



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA**  
**Instituto de Letras**  
**Pós-Graduação (Mestrado) em Língua e Cultura**  
Rua Barão de Jeremoabo, nº 147, *Campus* Universitário de Ondina  
Ondina, Salvador, Bahia – CEP: 40170-290

**LUÍSA DAMULAKIS SANCHES FERREIRA**

**REFLEXOS PARALELOS:  
DESDOBRAMENTOS IDENTITÁRIOS DA REPRESENTAÇÃO  
HISPÂNICA NOS ESTADOS UNIDOS**

Salvador  
2016

**LUÍSA DAMULAKIS SANCHES FERREIRA**

**REFLEXOS PARALELOS:  
DESDOBRAMENTOS IDENTITÁRIOS DA REPRESENTAÇÃO  
HISPÂNICA NOS ESTADOS UNIDOS**

Dissertação apresentada ao Programa de Mestrado em Língua e Cultura do Instituto de Letras da Universidade Federal da Bahia, como requisito final para obtenção do título de Mestrado em Língua e Cultura.

Orientadora: Profa. Dra. Suzane Lima Costa

Salvador  
2016

Sistema de Bibliotecas da UFBA

Ferreira, Luísa Damulakis Sanches.  
Reflexos paralelos: desdobramentos identitários da representação hispânica nos Estados Unidos / Luísa Damulakis Sanches Ferreira. - 2016.  
150 f.: il.

Orientadora: Profª. Drª. Suzane Lima Costa.  
Dissertação (mestrado) - Universidade Federal da Bahia, Instituto de Letras, Salvador, 2016.

1. Cultura. 2. Identidade social. 3. Comunidades - Aspectos sociais. 4. Mídia.  
I. Costa, Suzane Lima. II. Universidade Federal da Bahia. Instituto de Letras. III. Título.

CDD - 306  
CDU - 316.734

UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA  
Instituto de Letras  
Programa de Pós-Graduação em Língua e Cultura

LUÍSA DAMULAKIS SANCHES FERREIRA

REFLEXOS PARALELOS: DESDOBRAMENTOS IDENTITÁRIOS DA  
REPRESENTAÇÃO HISPÂNICA NOS ESTADOS UNIDOS

Dissertação para obtenção do grau de Mestre em Língua e Cultura

Salvador, 14 de abril de 2016

Banca Examinadora:

Marcia Paraquett Fernandes \_\_\_\_\_  
Doutora em Letras (Língua Espanhola, Literatura Espanhola e Hispano-Americana),  
Universidade de São Paulo

Elizabeth Santos Ramos \_\_\_\_\_  
Doutora em Letras e Lingüística, Universidade Federal da Bahia

Para  
Gerana Damulakis,  
sempre.

## **AGRADECIMENTOS**

Aos professores do Instituto de Letras da Universidade Federal da Bahia, pelo incentivo, apoio e paciência. Agradeço particularmente a minha orientadora Suzane Costa pela confiança e assistência diante das minhas ideias, indagações e inquietudes. Aos colegas mestrandos e doutorandos, pelo companheirismo e afeto mútuo.

*A identidade étnica está colada à identidade linguística –  
eu sou a minha língua (ANZALDÚA, 1987, p. 59).*

## RESUMO

Na era em que o foco é a comunicação, a população hispânica nos Estados Unidos é detentora de uma voz mais poderosa para expressar insatisfações a respeito de sua representação étnica na mídia. Uma voz que ecoa não só em espanhol ou inglês, mas também em “espanglês” como prática de *code-switching*. O principal objetivo desta pesquisa é coletar exemplos da representação da comunidade hispânica (em particular a comunidade mexicana) na mídia dos Estados Unidos, mostrando como os contatos e conflitos são gerados a partir de inferências linguísticas e imagéticas. Para apoiar a pesquisa, são feitas reflexões sobre as noções de cultura, identidade, diferença, representação e reconhecimento no contexto da comunidade mexicana nos Estados Unidos. Tais noções são desenvolvidas com base nos estudos de Stuart Hall, Tomaz Tadeu da Silva, Gilles Deleuze, Félix Guattari, Homi Bhabha e Benedict Anderson. A teoria do reconhecimento é abordada mediante debates sobre as visões de Axel Honneth. O “espanglês” como fenômeno é descrito por meio dos trabalhos de Ilan Stavans, John M. Lipski, Carmen Fought e Silvia Betti. Entre os exemplos de representação midiática estão documentários, *reality shows*, séries de televisão, revistas, publicidade escrita e em vídeo. Uma visão panorâmica da comunidade mexicana representada na mídia norte-americana através do uso do “espanglês”. A análise conclui que, embora seja necessário expressar insatisfações em relação a algumas escolhas controversas de representação na mídia, a comunidade hispânica teme realizar críticas que possam enfraquecer a difusão de suas identidades nos Estados Unidos da América.

**Palavras-chave:** cultura, “espanglês”, identidade, diferença, representação

## ABSTRACT

In the age that focuses on communication, the hispanic people in the USA have a stronger voice to express discontentment when it comes to the media representation of their ethnicity. A voice that echoes not only in Spanish or in English, but also in Spanglish as a practice of code-switching. The main objective of this research is to collect examples of media representation of the hispanic community (specifically the Mexican community) in the USA, showing how contacts and conflicts are built over linguistic and visual features. Supporting the research are reflections on the notions of culture, identity, difference, representation and recognition regarding the Mexican community in the United States. Such notions are developed based on the studies of Stuart Hall, Tomaz Tadeu da Silva, Gilles Deleuze, Félix Guattari, Homi Bhabha and Benedict Anderson. The theory of recognition is approached through discussions on Axel Honneth's views. Spanglish as a phenomenon is described by the works of Ilan Stavans, John M. Lipski, Carmen Fought and Silvia Betti. Among the examples of media representation are documentaries, reality television shows, television series, magazines, written and video advertisements. A panoramic view of the Mexican community represented in the North American media through the use of Spanglish. The analysis concludes that even though it is necessary to express discontentment regarding some controversial choices of media representation, the hispanic community fears being too judgmental, weakening the promotion of their identities in the United States of America.

**Key words:** culture, “spanglish”, identity, difference, representation

## RESUMEN

En la época cuyo foco está en la comunicación, la población hispana en los Estados Unidos detiene una voz más potente para expresar insatisfacciones por su representación étnica en los medios de comunicación. Una voz con ecos no solo en español o inglés, pero también en “espanglés” como práctica de *code-switching*. El objetivo principal de esta pesquisa es recoger ejemplos de la representación de la comunidad hispana (en especial la comunidad mexicana) en los medios de comunicación de masas en los Estados Unidos, demostrando como los contactos y conflictos son generados desde inferencias lingüísticas y visuales. Como apoyo a la investigación, están las reflexiones acerca de las nociones de cultura, identidad, diferencia, representación y reconocimiento en el contexto de la comunidad mexicana en Estados Unidos. Las nociones son desarrolladas frente a los estudios de Stuart Hall, Tomaz Tadeu da Silva, Gilles Deleuze, Félix Guattari, Homi Bhabha y Benedict Anderson. El “espanglés” como fenómeno es descrito por los trabajos de Ilan Stavans, John M. Lipski, Carmen Fought y Silvia Betti. Entre los ejemplos de la representación en los medios están los documentales, *reality shows*, series de televisión, revistas, publicidad escrita y en video. Una visión en conjunto de la comunidad mexicana representada en los medios norteamericanos a través del uso del “espanglés”. El análisis trae como conclusión que, aunque sea necesario expresar insatisfacciones por algunas elecciones controversas de representación en los medios, la comunidad hispana recea hacer críticas que puedan debilitar la difusión de sus identidades en los Estados Unidos de América.

**Palabras-claves:** cultura, “espanglés”, identidad, diferencia, representación

## LISTA DE FIGURAS

<b>FIGURA 1:</b> “Contents – Contemporary and Southwestern Dining, For Pesos” .....	66
<b>FIGURA 2:</b> “Tan buena como estar esmaya'o y jampiarle un arroz con pollo.” .....	104
<b>FIGURA 3:</b> “Tan buena como raspar el pegao.” .....	104
<b>FIGURA 4:</b> “Tan buena como un sueñito debajo de una mata e mango.” .....	105
<b>FIGURA 5:</b> “Tan buena como vacilar mi salsa.” .....	105
<b>FIGURA 6:</b> “Tan buena como encontrar un parking frente al building.” .....	105
<b>FIGURA 7:</b> “23 sabores blended into one extraordinary taste. Inconfundible.” .....	108

## LISTA DE QUADROS

<b>QUADRO 1:</b> Estimativa da população hispânica ou latina e suas origens nos Estados Unidos em 2000 e 2010 .....	20
<b>QUADRO 2:</b> Estimativa da população de origem mexicana em suas áreas mais habitadas nos Estados Unidos, em 2010 .....	21
<b>QUADRO 3:</b> Taxa de bilinguismo entre os jovens adultos de 18 a 24 anos, por geração e etnicidade, em outubro de 1999 .....	23
<b>QUADRO 4:</b> Estimativa da população hispânica acima de cinco anos em seu uso das línguas faladas em casa, nos Estados Unidos .....	24
<b>QUADRO 5:</b> <i>Websites</i> mais visitados pela comunidade hispânica em maio de 2011, nos Estados Unidos .....	91
<b>QUADRO 6:</b> Estimativa da contribuição hispânica em produções midiáticas nos Estados Unidos .....	98

## LISTA DE TRANSCRIÇÕES E REPRODUÇÕES

<b>TRANSCRIÇÃO 1:</b> Conversa no Novo México .....	33
<b>TRANSCRIÇÃO 2:</b> Toyota Hybrid .....	50
<b>TRANSCRIÇÃO 3:</b> Spanish Voices – Spanglish .....	100
<b>TRANSCRIÇÃO 4:</b> Spanglish: Mi Vida Remixed .....	102
<b>TRANSCRIÇÃO 5:</b> Blue Cross Blue Shield of Arizona 1 .....	109
<b>TRANSCRIÇÃO 6:</b> Blue Cross Blue Shield of Arizona 2 .....	110
<b>TRANSCRIÇÃO 7:</b> Blue Cross Blue Shield of Arizona 3 .....	110
<b>TRANSCRIÇÃO 8:</b> Blue Cross Blue Shield of Arizona 4 .....	111
<b>TRANSCRIÇÃO 9:</b> MTV Tr3s – Shakira .....	113
<b>TRANSCRIÇÃO 10:</b> MTV Tr3s – Daddy Yankee.....	113
<b>REPRODUÇÃO 1:</b> When La Raza – Alurista .....	117
<b>TRANSCRIÇÃO 11:</b> Frito-Lay – “Frito Bandito Raise Your Hands” .....	128
<b>TRANSCRIÇÃO 12:</b> Frito-Lay – “Frito Bandito Song” .....	129

