços mentais mais complexos em *blending*.

Em ambos os casos, tanto pela teoria das metáforas conceituais, como pela teoria dos espaços mentais a linguagem figurada é tida, pelo menos em princípio, como um conceito motivado já que usa unidades muito básicas de representação, sendo um conceito entendido em termos de outro. Retomando essas representações de base, queremos investigar se as unidades “vender o peixe”, “macaco velho não põe (mete) a mão em cumbuca”, “siri que dorme a onda leva”, “boi que dorme acaba no espeto”,

“onça que dorme vira tapete”, “puxar a brasa para a sua sardinha”, “puxar a sardinha para o seu lado”, “caiu na rede, é peixe”, representam um mesmo culturema, já que poderiam representar o “jeitinho brasileiro”, caracterizado pela malandragem criativa para benefício próprio ou de um grupo e, também, como argumento de autoridade e justificativa para ações que de alguma forma saem do padrão de comportamento esperado.

Estas unidades fraseológicas foram selecionadas porque, pelo menos em princípio, pareciam apresentar um conceito comum, o de “esperteza”, que seria uma das marcas do “jeitinho brasileiro” com a qual os brasileiros driblam a falta de recursos, a burocracia exacerbada, os contratempos da vida. Ser esperto é, então, uma necessidade para viver bem em um país com tantos entraves.

Para isto, vamos tentar recuperar as noções mais básicas, o espaço base, segundo a teoria dos espaços mentais que poderiam representar a parte motivada destas unidades fraseológicas.

Vender o peixe - realçar as próprias qualidades para levar proveito em algo.

Conceitos principais: PROPAGANDA / PROMOÇÃO / PUBLICIDADE (esperteza).

Vender marca o *frame*, pois implica um vendedor, um comprador e uma mercadoria ou produto. Além disso, em algum momento, o produto a ser vendido precisa representar um ganho ou uma necessidade para o comprador.

Macaco velho não põe (mete) a mão em cumbuca - pessoa experiente, vivida, não entra em enrascadas.

Conceitos principais: ASTÚCIA (esperteza).

Podemos observar aqui um encadeamento de espaços mentais, dos quais podemos destacar que “macaco velho” representa a experiência humana, a pessoa vivida. Esta sabedoria, que pode ser a respeito de diversos fatores experimentados na vida, é direcionada a um aspecto específico: “cumbuca”, que assumo o caráter de “algo desconhecido”. Aqui poderíamos sugerir o funcionamento de um *frame* básico de que “o desconhecido pode representar um perigo”.

Boi que dorme acaba no espeto / Onça que dorme vira tapete / Siri que dorme a onda leva – alerta para não perder aquilo que se tem ou manter vigilância para conseguir uma boa oportunidade.

Conceitos principais: ATENÇÃO / VIGILÂNCIA (esperteza).

Estas três unidades fraseológicas, com zoônimos tão distintos, retomam a mais básica lei da natureza em que os mais fortes dominam, e se alimentam, dos mais fracos, para que esta lei não se cumpra é preciso manter vigilância, atenção. O perigo se transfere as unidades “espeto”, “tapete” e “onda” que ao seu turno representam fatalidades para os respectivos zoônimos. Em termos ainda mais básicos, a desatenção, no mundo animal, pode acarretar a morte.

Puxar a brasa para a sua sardinha / Puxar a sardinha para o seu lado - empenhar-se para melhorar ou elevar coisas de interesse próprio.

Conceitos principais: INTERESSE (esperteza).

Estas unidades fraseológicas relacionam-se com os conceitos de espacialidade e deslocamento, sempre levando em conta o sujeito, o “eu”, como centro de tudo. Assim, o “possuir” é um aspecto positivo e manter a qualidade da posse é ainda mais. Quando a relação de posse é relacionada a alimentos, e neste caso o zoônimos representa uma fonte de sustento, um alimento, se assevera o interesse, pois comida é vida, comida sempre é um ganho, um aspecto positivo.

Caiu na rede, é peixe - todas as coisas e acontecimentos diversos podem ser aproveitados de alguma maneira.

Conceitos principais: PROVEITO (esperteza).