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>14</b>
<b>1 APRESENTANDO O CENÁRIO.....</b>	<b>17</b>
1.1 PARA ALÉM DAS MARGENS DO RIO.....	19
<b>1.1.1 Manutenção de raízes .....</b>	<b>21</b>
1.2 O “ESPANGLÊS” SOB O SOL DO NORTE .....	26
<b>1.2.1 Surgimento problemático .....</b>	<b>29</b>
<b>1.2.2 Dimensões mal calculadas .....</b>	<b>30</b>
<b>1.2.3 Estruturas sólidas? .....</b>	<b>34</b>
<b>1.2.4 Imprecisão terminológica .....</b>	<b>37</b>
1.3 TRAÇOS DE LÍNGUA E ETNIA .....	39
1.4 IMAGINANDO E CRIANDO COMUNIDADES .....	44
<b>2 CONTATOS E CONFLITOS .....</b>	<b>49</b>
2.1 ESTEREÓTIPOS AMBIVALENTES .....	51
2.2 MURALISMO DIASPÓRICO .....	57
2.3 RECONHECIMENTO E REPRESENTAÇÃO .....	62
2.4 AMEAÇAS E RESISTÊNCIAS .....	67
<b>2.4.1 Oposições semelhantes .....</b>	<b>72</b>
<b>2.4.2 Somos todos mexicanos.....</b>	<b>77</b>
<b>3 UM DESENLACE NAS MÃOS DO PÚBLICO .....</b>	<b>85</b>
3.1 LATINAS DE PAPEL .....	86
3.2 UM CANTO BILÍNGUE.....	88
3.3 COMUNIDADE TECNOLÓGICA .....	90
3.4 DE POSSE DO CONTROLE REMOTO .....	92
3.5 O TEATRO DO REAL .....	98
3.6 DOCUMENTANDO IDENTIDADES .....	100
3.7 PUBLICIDADE IMPRESSA.....	103
3.8 COMERCIAIS (IN)CONSCIENTES .....	108
3.9 LETRAS CHICANAS .....	115
3.10 CONTOS INFANTIS.....	120
3.11 REFLEXOS SOBRE A REPRESENTAÇÃO .....	123
3.12 PRECONCEITOS DISFARÇADOS .....	127

<b>CONCLUSÃO .....</b>	<b>131</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>134</b>

## INTRODUÇÃO

Prática de representação milenar, o teatro anda de mãos dadas com a história da humanidade. Na execução da dramaturgia, o ser humano lida com questões cruciais de sua existência: identidade, diferença, reconhecimento, representação. O “ser ou não ser” que habita o âmago dos indivíduos e é responsável pela origem do conhecimento, a principal indagação que leva à busca, à pesquisa, ao estudo. A arte que imita a vida e a vida que imita a arte tecem uma linha tênue entre realidade e ficção, uma manipulação de sentimentos que define o objetivo das atividades de entretenimento e seus desdobramentos em dimensões imensuráveis.

Da influência de Shakespeare na língua inglesa à incorporação do “espanlês” na mídia estadunidense, a representação é como o infinito universal: um espelho frente a outro espelho. Mas como é a aceitação desse reflexo na era da comunicação? É do ser humano querer mudar aquilo que vê, a inquietude ante o estático, uma eterna prisão à mudança imposta pelo tempo. Em um mundo regido pela interação, cabe às vozes antes silenciadas o papel de contestadoras no teatro da vida virtual, já tão transformadora e tão real.

A mídia como representação estabelece padrões, dita regras, espera o reconhecimento e trabalha na construção de comunidades imaginadas. Mais que entretenimento, é reflexão ou absorção, pois toda produção humana carrega um ingrediente essencial e indissociável chamado ideologia. É a mídia como no teatro que carrega políticas por trás das máscaras de comédia e tragédia. Dualidades, margens opostas, paralelismo, maniqueísmo... Novamente: “ser ou não ser”?

Os atos são a divisão principal de uma peça de teatro, servindo para agrupar cenas interligadas pela temática. O presente trabalho substitui capítulos por atos, subcapítulos por cenas. Desse modo, serão três os atos: 1) a exposição dos atores sociais que constituem a história, quais são, quantos são, onde estão; 2) o desfecho do conflito, o desenvolvimento do clímax; 3) o desenlace, quando o público possui as ferramentas para resolver (ou não) o conflito.

No primeiro ato, o cenário do presente trabalho é levantado sobre fundações cartográficas – através do olhar de Suely Rolnik (1989) – concebendo os traços geográficos e sociais que desenham o enredo. São apresentados os personagens através de dados quantitativos, assim como a fronteira entre México e Estados Unidos, a comunidade hispânica em solo estadunidense, o estabelecimento das noções de cultura, identidade e diferença, a criação de comunidades imaginadas e o elemento principal da trama: o “espanlês”.

Já no segundo ato, contatos e conflitos estabelecem semelhanças nas diferenças, movimentos sociais embrionários, encontros (colisões) de placas tectônicas em uma esfera cultural. O surgimento de identidades híbridas, as teorias de representação e reconhecimento, o não reconhecimento, a ambivalência dos estereótipos, ameaças, resistências e oposições entre anglo-estadunidenses e mexicano-estadunidenses.

O terceiro e último ato analisa o desenlace dos conflitos nas mãos do público: as representações da comunidade hispânica na mídia estadunidense. Em uma era dominada pela mídia, a importância desta como ferramenta de formação de uma identidade coletiva é incontestável. No entanto, a mídia tem a comunicação como atividade primordial. Estariam as novas vozes que ganharam volume com a tecnologia utilizando seus poderes para regular suas representações midiáticas ou a própria interação social e a busca pela notoriedade individual ainda acabam por controlar as opiniões?

O trabalho é fruto de anos de um constante acompanhamento dos movimentos midiáticos e suas interações com a comunidade hispânica. Com um recorte inicial dos estudos direcionado ao estado do Arizona, nos Estados Unidos, os olhares voltam-se em seguida para a comunidade hispânica presente em expansão pelo país e tão retratada como unificada, estereotipadamente ambivalente, servindo para fortalecê-la e enfraquecê-la simultaneamente.

O termo “americano” é abandonado ao tratar dos personagens do enredo, pela consciência de que “América” possui referência continental e não nacional. Enquanto “anglo-estadunidense” refere-se aos nativos dos Estados Unidos de descendências não hispânicas e em sua grande maioria monolíngues em inglês, o termo “mexicano-estadunidense” refere-se aos nativos dos Estados Unidos descendentes de mexicanos, também chamados de “chicanos”. Os “hispânico-estadunidenses” são também nativos estadunidenses com descendências de variados países nos quais a língua oficial é o espanhol. Já “latinos” nos Estados Unidos é uma generalização para imigrantes ou descendentes de indivíduos que nasceram em países cujas línguas oficiais são de raiz latina. “Comunidade hispânica” agrupa todos os imigrantes dos países de língua espanhola e seus descendentes nos Estados Unidos. A problemática em torno de tal definição dá origem às questões tratadas nesse trabalho: a visão pretensiosamente “unificada” de uma comunidade constituída por uma grande diversidade e como esse processo influenciado pela mídia serve ao mesmo tempo para fortalecer e enfraquecer a voz de seus integrantes.

O *corpus* analisado é constituído por uma variedade de produções midiáticas direcionadas à comunidade hispânica nos Estados Unidos: materiais publicitários, programas de televisão e revistas. O objetivo do trabalho não é esgotar conteúdos, mas realizar um

panorama qualitativo, destacar resultados de análises em diferentes áreas da mídia e trazer questões sobre o comportamento usual da comunidade hispânica e suas representações. Os materiais são analisados através das inferências imagéticas e linguísticas levantadas pela pragmática, da noção e definição do “espanglês” como ferramenta principal de representação cultural e bandeira identitária, da observação política presente nos estereótipos, da presença ideológica de moldes culturais e das práticas de funções assimilacionistas e pluralistas na construção das produções trabalhadas.

Como afirma Woodward (2000): “As formas pelas quais a cultura estabelece fronteiras e distingue a diferença são cruciais para compreender as identidades. A diferença é aquilo que separa uma identidade da outra, estabelecendo distinções, frequentemente na forma de oposições [...]” (p. 41). O trabalho usa o cenário constituído por México e Estados Unidos como exemplo de movimentos que podem ser observados por todo o globo. Embora seja tratado o caráter singular dessa relação social, o seu aspecto central, que é a crise da identidade, é um fenômeno mundial, fruto da globalização, segundo Woodward (2000).

Esse fenômeno tem como consequência o enfraquecimento da cultura local em prol da homogeneidade para fortalecer identidades nacionais em face do fluxo constante das migrações. Ao mesmo tempo, a sociedade atual consiste numa multiplicidade de centros de força que favorecem a existência de identidades diferentes. Stuart Hall (2000) defende as duas concepções de identidades culturais: a estática e a fluida. A fluidez das identidades é retratada pelos diversos papéis assumidos em sociedade, enquanto a estática denuncia um sistema político de controle social.

Dessa forma, o trabalho serve como amostra de uma *performance* que se reproduz mundialmente em outros palcos. O enfoque linguístico volta os olhares para o “espanglês”, a língua como o bem mais precioso do ser humano, a metalinguagem do “ser ou não ser”.

## 1 APRESENTANDO O CENÁRIO

Entre os Estados Unidos e o México, sua metafórica e ao mesmo tempo tão literal fronteira representando culturas distantes e próximas, há um jogo interminável de dicotomias que, na imensidão de seus conflitos, constituem apenas uma pequena ilustração de enredos similares que ocorrem, ocorreram e sempre ocorrerão numerosamente por todo o globo.

Apresentar esse cenário é realizar um contorno topográfico ao longo de um rio, de uma fronteira artificial disfarçada de natural. É apresentar a quantidade dos personagens que irão movimentar o enredo e estabelecer o que está em questão: identidades. Um leque de possibilidades sempre condicionado pelo tempo e espaço, pela época, posição e território que um indivíduo ocupa. Cultura, língua, etnia, identidade, diferença, representação e imaginação não são só palavras-chaves, mas os ingredientes de uma peça de teatro, de uma narrativa histórica, de uma vida simplesmente vivida ou ainda por viver. A construção de um mundo interior que reflete o exterior traz em si a significância de partículas que formam um todo: é a diversidade presente na unidade ou a unidade constituída pela diversidade? Ou ambas? Noções que se contradizem, estabelecem e classificam comportamentos para libertar e aprisionar essas liberdades.

É do híbrido, do ambíguo, dos contatos e conflitos entre oposições binárias, da constante dependência da diferença para o desenvolvimento de identidades que este trabalho surge, assim como o “espanglês” nos Estados Unidos. Um instrumento identitário que traz questões polêmicas e divide opiniões, confunde e é alvo de incompreensão, fazendo de sua abordagem e utilização um processo extremamente sensível e sério. Através de uma análise do que se entende por cultura, identidade e as formas de representá-las, será possível observar como o “espanglês” é manipulado pela mídia estadunidense e como a comunidade hispânica se comporta ante a grande força midiática. Resta então investigar até que ponto as cobranças da era em que o foco é a comunicação fazem do ser humano atual apenas um eco do que ele consome ou se, de fato, as novas vozes que antes permaneciam silenciadas agora utilizam tão grandioso acesso à comunicação como um recurso a seu favor.

A apresentação do cenário também faz alusão ao método usado para a realização do trabalho: a cartografia. O método da cartografia proposto por Gilles Deleuze e Félix Guattari (1996) acompanha os processos, está em constante movimento, ao invés de seguir modelos estruturais prontos e engessados. “A cartografia parte do reconhecimento de que, o tempo todo, estamos em processos, em obra”, como explica Virgínia Kastrup (BARROS; KASTRUP, 2009, p. 73). Isso não significa que a realização do trabalho de pesquisa ocorra

sem direção. A concepção de trajeto é mantida, embora seja dispensada a existência de metas predeterminadas e de resultados prontos. No trabalho em questão, os objetivos são claros: observar como o “espanglês” é utilizado pela mídia e como a comunidade hispânica reage, aceitando ou rejeitando as produções que têm o poder de manipular essa ferramenta identitária tão importante em solo estadunidense. Entretanto, ao lidar com questões em constante mudança e desenvolvimento, o trabalho também faz parte desse processo, acompanhando um dado momento de um dinamismo que não oferece verdades incontestáveis nem conclusões absolutas.

A elaboração da cartografia é entendida como

[...] uma composição caleidoscópica de textos, em diversos gêneros e modalidades, com diversas intenções discursivas, que podem ser montados e desmontados, por diversos ângulos de análise, para desenhar e refletir sobre um campo de ação. [...] Essa composição se faz demarcada pelas contingências institucionais da pesquisa, da própria linguagem enquanto fenômeno/discurso. [...] Assim, a cartografia pode abarcar, ao mesmo tempo, um conjunto de interesses, procedimentos e princípios que dão forma à pesquisa e ser também um produto, que, ao dar visibilidade às ações, proporciona a reflexão sobre a própria experiência. (CÉSAR e COSTA, 2013, p. 19)

Na cartografia, a sensibilidade ocupa uma posição primordial, sendo responsabilidade do cartográfico estabelecer agenciamentos entre o sujeito e o objeto de pesquisa. A prática cartográfica é um “acionamento no nível das sensações”, como exposto por Virgínia Kastrup (2009, p. 42). Já a pesquisadora Suely Rolnik define a cartografia como um “desenho que acompanha e se faz ao mesmo tempo que os movimentos de transformação da paisagem” (GUATTARI; ROLNIK, 1989, p. 15). A diferença é estabelecida em relação ao mapeamento: “A cartografia, diferentemente do mapa, é a inteligibilidade da paisagem em seus acidentes, suas mutações” (GUATTARI; ROLNIK, 1989, p. 62).

O cartógrafo vai além das constituições estanques e volta o olhar para os processos, para o dinamismo social, sendo essa a principal atitude desenvolvida durante a pesquisa. O dinamismo social é responsável por movimentos culturais e identitários refletidos nas línguas e nos comportamentos dos indivíduos. Desse modo, o panorama em questão é traçado primeiramente com aspectos significativos das histórias dos Estados Unidos e do México, e como o desenrolar de suas interações é de extrema importância para as questões identitárias e culturais que envolvem cenários de imigração. Cabe destacar a relevância da observação de tais movimentos para um mundo que sempre esteve em constante mudança ocasionada por contatos e conflitos entre povos diferentes.

## 1.1 PARA ALÉM DAS MARGENS DO RIO

Como dito por Glissant (2006), as fronteiras não devem ser símbolos do impossível, mas lugares de passagem e transformação: “Só existe fronteira para essa plenitude de, enfim, ultrapassá-la e através dela compartilhar plenamente as diferenças”. Com o intuito de estudar os desdobramentos identitários e culturais originados na fronteira entre Estados Unidos e México, volta-se o olhar para o cenário constituído por ambos os países, um cenário marcado por contatos e conflitos. Uma fronteira de 3,141 quilômetros, boa parte seguindo o curso de um rio que por si só já denota conflitos, dado o fato de ser conhecido por dois nomes: Rio Grande para o norte e Río Bravo para o sul. Como comenta Bastidas Colinas, é na própria fronteira e no rio onde começam as desavenças:

No rio, que é “uma grande metáfora”. Uma fronteira que representa muito bem uma relação opressiva. De recordes e números grandes. O cruzamento diário de pessoas e veículos, no intercâmbio, no consumo, na migração legal e ilegal, no trânsito de drogas, de armas e de contrabando. Uma fronteira em que tudo é tema e tudo é problema: os direitos humanos, as relações trabalhistas, o comércio, o meio ambiente, a economia, o desenvolvimento urbano e a delinquência. (BASTIDAS COLINAS, 2010)

Em 1848, os Estados Unidos venceram a guerra contra o México, anexando a parte noroeste mexicana, o que deu origem ao Sudoeste estadunidense. Portanto, o que hoje é conhecido como o Sudoeste dos Estados Unidos foi, originariamente, um território colonizado pelos espanhóis. Com isso, o México perdeu dois terços de seu território para os Estados Unidos (Novo México, Arizona, Califórnia, Nevada, Utah, metade do Colorado e a parte do Texas que não pertencia aos Estados Unidos antes da guerra).

O estabelecimento da nova fronteira tornou-se símbolo das relações entre Estados Unidos e México, devido ao fluxo contínuo de migrações dos mexicanos para o norte. As ondas migratórias passaram a constituir um fenômeno no final do século XX, impulsionadas pela propagação do *American Dream*, o sonho americano, ideia cunhada em 1931 pelo historiador estadunidense James Truslow Adams, referindo-se ao progresso dependente apenas das competências profissionais do indivíduo e não de um destino fixo, ditado pela hierarquia social.

Diferentemente da situação de outros imigrantes nos Estados Unidos, como os africano-estadunidenses e os asiático-estadunidenses, os imigrantes mexicanos que chegam ao país não ficam geograficamente afastados da sua herança cultural. Fought (2010) descobriu que quase todos os mexicano-estadunidenses nascidos nos Estados Unidos passaram pelo menos algum tempo no México.

Em 2003, o censo estadunidense revelou que os latinos já tomavam o primeiro lugar, que era dos africano-estadunidenses, como a maior minoria étnica nos Estados Unidos. Já em 2007, 29,2 milhões de estadunidenses indicaram descendência mexicana (*Pew Hispanic Center*<sup>1</sup>, 2009). Em 2010, os hispânicos representavam 16,3% da população dos Estados Unidos, sendo 63% dos hispânicos de origem mexicana. No quadro abaixo, estão os números estimados pelo *United States Census Bureau* da população hispânica nos Estados Unidos comparados no início da década, em 2000, e no final, em 2010.

**QUADRO 1: Estimativa da população hispânica ou latina e suas origens nos Estados Unidos em 2000 e 2010**

Origem	2000		2010	
	Número	Porcentagem	Número	Porcentagem
<b>População total</b>	281.421.906	100,0	308.745.538	100,0
<b>Origem hispânica ou latina</b>	35.305.818	12,5	50.477.594	16,3
<b>Outras origens</b>	246.116.088	87,5	258.267.944	83,7
<b>Total de hispânicos ou latinos</b>				
<b>Total de hispânicos ou latinos</b>	35.305.818	100,0	50.477.594	100,0
<b>Origem mexicana</b>	20.640.711	58,5	31.798.258	63,0
<b>Origem porto-riquenha</b>	3.406.178	9,6	4.623.716	9,2
<b>Origem cubana</b>	1.241.685	3,5	1.785.547	3,5
<b>Outros hispânicos ou latinos</b>	10.017.244	28,4	12.270.073	24,3

Fonte: *Current Population Survey, United States Census Bureau website.*

Como é possível constatar através da pesquisa, a população de hispânicos com origem mexicana é a que demonstra maior crescimento e segue sendo a maior população residente nos Estados Unidos nos últimos dez anos. A população hispânica aumentou em 15,6 milhões entre 2000 e 2010, o que significa quase metade do aumento total da população estadunidense, que foi de 27,3 milhões. Entre 2000 e 2010, a população hispânica ou latina cresceu 43%, ou seja, quatro vezes mais que o crescimento da população total, de 10%. Os mexicanos são os responsáveis por três quartos do aumento na população hispânica. No quadro abaixo está a classificação das regiões mais povoadas por mexicanos em 2010:

<sup>1</sup> O Pew Research Center, localizado em Washington DC, fornece informações sobre questões, atitudes e tendências que estão moldando os EUA e o mundo.

**QUADRO 2: Estimativa da população de origem mexicana em suas áreas mais habitadas nos Estados Unidos, em 2010**

<b>Origem mexicana</b>	<b>Total</b>	<b>1°</b>	<b>2°</b>	<b>3°</b>	<b>4°</b>	<b>5°</b>
<b>Área</b>	E.U.A.	Califórnia	Texas	Arizona	Ilinois	Colorado
<b>População</b>	31.798.258	11.423.146	7.951.193	1.657.668	1.602.403	757.181

Fonte: *Current Population Survey, United States Census Bureau website.*

Dentre as cinco regiões mais povoadas por hispânicos de origem mexicana, quatro são territórios cedidos pelo México com o Tratado de Guadalupe Hidalgo em 1848 (Califórnia, Texas, Arizona e parte do Colorado) e com a Compra Gadsden em 1853, uma venda de cerca de 77.770 km<sup>2</sup> do território mexicano, realizada pelo presidente Antonio López de Santa Anna aos Estados Unidos, que deu origem ao sul do Arizona e do Novo México.

### **1.1.1 Manutenção de raízes**

Uma peculiaridade dos estadunidenses descendentes de mexicanos é o fato de os códigos linguísticos exercerem papel fundamental para a construção de uma identidade étnica pela segunda geração de falantes. De acordo com a pesquisa de Fought (2003), os falantes da segunda geração julgam que o espanhol é importante para a identidade mexicano-estadunidense, mesmo que eles próprios não sejam fluentes na língua e conheçam apenas algumas palavras básicas em espanhol. No entanto, apesar da existência de atitudes positivas por parte dos descendentes, o processo para desvincular os falantes da língua espanhola da relação direta com a imagem de pobreza e falta de educação ainda se apresenta bastante lento.