Esta unidade fraseológica desencadeia o *frame* “pesca”, segundo o qual um sujeito se vale de um artifício ou engenharia objetivando a captura de um animal aquático, geralmente um peixe, considerando-se uma categoria mais básica. A captura, observando-se espacialidade e deslocamento, é um conceito positivo principalmente se relacionada à nutrição, representada pelo lexema peixe. A unidade fraseológica, então, vale-se da categoria mais básica, peixe, aplicada a categorias mais específicas, outras coisas que possam cair na rede. Desta maneira tudo é tratado em termos de categoria básica, uma vez que será equiparado a peixe, sempre representando um ganho.

Observadas as unidades fraseológicas acima, poderíamos dizer que há em todas elas o traço esperteza, mas de forma menos dominante que os outros conceitos que poderiam representar o sentido destas unidades. Assim, apesar de manterem esta base comum, a conceito esperteza não se desvela como um caracterizador, ou como um conceito marcador cultural, pelo menos não o é quando relacionado a estas unidades fraseológicas. Desta maneira não chega a constituir, apesar de usar recursos linguísticos da cultura brasileira (macaco, siri, cumbuca, onça), um culturema.

No entanto, o sema “esperteza” é algo a ser observado nas construções linguísticas brasileiras e, inclusive, na literatura e no noticiário, pois retrata uma faceta do brasileiro. Mas é preciso salientar, que nem sempre a prosódia semântica relacionada a “esperteza” é negativa. Para Berber Sardinha (2004: 236) a prosódia semântica é “a associação recorrente entre itens lexicais e um campo semântico, indicando uma certa conotação (negativa, positiva ou neutra) ou instância avaliativa”. Para este autor, o estudo da prosódia semântica é importante no sentido de que revela significados que os manuais de tradução e os dicionários não descrevem (Fonseca, 2012: 7).

Assim, a prosódia semântica de “esperteza” pode ser positiva quando associada à criatividade e conserto, restauração, de materiais. Além disso, pode ser vista como uma forma de inteligência, pois implica em lidar com uma variedade de elementos e fatos, todos ao mesmo tempo, sendo preciso harmonizá-los.

Considerações finais

Apesar de não ser possível afirmar que todas as unidades fraseológicas analisadas pertencem ao mesmo culturema, porque têm categorias de base muito distintas, este artigo buscou deixar ainda mais clara a influência dos modos de vida e da ação da identidade cultural na constituição da linguagem natural, e como a vida em sociedade, aliada a fatos históricos, políticos e geográficos, fixa usos e expressões fraseológicas que são propagadas e repetidas até entrarem para o acervo léxico e cultural das sociedades.

Nesse sentido, os culturemas fazem parte do desenvolvimento humano sendo quase impossível pensar uma vida fora deles e das metáforas as quais eles dão vida. Essas estruturas constituem o nosso sistema cognitivo e ocupam partes do cérebro que

são instantaneamente ativadas no ato comunicativo. No entanto, esse acesso às informações guardadas no cérebro não é natural para indivíduos que pertencem a outras comunidades de fala e têm outras estruturas cognitivas.

A tendência é que os falantes ativem as redes associativas as quais estão habituados e que foram estabelecidas no seio de uma cultura específica. A cultura, nesses casos, separa o que é “nosso” do que é do “outro”, portanto, para que seja possível entrar na cultura do outro é necessário aprender essa estruturas culturalmente marcadas e, para isso, trabalhos como este se fazem necessários.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Berber Sardinha, A. 2004. *Linguística de Corpus*. São Paulo: Monole.

Fauconnier, G. 1985 (1994). *Mental Spaces*. Cambridge, Mass.: MIT Press.

Fauconnier, G.; Turner, M. 1998. Conceptual Integration Networks. In: *Cognitive Science*, Vol 22 (2), p. 133-187, ISSN 0364-0213.

_____. 2002. *The Way We Think*. New York: Basic Books.

Fonseca, H. C. 2013. *Fraseologismos zoônimos*: elaboração de base de dados português-francês. Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-Graduação em Estudos Linguísticos do Instituto de Biociências, Letras e Ciências Exatas da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, São José do Rio Preto.