Embora o grupo de maior número de imigrantes latinos no país possua origem mexicana, Porto Rico fica em segundo lugar com 9,2% da população hispânica e latina (TORRES, L., 2010). De acordo com Torres, L. (2010), observadores da realidade sociolinguística nos Estados Unidos apresentam evidências que sugerem que grande parte da população de descendentes porto-riquenhos perde o espanhol já na terceira geração. Como justificativa para isso, a autora destaca que:

Embora porto-riquenhos sejam oficialmente cidadãos americanos, a experiência daqueles que chegam aos Estados Unidos é similar à de outros imigrantes latino-americanos, uma vez que eles procedem de um país em que o espanhol é a língua

dominante. Ainda assim, o que distingue os porto-riquenhos de outros grupos latino-americanos é o seu movimento de migração circular, pelo qual alguns imigrantes vivem tanto em Porto Rico como nos Estados Unidos por determinados períodos de tempo. Essa relação colonial mal resolvida e ambígua com os Estados Unidos, assim como o movimento de migração circular, complica as questões referentes à identidade da língua de Porto Rico. (TORRES, L., 2010, p. 50)

Tal cenário fica evidente ao analisar os resultados das pesquisas de Elka Ghosh Johnson (2005) no colégio de ensino médio Humboldt Park, em Chicago, estado de Illinois – na época da pesquisa, 80% dos estudantes eram latinos, sendo 50% porto-riquenhos e 30% mexicanos – o que levou Torres, L. (2010) a concluir que embora a maioria dos alunos fosse bilíngue, o inglês era usado quase que exclusivamente na escola pelos porto-riquenhos, diferente dos mexicanos, que usavam ambos os idiomas no ambiente escolar. Isso deixa clara a distinção entre as identidades linguísticas mexicana e porto-riquenha:

Ghosh Johnson (2005) descobriu que os estudantes porto-riquenhos se identificavam linguisticamente mais com os africano-americanos que com os mexicanos, e essa deve ser uma das razões pelas quais eles mudam mais rapidamente para o inglês. Quando perguntado sobre o porquê de os porto-riquenhos não falarem tanto espanhol na escola, um estudante respondeu: “Porque nós, porto-riquenhos, nos consideramos negros. Nós falamos ‘ghetto’, não falamos espanhol”. De fato, os estudantes porto-riquenhos distinguem-se pelo uso de variações urbanizadas do inglês, que compartilham características com o inglês africano-americano. Ghosh Johnson também destaca que os estudantes porto-riquenhos estereotipavam os mexicanos de formas negativas e os caracterizavam como tradicionais, provincianos e desagradáveis. (TORRES, L., 2010, p. 51)

De fato, os africano-americanos e porto-riquenhos compartilham uma história de habitação dos mesmos espaços geográficos em Nova Iorque, além de participarem do desenvolvimento da música *hip-hop*, entre outras formas de cultura urbana. Também é importante destacar que os mexicanos estão presentes nos Estados Unidos há mais tempo que os porto-riquenhos. Como exemplo, a chegada de mexicanos em Chicago data do início dos anos 1900, o que lhes permitiu estabelecerem várias vizinhanças e bairros nos quais constituem a maioria da população. Outro fator, como indica Torres, L. (2010), é o tipo de imigração e as referências feitas pela mídia à comunidade mexicana:

A contínua imigração também é relevante. Atualmente, em Chicago, aproximadamente metade dos mexicanos nasceram no estrangeiro, e vários locais em que a maioria dos habitantes são mexicanos ainda servem como porto de entrada para mais imigrantes mexicanos. Esse constante fluxo de imigrantes ajuda a manter o espanhol monolíngue vivo e visível. Fora isso, existe um apoio institucional ao espanhol através de jornais, programas de rádio (todas as quatro estações em língua espanhola trazem características mexicanas), áreas de *shoppings*, etc. Os números expressivos e a concentração geográfica de mexicanos, assim como o apoio institucional ao espanhol, podem ser traduzidos na exposição substancial das segunda e terceira gerações de mexicanos ao espanhol monolíngue. (TORRES, L., 2010, p. 52)

Para falar da situação atual do *marketing* de alvo hispânico nos Estados Unidos, na arte, na música e na literatura, não faltam exemplos da aceitação de autores latinos nos Estados Unidos, novos programas de televisão e emissoras de rádio em espanhol, o que ilustra o grande aumento de interesse da mídia por questões hispânicas.

Tendo em vista este panorama, os autores Lopez e Estrada (2005) analisaram o resultado da pesquisa *Current Population Survey*, em 1999, que já constatava a diferença de porcentagem do índice de bilinguismo entre os hispânicos comparados aos asiático-estadunidenses, brancos e negros. Ambos os escritores chegam à seguinte conclusão: “o bilinguismo intergeracional é, sem dúvida, muito forte entre os hispânicos, que são majoritariamente mexicanos, dado que a quarta geração é ainda mais mexicana que a primeira ou segunda” (LOPEZ; ESTRADA, 2005, p. 61). A pesquisa em questão, realizada em 1999, já mostrava como a taxa de bilinguismo entre hispânicos caía de 94% para 45% da primeira até a terceira geração, enquanto entre os asiáticos, por exemplo, a taxa caía de 82% na primeira geração para 2% de descendentes bilíngues na terceira geração.

**QUADRO 3: Taxa de bilinguismo entre os jovens adultos de 18 a 24 anos, por geração e etnicidade, em outubro de 1999**

Gerações	Latino-EU	Asiático-EU	Branco	Negros	Total
Primeira	94%	82%	73%	44%	85%
Segunda	94%	53%	49%	12%	72%
“2,5”	70%	16%	13%	–	26%
Terceira e além	45%	5%	2%	2%	4%
Todas	79%	54%	5%	6%	19%

Fonte: *Current Population Survey, Education Supplement*, outubro de 1999.

Para esclarecimento do quadro, a primeira geração refere-se às pessoas nascidas no estrangeiro (fora dos Estados Unidos), a segunda ilustra a geração dos filhos nascidos nos Estados Unidos de pais estrangeiros ou chegados aos Estados Unidos antes dos seis anos, e, finalmente, a terceira geração são os filhos dos filhos de imigrantes nascidos no estrangeiro (fora dos Estados Unidos). A categoria intermediária, chamada de “2,5”, engloba os filhos nascidos nos Estados Unidos de pais dentre os quais só um nasceu no estrangeiro (fora dos Estados Unidos). É preciso enfatizar que o bilinguismo é definido como a utilização de outra língua em casa, que não a língua inglesa. Em 2009, a *Pew Research Center* divulgou que oito

entre dez hispânicos da segunda geração são fluentes em espanhol além de inglês, e 38% da terceira geração ainda mantêm a habilidade de falar espanhol fluentemente, uma diferença de apenas 7% ao longo de uma década – pouco para uma terceira geração cujos pais já são nativos dos Estados Unidos.

A recente pesquisa da *Pew Research Center*, realizada em 2013, confirmou que a maioria dos hispânicos que falam inglês nos Estados Unidos também fala espanhol, sendo, portanto, bilíngue. Cerca de seis entre dez hispânicos em idade adulta no país falam inglês ou são bilíngues. Foram encontrados os seguintes resultados: entre os hispânicos vivendo nos Estados Unidos, 36% consideram usar ambas as línguas em uma frequência equivalente, 25% usam mais inglês e 38% usam mais espanhol; entre os que usam mais inglês, 59% são bilíngues.

Em outra pesquisa realizada pela *Pew Research Center* em 2011, também foi constatado que os hispânicos adultos valorizam muito a fluência em ambas as línguas: 87% dos entrevistados ressaltam a importância do inglês para o sucesso profissional e 95% argumentam que o espanhol também é de grande importância para o futuro das novas gerações no país. Em 2013, o espanhol já era usado por 35,8 milhões de hispânicos nos Estados Unidos, somando-se a mais 2,6 milhões de falantes não hispânicos. Outro dado importante: três entre quatro hispânicos, ou seja, 75%, com idades acima de cinco anos, falam espanhol em casa, incluindo os bilíngues. O quadro abaixo compara os dados das pesquisas sobre a taxa de bilinguismo ao longo da última meia década:

**QUADRO 4: Estimativa da população hispânica acima de cinco anos em seu uso das línguas faladas em casa, nos Estados Unidos**

Língua falada em casa	2009	2011	2014
<b>Fala apenas inglês</b>	10.218.938	11.833.464	13.303.307
<b>Fala espanhol e inglês</b>	32.538.981	34.745.940	36.662.785
– Fala inglês «muito bem»	16.880.836	18.879.240	20.760.546
– Fala inglês «bem»	6.099.733	6.401.699	6.445.750
– Fala inglês «pouco»	6.111.727	6.129.107	6.072.663
<b>Fala apenas espanhol</b>	3.446.685	3.335.894	3.383.826

Fonte: *Current Population Survey, United States Census Bureau website.*

É possível constatar que a tendência é utilizar ambas as línguas cada vez mais com o passar dos anos. Embora haja um aumento do uso do inglês em casa, a diminuição do uso do

espanhol é muito pouca, sendo o dado mais relevante o crescimento da população hispânica que se comporta como bilíngue mesmo dentro de casa. A título de exemplo desse comportamento, a *Pew Research Center* (2009) publicou *online* declarações de entrevistados que permaneceram anônimos:

“Gosto do meio a meio, mas quando ligo o rádio eu geralmente coloco em uma estação em espanhol, depois passo para uma em inglês.” – hispânica do sexo feminino de 15 anos.

“Existem algumas coisas que eu prefiro ver em espanhol na televisão. Como, por exemplo, um bom jogo de futebol, mas se só estiver disponível em inglês, talvez eu não o assista.” – hispânico do sexo masculino de 19 anos.

“[‘Espanglês’]... por exemplo... agora eu posso falar em inglês e depois começo a falar em espanhol (‘right now I’d be speaking in English y después empiezo a hablar Español.’). Você começa a sentença em uma língua e de repente muda para outra língua... com meu irmão eu falo ‘espanglês’, e mudamos de uma para a outra o tempo todo.” – hispânica do sexo feminino de 20 anos.

Como pesquisadora das variações linguísticas do inglês nos Estados Unidos, Carmen Fought, autora de *Chicano English in Context* (2003), destaca a existência dos códigos linguísticos utilizados em comunidades hispânicas dentro dos Estados Unidos, dentre eles o *Chicano English* e o *Spanglish* (“espanglês”). O *Chicano English*, muito confundido com o “espanglês”, é o inglês falado por descendentes hispânicos nascidos nos Estados Unidos e apresenta influência do espanhol especialmente no sistema fonético, resultado do contato constante entre o inglês e o espanhol no interior das comunidades. Os falantes de *Chicano English* não apresentam necessariamente fluência em espanhol (muitos não são bilíngues), mas incorporam as características do sistema fonético espanhol devido à convivência com membros da família – estes sim, imigrantes. Já o *code-switching* denominado “espanglês” é a “alternância de línguas dentro de um mesmo discurso ou dentro de uma única declaração” (FOUGHT, 2010, p. 45), utilizado por falantes bilíngues, como se verá com mais detalhes no decorrer do trabalho.

Fought (2010) também descreve o inglês do falante não nativo como o inglês usado por imigrantes adultos, cuja língua materna é o espanhol e que aprendem inglês como segunda língua. Essa categoria é também muito confundida com o *Chicano English* e o próprio “espanglês”. No entanto, enquanto os falantes de *Chicano English* nasceram nos Estados Unidos e sua maioria não fala espanhol, o inglês dos falantes não nativos provém dos imigrantes bilíngues. Já o “espanglês” como *code-switching* possui regras e padrões intuitivos de falantes fluentes do espanhol e do inglês.

Fato comprovado pela pesquisa de Fought (2003) é que de todos os códigos linguísticos apresentados nas comunidades mexicanas, o *code-switching*, conhecido como “espanglês”, é o mais evidente. A *Pew Research Center* divulgou em 2009 que 70% dos jovens hispânicos entrevistados, com idades entre 16 e 25 anos, afirmaram falar “espanglês”. Embora o *Chicano English*, como já foi explicado, possua um papel importante na construção da identidade étnica, particularmente dos monolíngues (que apenas falam inglês com traços fonéticos do espanhol), sua prática não recebe tanta atenção quanto o “espanglês” como *code-switching*:

Os estudos sobre as comunidades imigrantes mostraram que o *code-switching* é uma forma particularmente simbólica de expressar a múltipla identidade da segunda geração de falantes. Ao usar o *code-switching*, mexicano-estadunidenses nascidos nos Estados Unidos são capazes de se referir simultaneamente à sua herança (através do espanhol) e ao que alegam ser a sua identidade estadunidense (através do inglês). (FOUGHT, 2003, p. 209)

Tal necessidade permanente através das gerações em manter uma herança com o espanhol e uma identidade estadunidense com o inglês pode ser justificada pela proximidade geográfica entre os Estados Unidos e o México. Diante disto, cabe investigar os desdobramentos resultantes da problematização gerada pelo fato em si.

## 1.2 O “ESPANGLÊS” SOB O SOL DO NORTE

“Espanglês” é geralmente o nome dado a qualquer manifestação linguística surgida do contato entre a língua espanhola e a língua inglesa, em todo o mundo hispânico. É visto, a princípio, como tantas outras ocorrências linguísticas em contexto de línguas em contato, ou seja, em espaços multilíngues e multiculturais. Os problemas associados ao uso do termo “espanglês” começam pela variedade de manifestações linguísticas a ele relacionadas. De acordo com Lipski (2007, p. 330), no artigo “*El español de América en contacto con otras lenguas*”<sup>2</sup>, o termo “espanglês” pode referir-se às seguintes manifestações linguísticas, de acordo com as circunstâncias:

- O emprego de empréstimos integrados e não integrados do inglês no espanhol.
- O emprego de decalques sintáticos de modismos e circunlocuções inglesas no espanhol.
- As mudanças de código frequentes – às vezes dentro da mesma oração.
- Desvios do espanhol gramatical encontrados entre descendentes de famílias hispânicas.

---

<sup>2</sup> O artigo supracitado faz parte do volume *Linguística Aplicada del Español*, organizado por Lacorte (2007).

- Em alguns casos, as características do espanhol falado e escrito como segunda língua por milhões de estadunidenses que não possuem famílias hispânicas, mas que aprenderam um pouco de espanhol para utilizar na sua vida pessoal ou profissional.

Usa-se “espanglês” para denominar um simples empréstimo do inglês no espanhol que ocorre nos mais diversos países hispânicos. “Espanglês” também é definido como *code-mixing*, uma “mistura” frequentemente pejorativa, muitas vezes atribuída à falta de instrução do falante em uma das línguas. Grande parte dos estudiosos chama de “espanglês” um fenômeno de *code-switching*, ou seja, uma alternância de línguas em um mesmo discurso ou em uma única afirmação (FOUGHT, 2010, p. 45).

Como um meio de esclarecimento, Price (2010, p. 26) distingue *code-switching* como “alternância de duas variações de línguas diferentes que permanecem gramaticamente não modificadas”. Já no *code-mixing*, o que o constitui é a convergência de duas línguas integradas nas suas gramáticas, que passa a ser caracterizada por decalques sintáticos e criações híbridas morfológicas. Tais decalques sintáticos e as criações híbridas morfológicas acabam sendo os principais responsáveis por construir a imagem errônea de deficiência linguística atribuída ao “espanglês”. Também chamados de “interferências linguísticas”, os decalques sintáticos ocorrem quando a estrutura sintática de uma língua se apodera de outra, enquanto as criações híbridas morfológicas são partes do léxico em ambas as línguas que se incorporam para formar palavras. A título de ilustração, é possível exemplificar:

- Empréstimo linguístico: “Voy a pagar en cash” (“Voy a pagar en dinero”)
- *Code-mixing* em decalques sintáticos: “Juan está supuesto a venir” (“Se supone que venga”, de *is supposed to*)
- *Code-mixing* em criações híbridas morfológicas: “Toda la carpeta estaba empapada” (“Toda la alfombra estaba empapada”, de *carpet*)
- *Code-switching*: “Me tiene envidia because I’m better lookin’ than he is” (“Me tiene envidia porque soy más guapo que él”).

O “espanglês” como *code-switching* ocorre principalmente nos Estados Unidos, nas comunidades de imigrantes e descendentes latinos situadas em estados como Flórida, Geórgia, Texas, Califórnia, Arizona, Nova Iorque, entre outros. A falta de conhecimento e da capacidade de distinção entre as linhas tênues que definem cada manifestação em seus diversos graus de ocorrência são os responsáveis pela noção depreciativa de que qualquer incidência do “espanglês” representa uma deficiência de habilidade em ambas as línguas.

Entretanto, como argumenta Fought (2010, p. 45), no caso do *code-switching* no “espanglês”, o fenômeno acontece de um modo “complexo e orientado por regras, as quais

requerem um alto nível de fluência em ambas as línguas”. A principal diferença entre as manifestações de *code-mixing* e de *code-switching* é o fato de que para utilizar os decalques sintáticos e as criações híbridas morfológicas do *code-mixing* o falante não precisa necessariamente ser bilíngue. Ainda segundo Fought (2003), nos Estados Unidos o “espanglês” em suas várias manifestações tem um papel crucial, principalmente na constituição da identidade mexicano-estadunidense.

Price (2010) hesita em usar a denominação “espanglês” para configurar o fenômeno de *code-switching* entre a língua espanhola e a língua inglesa nos Estados Unidos. O termo “espanglês” usado para o *code-switching*, mas também englobando os outros tipos de manifestações, acaba por atenuar a sua real dimensão e importância em contexto estadunidense, além de dificultar o processo de diferenciação entre os demais fenômenos.

O jornalista e poeta latino Ed Morales (2002), em seu “manifesto” pelo “espanglês”, afirmou: “‘Espanglês’ é o que falamos, é também o que nós latinos somos, como nos comportamos e como visualizamos o mundo” (2002). Tal assertiva fez-se de suma importância para Price (2010) concluir que o “espanglês” expressa, de forma geral, a comunidade latina nos Estados Unidos, que é majoritariamente mexicana. De fato, o “espanglês”, em seus mais diversos tipos de práticas, é de grande importância para toda a comunidade hispânica, reflexo da hibridização cultural e peça-chave na construção da identidade, como se verá ao longo do trabalho.

Além da questão da identidade, segundo Zentella (1997, p. 80), o *code-switching* também proporciona a prática de “uma atividade comunicativa, na qual os falantes negociam o significado um com o outro”. Torres, L. (1987), por sua vez, reconhece que muitas das decisões dos falantes refletem uma certa estratégia de discurso, como meio de “esclarecer” ou “dar ênfases” e estabelecer controle – no caso de diálogos entre pais e filhos, por exemplo. E, indo mais longe, dentro da estratégia de discurso, há a possibilidade de excluir interlocutores das conversas, talvez como uma espécie de defesa própria.

O que também diferencia a situação do “espanglês” nos Estados Unidos são os infinitos debates sobre o crescimento das manifestações a ele atribuídas, por suas práticas representarem uma “cultura de fronteiras” (GONZALES, 1999, p. 30) que gera mudanças significativas para o país, o que provoca relevantes tensões. Uma das mudanças salientadas ao longo do trabalho está no uso da função comunicacional, como exemplo, há comerciais nos Estados Unidos patrocinados por grandes empresas que visam o consumidor hispânico através do “espanglês”, veiculados em *outdoors* ou em canais de televisão.

Nenhuma das manifestações atribuídas ao “espanglês” representa uma ameaça à integridade das línguas, como enfatiza Lipski (2007), embora possa parecer que alguns exemplos reflitam uma erosão gradual e natural de uma língua de imigração depois de várias gerações. Como se pode ver, ainda não é claro se o “espanglês” é o desenvolvimento de uma nova língua, a evolução de duas línguas já existentes ou simplesmente uma forma de contato bilíngue, como discute Price (2010). Os exemplos do uso do “espanglês” selecionados como fontes de investigação do presente estudo ilustram a questão supracitada, a ponto de suscitar um grande interesse pelo referido fenômeno, uma vez que ora surpreende positivamente, ora estarrece, causando certo estranhamento e até algum tipo de rejeição. E quando mais não fosse pela possibilidade de assistir à evolução de algo novo, surpreenderia pelo encantamento diante da capacidade do ser humano de sempre saber ampliar o que distingue um do outro ao se manifestar, principalmente para estabelecer comunicação, seja sobre ideias, seja sobre sentimentos.

### 1.2.1 Surgimento problemático

Acompanhar o surgimento do que se chama “espanglês” nos Estados Unidos é acompanhar um período da história do México. Para o linguista Ilan Stavans (2003), professor do primeiro curso universitário de “espanglês” na Universidade de Amherst, em Massachusetts, EUA, a data do surgimento oficial do “espanglês” é a mesma da assinatura do Tratado de Guadalupe Hidalgo, em 1848: “O ‘espanglês’ já existe há pelo menos cento e cinquenta anos, desde que o Tratado de Guadalupe Hidalgo foi assinado, cedendo dois terços do território mexicano aos Estados Unidos. Mas não foi reconhecido como uma forma de comunicação até ganhar uma dimensão maior e características que permitiram o seu reconhecimento” (SOKOL, 2004, p. 129).

Quanto ao termo “espanglês”, diz Lipski (2007, p. 328):

Embora seja provável que o conceito de *Spanglish* tenha surgido espontaneamente em vários lugares e em momentos distintos, parece que esta palavra surgiu pela primeira vez em forma escrita na década de 1950, quando o jornalista e ensaísta porto-riquenho Salvador Tío apresentou uma crítica acirrada ao suposto bilinguismo de seu país. Tío havia morado em Nova Iorque e conhecia pessoalmente a situação bilíngue daquela cidade; no entanto, aceitava sem problemas as paródias e estereótipos de outros autores a respeito do espanhol estadunidense. Ao rejeitar a penetração do inglês no espanhol de Porto Rico, Tío admitiu seu preconceito ante o bilinguismo: “Não acredito nem no latim, nem no bilinguismo. O latim é uma língua morta. O bilinguismo, duas línguas mortas”. (TÍO, 1954)

Existem assim diversas referências à coluna intitulada “Teoría Del Espanglish”, escrita por Salvador Tío e publicada originalmente no “El Diario de Puerto Rico” (28 de outubro de 1948), como sendo o nascimento ou a invenção do termo *Spanglish*. Depois, já nos anos 1950, Tío explicou que o *Spanglish* é a “españolización” do inglês, no livro *A fuego lento, cien columnas de humor y una cornisa*, publicado em 1954, pela Universidade de Puerto Rico. Tío também usou de humor para definir o verdadeiro “espanglês”, dando por exemplo a palavra inglesa *tree* (árvore) e o verbo espanhol *trepar*, propondo, assim, o neologismo *treepar*:

Aqui está uma palavra cheia de movimento. É uma espécie de taquigrafia linguística cuja única dificuldade consiste em que seja mais rápida que o pensamento [...] a língua fica resumida ao verbo e paradoxo. Assim se acaba a verborreia. Para dizer “Me subí a un árbol” (“I climbed a tree”) basta dizer: “treepé”. (TÍO, 1954, p. 60)

Como pontuado por Lipski (2007), é pouco provável que algum falante bilíngue até então tenha produzido o exemplo dado por Tío, mas este tipo de discurso estabeleceu a polêmica em torno do “espanglês” que dura até o momento atual.