_____. 2012. *Estudo Lexicográfico a luz da Linguística de Corpus*: Fraseologismos zoônimos. Anais do Elc-Ebralc, São Carlos. Disponível em: <http://www.nilc.icmc.usp.br/elc-ebralc2012/index.php/pt/>.

Gibbs, R. W. 2002. *The Challenge of Cognitive Linguistics*. I Conference on Metaphor in Language and Thought. São Paulo: Pontificia Universidade Católica de São Paulo.

Goffman, E. 1974. *Frames Analysis*. New York: Harper and Row.

Lakoff, G.; Johnson, M. 1980. *Metaphors We Live By*. Chicago: University Press.

Luque Nadal, L. 2009. *Los culturemas: ¿unidades lingüísticas, ideológicas o culturales?* Journal of Theoretical and Experimental Linguistics, Issue 11, p. 93-120.

Molina Martínez, L. 2001. *Análisis descriptivo de la traducción de los culturemas árabe-español*. Tesis doctoral, Universitat Autònoma de Barcelona, Departament de Traducció i d'Interpretació.

_____. 2006. *EL otoño del pingüino: análisis descriptivo de la traducción de los culturemas*. Castelló de la Plana: Publicacions de la Universitat Jaume I.

Nord, C. 1997. *Translating as a purposeful activity: Functionalist approaches explained*. Manchester: St. Jerome Publishing.

_____. 2000. *What do we know about the target-text receiver?*. Em: Allison Beeby, Doris Ensinger & Marisa Presas, eds. *Investigating Translation*. Amsterdam: Benjamins.

Pamies Bertrán, A. 1992. *De l'intraduisible a l'intertextuel dans l'oeuvre de Georges Brassens*. BRACOPS, M. (éd.): Traduire et interpréter Georges Brassens. Numéro spécial de la revue *Équivalences*, Université de Bruxelles, vol. 22-23, p. 49-71.

_____. 2002. *L'Interculturel et les universaux sémantiques l'équivalence cognitive en traduction*. Ekonomická Fakulta, Universty Mateja Bela v Banskej Bystrici.

_____. 2007. El lenguaje de la lechuga. Apuntes para un diccionario intercultural. In Luque Durán, J. D. & Pamies Bertrán, A. (eds.) *Interculturalidad y lenguaje: el significado como corolario cultural*. Granada: Granada Lingvistica / Método vol. 1, p. 375-404.

_____. 2008a. Comparaison inter-linguistique et comparaison interculturelle. En : Michel Quitout (ed.) *Traduction, proverbes & traductologie*. Paris: Éditions L'Harmattan, p. 143-156.

_____. 2008b. Productividad fraseológica y competencia metafórica (inter)cultural. *Paremia*, 17, p.42-57. ISSN 1132-8940.

_____. 2012a. Zoo-symbolism and metaphoric competence. In: Szerszunowicz, J.; Yagi, K. (eds.). *Focal Issues on Phraseological Studies*. Bialystok (Polska): University of Bialystok (Poland) & Kwansai Gakuin University, Osaka (Japan), p. 291-314.

_____. 2012b. Phraseologie et compétence métaphorique: universaux cognitifs vs. héritage culturel. In: Kaldieva, S.; Zaharieva, R. (eds.). *Linguistic Studies in honour of Prof. Sijka Spasova-Mihaylova*. Sofia: Akademichno Izdatelstvo "Prof. Marin Drinov".

Pamies, A.; Pazos, J.M.; Monteiro, R. et al. 2009. *Implementación lexicográfica de los símbolos desde un enfoque multilingüe e intercultural: el culturema "buitre"*. In: J.Korhonen et al. (eds.). *Phraseologie - Global - Areal - Regional*. Tübingen: G.Narr, p. 339-350.

Riva, W. A. 2013. *Motivação para a neologia na fraseologia brasileira por meio dos culturemas*. Goiás.

Sardinha, T. B. 2007. *Metáfora*. São Paulo: Parábola Editorial.

Vermeer, H. J. 1996. *Fundamentos para una teoría funcional de la traducción*. Tradução de Sandra García Reina e Celia Martín de León; coordenação de Heidrun Witte Torrejón de Ardoz, Madrid: Akal.