As pesquisas desenvolvidas sobre as ocorrências de um fenômeno de *code-switching* costumam produzir dados frágeis, uma vez que este tipo de comportamento linguístico-cultural é altamente sensível ao contexto, como observa Price (2010). Segundo Toribio (2002), é comum que o ambiente de pesquisa acabe por se tornar artificial quando, ao serem convidados a utilizar o *code-switching*, os falantes produzam ocorrências forçadas que terminam por não representar uma fala espontânea. Ainda assim, o resultado desses estudos é considerado útil para destacar certos padrões linguísticos e sintáticos.

### **1.2.2 Dimensões mal calculadas**

De acordo com Montes-Alcalá (2002), uma das primeiras críticas ao “espanglês” estaria no fato de os falantes o usarem como uma “muleta”, a fim de compensar incompetências linguísticas. Embora pesquisadores como Zentella (1997) tenham encontrado manifestações linguísticas por desconhecimento lexical denominadas como “espanglês”, isso ocorre devido aos diversos níveis de educação dentro da comunidade de imigrantes (mais comum em crianças) e apenas conta com uma porcentagem bastante baixa comparada ao uso em geral. Nessa linha de raciocínio, Price (2010, p. 28) destaca que “assim como investigações sobre se os falantes sabiam o termo traduzido na outra língua (ZENTELLA,

1997), a facilidade e a fluência no *code-switching* foram citadas como negação à hipótese da ‘muleta’ (POPLACK, 1988)”.

Embora as diversas tentativas de criação de regras universalmente aplicáveis à gramática de ambas as línguas em questão (inglês e espanhol) tenham sido contestadas, existem padrões distintivos do “espanglês” como uma forma de comunicação bilíngue, conforme explica Price (2010, p. 28):

Poplack descreve duas restrições sintáticas gerais como a “restrição de morfema livre”, que “proíbe a mistura de morfologias dentro dos confins da palavra”, como exemplo, “run-iendo” e que não seria usado por um bilíngue espanhol-inglês, e a “restrição de equivalência”, que assegura que “ambos os lados da troca estão gramaticalmente corretos, de acordo com suas regras particulares, como exemplo, ‘a tree verde’ não seria possível porque viola a ordem das palavras em inglês” (POPLACK, 1988). A mudança dentro de uma sentença – intrassentencialmente –, assim como as regras acima mencionadas, sugere que um certo nível de habilidade linguística e proficiência seja necessário para que o *code-switching* ocorra – o que certamente contradiz as explicações negativas sobre o fenômeno ocorrer por uma questão de “lacuna lexical”. Contrário à ideia de o espanhol se perder durante o processo é o fato de que, ao aumentar a dominância do inglês, os decalques são empregados, ao invés de apenas usar uma palavra emprestada não muito bem integrada, o que demonstra então um uso criativo do espanhol (ainda que aderindo à sua estrutura) e não uma simples mudança para o inglês (TORRES, L., 1987). Consideravelmente, muito mais pode ser dito sobre o aspecto linguístico do *code-switching*, uma vez que o mecanismo do fenômeno é indubitavelmente complexo. Entretanto, para o propósito deste exame, é mais importante notar que aqueles que possuem maior proficiência nas duas línguas combinadas, tal como bilíngues fluentes, apresentam exemplos ainda mais complexos da troca de códigos. (JOHNSON, F. L., 2000)<sup>3</sup>.

Os padrões do “espanglês” descritos por Price buscam nortear a identificação das práticas. Com base no citado acima, a análise de Lipski (2007) critica a tradução para o “espanglês” feita em 2000, 2002 e 2003, por Ilan Stavans, do primeiro capítulo de *Don Quixote de La Mancha*. Pesquisador do “espanglês”, Stavans publicou a tradução como exemplo da escrita nessa variante. Abaixo, segue o primeiro parágrafo:

In un placete de La Manch of which nombre no quiero remembrearme, vivía, not so long ago, uno de esos gentlemen who always tienen una lanza in the rack, una buckler antigua, a skinny caballo y un grayhound para el chase. A cazuela with más beef than mutón, carne choppeada para la dinner, un omelet pa’ los Sábados, lentil pa’ los Viernes, y algún pigeon como delicacy especial pa’ los Domingos, consumían tres cuarers de su income. El resto lo employaba en una coat de broadcloth y en soketes de velvetín pa’ los holidays, with sus slippers pa’ combinar, while los otros días de la semana él cut a figura de los más finos cloths. Livin with él eran una housekeeper en sus forties, una sobrina not yet twenty y un ladino del field y la marketa que le saddleaba el caballo al gentleman y wieldeaba un hookete pa’ podear. El gentleman andaba por allí por los fifty. Era de complexión robusta pero un poco fresco en los bones y una cara leaneada y gaunteada. La gente sabía that él era un early riser y que gustaba mucho huntear. La gente say que su apellido was Quijada or Quesada – hay diferencia de opinión entre aquellos que han escrito sobre

<sup>3</sup> As traduções das citações para o português foram realizadas pela autora deste trabalho.

el sujeto – but acordando with las muchas conjeturas se entiende que era really Quejada. But all this no tiene mucha importancia pa’ nuestro cuento, providiendo que al contarlo no nos separemos pa’ nada de las verdá. (STAVANS, 2002, p. 5-6)

Ainda segundo Lipski (2007), o excerto acima pode ser tratado como paródia, por não expressar a produção espontânea dos falantes bilíngues. O autor afirma também que o exemplo produzido por Stavans somente reforça estereótipos negativos e opiniões equivocadas que contribuem para o preconceito sobre o fenômeno. São assinaladas por Lipski (2007) as frequentes violações das já bastante documentadas restrições sintáticas do “espanglês”, a presença de anglicismos verbais pouco prováveis (*providiendo, wieldeaba, employaba, remembrearme, choppeada*, entre outros), as combinações fonéticas infelizes (*saddleaba*) e a adição de variantes da fala coloquial (*pa’* em vez de *para*, *verdá* em vez de *verdad*), que delatam os preconceitos elitistas de muitos opositores do bilinguismo anglohispanico.

Lipski (2007) atenta para o fato de que a maioria dos exemplos geralmente presumidos por aqueles que estão fora da prática cotidiana do “espanglês” como *code-switching* não representa a realidade. Alguns desses exemplos exagerados trazem criações híbridas morfológicas como: *está liquiando la rufa* (the roof is leaking) e *me estoy frizando* (I’m freezing). Entretanto, o autor enfatiza alguns decalques linguísticos que são confirmados na realidade estadunidense, como: “¿Como te gustó la película?” (“¿Qué te pareció?” “How did you like...?”); “Tienes que aplicar para el trabajo” (“Solicitar el trabajo”, de “*Apply for the job*”). Também ocorrem decalques mais sutis, como, por exemplo, a substituição de uma preposição (“soñar de” (*dream of*), em lugar de “soñar con”). Um dos decalques mais frequentes e também mais criticados é o emprego de “para atrás”, representando a partícula adverbial “back” em inglês: “Te llamo para atrás” (“Devuelvo tu llamada”, “*I’ll call you back*”), “no me hables para atrás” (“no me respondas irrespetuosamente”, “*don’t talk back to me*”), entre outros exemplos (LIPSKI, 1985, 1987; OTHEGUY, 1993).

Tais exemplos de fato existem e são associados ao “espanglês”, assim como as criações híbridas morfológicas, mesmo as que parecem um tanto exageradas. Isso se deve a uma atribuição habitual da mesma denominação à qualquer ocorrência que apresente termos em inglês e espanhol na mesma sentença. A exemplo, um internauta, ao participar de um fórum de debate da “Vanguardia Digital”, diário de Barcelona, comentou (BETTI, 2008, p. 75):

“Temos que falar uma língua com a qual o povo costuma falar com o vizinho. Estou em contato com pedreiros latinos [...] Tenho que denominar [as coisas] por seus nomes próprios usados aqui [nos Estados Unidos]: ‘el rufo’ (‘the roof’, o teto), ‘la

boila' ('the boiler', a caldeira), 'el béisman' ('the basement', o porão) e 'la carpeta' ('the carpet', o tapete); só assim nos entendemos [...].” Enviado: 24/5/2002

O comentário de Ramsés González de Glendale publicado na “Vanguardia Digital”, nativo dos Estados Unidos e então com 27 anos em 2009, de mãe mexicana e pai equatoriano, empregado na indústria da construção, revela como o “espanglês” é associado à noção de “muleta”, uma compensação para a deficiência em uma das línguas: “Meus chefes e os pedreiros falam apenas inglês; eu sirvo de ponte entre eles e meus companheiros, que não falam o idioma. Eu os ensino, mas aprendem mais rápido o ‘espanglês’ que o inglês; é mais fácil e se entende mais rápido” (FIERROS, 2009).

Como enfatizado por Jorge Duany (2012), o “espanglês” não deveria ser apenas associado a uma manifestação que revela déficit intelectual ou linguístico, mas sim a um recurso cultural proveitoso, principalmente para a segunda geração de hispânicos que precisa se comunicar tanto em inglês como em espanhol. Para o autor, a alternância de códigos linguísticos “não reflete um empobrecimento expressivo, mas sim a capacidade de combinar idiomas” (DUANY, 2012). O mesmo defende Francisco Moreno Fernández (2013), deixando claro que a alternância de códigos, além de estar regida pelas regras das línguas correspondentes, também depende de fatores funcionais e pragmáticos (cenário, participantes, tema da conversa) para que seja produzida.

Para ilustrar o fenômeno, Guadalupe Valdés (1982) transcreveu uma conversa real ocorrida no Novo México, em 1982, entre uma mexicano-estadunidense bilíngue de 24 anos e uma amiga de 25 anos:

#### TRANSCRIÇÃO 1: Conversa no Novo México

**Texto-fonte:**

**Susie:** ¿Te ha escrito Juan?

**Friend:** Ah... Ah... ¿sabes qué pasó? Me llamó el lunes en la noche. No, no me escribió. Me dijo que había recibido mis cartas... y que... pues me había empezado a escribir, pero que no podía escribir (unclear) de dos palabras: querida María. *And that was it.*

**Susie:** *Is he coming back?*

**Friend:** *Well that's what he said. He said he's coming down in about two weeks para ir a una corrida de toros. Dice que the way he feels right now, you know, he doesn't care who bullfights. (unclear) Eloy Cabazos or nobody. Even if it's a calf, I'll come and see it, see somebody bullfight a calf. So he's going to be coming down in about two weeks. And he says he's been real busy haciendo adobes para una casa que está haciendo y comprando supplies.*

**Susie:** *Oyes, in two weeks that would be the sixth?*

**Friend:** *Fourth of July weekend, pero no me dijo exactamente cuándo...*

**Susie:** *Porque si viene, si van ustedes al bullfight ese día, ese domingo, I might be there, because my friend and her husband are bringing her suegros. Her suegros are from Tennessee y los van a traer y quieren llevarlos a una corrida de toros. So... we... she wrote to me yesterday and asked me*

*to find out if there is a bullfight.*

**Tradução<sup>4</sup>:**

**Susie:** Juan escreveu?

**Amiga:** Ah... Ah... Sabe o que aconteceu? Ligou para mim na segunda de noite. Não, não me escreveu. Me disse que tinha recebido minhas cartas... e que... bem, que tinha começado a me escrever, mas que não podia escrever (inaudível) de duas palavras: querida Maria. *Foi isso.*

**Susie:** *Ele vai voltar?*

**Amiga:** *Bom, isso é o que ele disse. Ele disse que virá dentro de umas duas semanas para ir a uma tourada. Disse que do jeito que ele está agora, sabe, ele não liga para quem estará na tourada. (inaudível) Eloy Cabazos ou quem quer que seja. Até se for um bezerro, vou assistir, ver alguém enfrentando um bezerro. Então ele chega em duas semanas. E ele disse que anda bem ocupado fazendo tijolos de adobe para uma casa que está construindo e comprando materiais.*

**Susie:** *Ei, daqui duas semanas cairá no dia seis?*

**Amiga:** *Será no fim de semana do quatro de julho, mas não me disse exatamente quando...*

**Susie:** *Porque se ele vier e se vocês forem na tourada nesse dia, nesse domingo, provavelmente estarei lá, porque minha amiga e seu marido estão vindo com seus sogros. Seus sogros são do Tennessee e eles vão trazê-los e querem levá-los a uma tourada. Então... nós... ela escreveu para mim ontem e me pediu para descobrir se ia ter tourada.*

A “resposta sequencial” presente no texto ilustra como um falante utiliza o *code-switching* em um diálogo. A conclusão de uma fala em um idioma influencia para que a resposta comece nesse mesmo idioma, embora as alternâncias ocorram ao longo da resposta. “Bullfight” e “corrida de toros” são usados durante o diálogo, confirmando que os falantes possuem consciência dos termos em ambas as línguas, optando por uma língua ou outra não por desconhecerem suas traduções, ou seja, o “espanglês” aqui retratado não é usado como “muleta”. O fato dos falantes demonstrarem ser bilíngues, ou seja, proficientes em espanhol e inglês, confirma a prática do *code-switching* em suas manifestações pertinentes para o estudo. Tais ocorrências atestam que o “espanglês” como *code-switching* é uma forma de expressão opcional do falante e não uma mera compensação por falta de conhecimento linguístico.

### 1.2.3 Estruturas sólidas?

Como observado, o “espanglês” que ocorre nos Estados Unidos não define apenas um empréstimo de palavras ou a criação de neologismos que geralmente ocorre em qualquer idioma cujos falantes estejam em contato com o desenvolvimento tecnológico e os processos de globalização em geral. O *code-switching* dentro da mesma oração está regido estritamente por uma série de parâmetros gramaticais e pragmáticos ainda mais complexos que a base

---

<sup>4</sup> Todas as traduções foram realizadas pela autora. Os termos em *italico* correspondem ao inglês.

sintática do falante monolíngue. No “espanglês”, segundo Lipski (2007, p. 333), são inaceitáveis os seguintes exemplos (com asterístico):

- Entre um sujeito pronominal e o predicado (\*Él lives in Chicago; \*He vive en Chicago);
- Entre um clítico pronominal e o verbo (\*Juan lo did / \*Juan quiere hacer it; \*John wants to do lo);
- Entre uma palavra interrogativa colocada na posição de início e o resto da oração (\*¿Cúando will you come?; \*¿When vas a hacerlo?);
- Entre um verbo auxiliar (principalmente “haber”) e o verbo principal (\*María ha finished her meal; \*We had acabado de comer).

São menos estranhas as orações que contêm uma mudança de língua entre o verbo auxiliar “estar/be” e o gerúndio (María está checking her answers; Mary is revisando su informe; Porque ella está going to have a baby). No entanto, ainda segundo Lipski, é inaceitável que os advérbios de negação não estejam na mesma língua que os verbos que os modificam (\*El médico no recommends that; \*The doctor does not recomienda eso).

Além dessas, ainda existem outras restrições, assim como também há configurações parcialmente aceitáveis, de acordo com a seleção léxica, o ambiente pragmático e o registro sociolinguístico. Na maioria dos casos, como explica Lipski (2007), as restrições refletem a necessidade de respeitar as regras gramaticais de cada língua. Sendo assim, por exemplo, a ausência do verbo auxiliar *do/does* em “\*El médico no wants that” apresenta uma violação sintática do inglês. Em contrapartida, existem configurações que favorecem o discurso bilíngue, como a presença de um nome próprio na outra língua, que pode estimular a mudança da palavra seguinte, como os exemplos dados por Lipski (2007, p. 334):

- Allá en el parque there’s a little place called Sonny’s.
- Va a haber un benefit at the Starlight Ballroom.
- Mucha gente no sabe where Manchester is.
- ... todas las palomillas that work at the American Hospital Supply.
- Mezcal va a tocar this coming Friday.
- I’m a Jiménez, todos los demás son Torres.

A mais frequente evidência de *code-switching* acontece entre uma frase principal e uma subordinada, introduzida por um pronome relativo ou um conector, como mostram outros exemplos de Lipski (2007, p. 334):

- There are many families on the block que tienen chamaquitos.
- No sé porque I never used it.
- She told me to make a special dedication to her son, que le dicen el Pachuco de Rosenberg.
- ... todas las palomillas that work at American Hospital Supply.
- No podemos hacer nada porque we don’t have the power.
- Me tiene envidia because I’m better lookin’ than he is.
- Escucharon a un señor que has been around for a long time.

- There was this guy que era un vato de México...
- I'm not sayin' that son chuecos.

Ocorre um grande debate acerca do resultado produzido pelo conector e se a frase subordinada deveria realizar-se na mesma língua do conector ou não. Mas as ocorrências acima são confirmadas por pesquisas no cotidiano dos falantes de “espanglês”.

Outros exemplos referem-se à presença de uma conjunção coordenada, ainda em Lipski (2007, p. 334):

- They're still meeting at Ripley house every Thursday night y la gente se está juntando ahí.
- Sometimes te pones serio and you know that, you make good points.
- One more time Ruth, pa que la gente se cuente y they can call you at...

Os exemplos trazidos por Lipski (2007) ilustram como o *code-switching* no “espanglês” ocorre de forma estruturada para além da simples incorporação de empréstimos do inglês no espanhol e de decalques linguísticos. Todas essas manifestações são associadas ao “espanglês”, e de fato o constituem, mas é a complexidade do *code-switching* e sua forte presença associada a questões identitárias e históricas entre México e Estados Unidos que sustentam a singularidade do fenômeno.

Para Rodríguez Ortiz (2008, 2011), o “espanglês” é, mais que o resultado da hibridização de culturas, um “sistema institucionalizado de símbolos que requerem uma tradução filosófica, estética e cultural” (2011, p. 149). Manter palavras em espanhol ao falar inglês é uma forma de enriquecer as duas línguas e criar uma nova, segundo a autora.

Ao tempo que as normas gramaticais do “espanglês” objetivam autenticar sua prática em busca de reconhecimento, o próprio caráter de libertação da ideia de pertencimento a uma ou outra língua é o principal responsável pela desvalorização do “espanglês”. Como diz Antonio Torres, professor da Universidade de Barcelona (2004): “O ‘espanglês’ não surge apenas de uma atitude individual, mas do entorno familiar onde crescem os latinos, devido ao contexto no qual estão imersos. Por outro lado, esse código híbrido, de origens populares, tem muito de uma atitude contracultural, de desapego às ‘normas de conduta’” (TORRES, A., 2004, p. 15). O professor traz o exemplo de um aluno estadunidense que acompanhou seu curso “El español en Estados Unidos” na Universidade de Barcelona, entre 2000 e 2001, matéria optativa da Licenciatura em Filologia Hispânica. O aluno em questão não possuía família latina, mas havia crescido na Califórnia, em contato com o “espanglês”. Pelo seu ponto de vista,

[...] não existe uma maneira de se comunicar em “espanglês” que tenha uma razão. Não há o método perfeito. A chave para a comunicação é a expressão pessoal, qual forma parece melhor. É absurdo tentar limitar algo que não se pode limitar, porque vem da necessidade e a limitação só retarda o progresso humano. Criamos coisas quando temos um problema em expressar algo e necessitamos solucioná-lo. O “espanglês” é uma solução para o problema de expressão para muita gente que fala o espanhol e o inglês. (TORRES, A., 2004, p. 13)

Os desencontros e contradições acerca do “espanglês” e sua definição não negam a dimensão identitária da sua prática, que de fato é real e constitui uma ferramenta imprescindível para a comunidade hispânica nos Estados Unidos. São justamente os movimentos e processos de discussão sobre sua definição e autenticidade que merecem cuidado e atenção. Tais processos são os responsáveis pelo desenvolvimento de identidades em solo estadunidense implicando a tríade formada por língua, conhecimento e poder. É de fato o uso, a propagação do “espanglês” na mídia e quais aspectos são acolhidos pela comunidade que compõem o objeto de investigação do presente trabalho.

#### **1.2.4 Imprecisão terminológica**

O “espanglês” parece herdar do espanhol os embates quanto a sua denominação. A noção de “língua espanhola” já surge impregnada de ideologia e política na própria Espanha. O artigo 3º da Constituição espanhola de 1978 traz como língua espanhola oficial da nação o castelhano, reconhecendo as outras línguas espanholas como oficiais apenas nas suas respectivas comunidades autônomas. Isso por si só já constitui uma incongruência, uma vez que em outros países, como na França, suas demais línguas são chamadas de “línguas da França”, guardando a noção de “língua francesa” exclusivamente para o francês. Antonio Torres (2004) observa que a Constituição espanhola reflete a divisão administrativa posta em prática entre 1979 e 1983, com a repartição territorial das 17 comunidades autônomas que formam o Estado. Tal repartição dá origem a diversos problemas, um deles é o fato de as fronteiras administrativas não coincidirem com as linguísticas. Como exemplo, o galego é a língua oficial da Galícia, mas não na região ocidental de Astúrias e de Castela e Leão. O catalão é oficial na Catalunha, nos Balears e na Comunidade Valenciana, mas não na região oriental de Aragão ou em Carxe (Murcia). A língua eusquera é oficial no País Vasco e Navarra, mas existem muitas zonas castelhanas nas duas comunidades. São vários outros exemplos que ilustram a complexidade linguística que rodeia a noção de “língua espanhola” e serve de berço para futuras discordâncias sobre o termo “espanglês”.

Autores como Ricardo Otheguy e Nancy Stern (2011) aproveitam a denominação mais ampla de “línguas espanholas”, como são referidas na Espanha, para defender que o “espanglês” deveria ser visto como mais um “espanhol”, abandonando o termo “espanglês”, tão associado a práticas linguísticas deficientes. Para Otheguy e Stern (2011), o termo “espanglês” reflete atitudes políticas e ideológicas e a disputa entre chamar o fenômeno de “espanglês” ou de “uma variedade do espanhol” equivale aos embates entre “castelhano” e “espanhol”. Otheguy e Stern (2011) demonstram incômodo com a forma como o termo é usado para nomear deficiências linguísticas. “Nossos próprios estudantes latinos frequentemente dizem ‘não falo bem espanhol; falo espanglês’, e não é raro ouvir que o termo refere-se a uma ‘mixórdia de inglês e espanhol’, caracterizada pelos tipos de erros encontrados geralmente entre aqueles que estão aprendendo uma nova língua” (OTHEGUY; STERN, 2011, p. 2).

Otheguy e Stern (2011) defendem que os aspectos característicos do “espanglês” são comparáveis aos aspectos dos espanhóis nos países da América com suas influências locais que o tornam diverso do castelhano da Espanha. Dessa forma, a proposta dos autores é chamar o fenômeno de “espanhol dos Estados Unidos”. Otheguy e Stern (2011) também defendem que o “espanglês” seria ainda uma variação popular do espanhol dos Estados Unidos, pelo fato de ter seu uso restrito a falas casuais. No entanto, isso vem mudando e, como será visto no presente trabalho, o “espanglês”, ou pelo menos uma proposta do que seria o “espanglês”, está amplamente difundido na mídia e nas artes, incluindo até mesmo a literatura. Comparar o “espanglês” às variações do espanhol castelhano na América Latina parece forçado; ao chamá-lo de “espanhol dos Estados Unidos”, os autores ofuscam a fluência no inglês que seus falantes também possuem. Otheguy e Stern (2011) argumentam que o termo “espanglês” é derogatório, por ser visto como uma simples mistura linguística que implica deficiência: “[...] é difícil ver quais vantagens existem para uma pessoa que se considera um falante de ‘espanglês’ ao invés de um falante de espanhol. No nosso mundo globalizado, não há benefícios em rejeitar o fato de saber uma língua de maior alcance global” (OTHEGUY; STERN, 2011, p. 13). Tal afirmação é confusa, pois de acordo com os estudiosos da prática, o “espanglês” como *code-switching* implica fluência em espanhol e inglês, ou seja, ele não deveria ser retratado com inferioridade, embora seja o que muitas vezes acontece.

Otheguy e Stern (2011) também levantam a questão de que o “espanglês” visto como variação do espanhol impregnada pelo inglês possui uma carga pejorativa por estar longe da tão enaltecida noção de “pureza” ao ser comparado com o castelhano da Espanha. Dessa

forma, tratar os hispânicos nos Estados Unidos como falantes exclusivamente desse “espanglês” pejorativo é excluí-los das oportunidades disponíveis em esfera global para falantes de espanhol.

A especialista em sociolinguística Cecilia Montes-Alcalá (2009) anota:

Qualquer pessoa já deve ter ouvido o termo “espanglês” embora não saiba precisamente do que se trata. Na melhor das possibilidades, a pessoa apenas sorri ao ouvi-lo. Ou pior: a pessoa pode comentar que é a língua inferiorizada dos hispânicos nos Estados Unidos. A verdade é que, apesar do constante crescimento de artigos, entrevistas e textos publicados sobre o tema, poucos se dedicam a estudar o fenômeno com profundidade, descrevendo suas características e seus falantes. A maioria das referências dá-se em tons de anedota, humor e desprovidos de seriedade. Como resultado, os leitores acabam com uma vaga ideia do que significa o “espanglês”, muitas perguntas permanecem sem respostas e, no final, o estigma tradicional sobre o jeito de falar dos hispânicos, propagado há décadas, é mantido. (MONTES-ALCALÁ, 2009, p. 98)

Volta-se então para a grande imprecisão existente quanto ao “espanglês” a respeito do nível de inglês e espanhol de seus falantes. Entre os próprios linguistas estudiosos do fenômeno há ambiguidade quanto à definição do “espanglês”, às vezes referido como uma nova língua, outras como uma variação do espanhol e do inglês, como o encontro de duas línguas ou até mesmo como um simples modo de usar duas línguas pelo falante bilíngue. Enquanto estudiosos como Lipski (2007) e Stavans (2003) defendem a riqueza do “espanglês”, sua importância para a comunidade hispânica e a fluência em inglês e espanhol dos seus falantes, outros associam sua prática à falta de conhecimento em uma das línguas, atribuindo o termo “espanglês” apenas a situações de deficiência linguística. É justamente tal imprecisão gerada pelo termo relacionado a tantas práticas diferentes o que constitui um dos mais importantes fatores responsáveis pela representação da comunidade hispânica nos Estados Unidos. A imprecisão e o desconhecimento quanto ao que realmente é “espanglês” originam a produção de conteúdos duvidosos e confusos com o intuito de alcançar o público hispânico. O resultado da aceitação ou rejeição dessas produções pela comunidade influi de maneira decisiva para o desenvolvimento de identidades em solo estadunidense.

### 1.3 TRAÇOS DE LÍNGUA E ETNIA

*A identidade étnica está colada à identidade linguística – eu sou a minha língua. (ANZALDÚA, 1987, p. 59)*

O excerto de Anzaldúa é emblemático no tocante ao sentimento dos hispânicos nos Estados Unidos e, por isso, para além da frase citada, o parágrafo da escritora chicana Gloria

Anzaldúa, oriundo do seu livro bastante conhecido e debatido, *Borderlandas! La frontera: the new mestiza* (1987), ilustra também a importância do “espanglês” para legitimar seu grupo étnico, pois, como escreve a autora (1987, p. 59 apud TORRES, S. 2001, p. 32):

Enquanto eu não puder me orgulhar de minha língua, não posso me orgulhar de mim mesma. (...) Enquanto não for livre para escrever como bilíngue, enquanto ainda tiver de falar inglês ou espanhol, quando preferia falar *spanglish*, e enquanto tiver de adaptar-me aos falantes do inglês, em vez de fazer com que eles se adaptem a mim, minha língua será ilegítima.

Quando o Tratado de Guadalupe Hidalgo foi assinado em 1848, cedendo dois terços do território mexicano para os Estados Unidos, os mexicanos habitantes da região, falantes de espanhol, converteram-se em estrangeiros na sua própria terra, adotando o nome de “chicanos”. Mesmo com o inglês imposto como língua oficial, o perfil linguístico do Sudoeste estadunidense foi traçado pela população hispânica.

Sommer (2000, p. 872) escreve:

Os imigrantes que se mantêm presos à rede da sua língua materna, quando chegam aos Estados Unidos, não são necessariamente mal-agraçados; são complicados. Alguns norte-americanos se surpreendem quando ouvem as línguas particulares em ambientes públicos (na rua, bares, empresas, hospitais, etc.). Mas as pessoas deslocadas de seus países muitas vezes defendem sua liberdade de expressão vivendo com códigos duplos (ou múltiplos), muitas vezes prolongando seu uso durante várias gerações. Se depois de cruzar a fronteira são pressionados a adotar a cultura do país anfitrião, é muito provável que os imigrantes mais criativos dupliquem suas defesas. Submetem-se e hesitam, em uma contradição.

Desse modo é possível inferir que a resistência dos hispânicos surgiu de uma necessidade de defesa da liberdade de expressão linguística, o que sempre foi um desafio nos Estados Unidos. Na década de 80, surgia o movimento chamado *English-Only* com o objetivo de lutar contra o bilinguismo e contra a difusão do espanhol, defendendo a língua inglesa. Através do movimento, a discriminação no momento da contratação de profissionais ganhou força, assim como o combate à educação bilíngue nas escolas. Apesar de a língua inglesa ser símbolo de um melhor futuro profissional para muitos hispânicos que vivem nos Estados Unidos, o domínio da língua não é uma garantia incontestável como pontua Criado (2004, p. 147):

É possível observar uma profunda mistificação do inglês. Adotá-lo como língua é símbolo e garantia de estar no caminho – ou já alcançada – da tão desejada (como algo inevitável) assimilação. [...] É verdade que é uma condição necessária para se desenvolver na sociedade e conquistar uma melhor posição e emprego, mas também é evidente que seu domínio não garante essas conquistas: basta observar os índices de pobreza dos porto-riquenhos, por exemplo, sem falar dos afro-americanos [...]

Atualmente, os hispânicos marcam presença não só no Sudoeste e nas zonas rurais, mas participam da vida urbana dos centros, constituindo um povoamento disforme que vai da fronteira até as grandes cidades. Como argumenta Silvia Betti (2011, p. 36):

A população hispânica é heterogênea e ampla, e alguns hispânicos não querem abraçar o inglês como seu único idioma. É uma população que busca se manter bilíngue e deseja preservar sua identidade dentro de um país que não é o seu de origem. Como assinala Chmiel (1996, p. 88): “Ter um código comum reforça a identidade, no momento em que diferencia uma comunidade do resto”.

O “espanglês” ganha assim um papel importante como estratégia comunicativa, revelando uma identidade *in-between*, um modo de pensar e viver entre línguas, um “terceiro espaço” que representa os processos de movimento das línguas e das identidades.

As línguas vivas passam o tempo inteiro por mudanças, acompanhando as transformações culturais. O século XX foi palco de duas Grandes Guerras Mundiais, de movimentos migratórios, diásporas, exílios, acontecimentos que geraram transformações importantes em diversas línguas. Cada deslocamento de um número significativo de pessoas leva para o local de destino não apenas novos costumes, novos aspectos étnicos, mas, e talvez principalmente, uma língua diferente, que vai conviver e dialogar com a língua e as culturas locais. São os contatos e conflitos entre essa movimentação contínua que constroem e modificam símbolos codificados e decodificados pelo indivíduo em sociedade.

A língua, assim como a identidade, é relacional. Kathryn Woodward (2000) comenta a respeito da identidade: “A identidade é, na verdade, relacional, e a diferença é estabelecida por uma *marcação simbólica* relativamente a outras identidades” (WOODWARD, 2000, p. 14). O aspecto relacional da identidade remete às mudanças sofridas pelas culturas e línguas. Como Roy Wagner (2010) argumenta sobre a língua:

Uma língua jamais pode se tornar estática ou definitivamente delimitada; ela está sempre lançando mão de constructos figurativos da fala e assimilando-os gradualmente a seu formato convencional, bem como está sempre perdendo a viabilidade comunicável e convencional de elementos à medida que estes vão sendo gradualmente particularizados. A relatividade da convenção linguística é consequência de uma contínua e necessária mudança. (WAGNER, 2010, p. 177)

O mundo do ser humano é a interpretação, a codificação e a decodificação. O crescimento de um indivíduo, desde criança, é medido por sua habilidade em reconhecer símbolos e lidar com eles. O desenvolvimento dessa capacidade se dá através da vivência em seu sistema cultural, ou seja, de experiências e da obtenção de conhecimento, seja ele prático, teórico ou ambos, que permitem ao indivíduo acreditar na sua própria previsão do futuro imediato. A cultura é a responsável pela noção da previsibilidade, e a capacidade de

interpretação possibilita que o indivíduo crie expectativas, pois, possuindo-as, o sujeito movimenta-se em seu presente apoiado nas ideias de consequências futuras. Como explica Roque de Barros Laraia (2001):

Todos necessitam saber como agir em determinadas situações e, também, como prever o comportamento dos outros. Somente assim é possível o controle de determinadas ações. [...] os indivíduos podem perder o controle da situação, embora na maioria dos casos isso não seja verdadeiro. E não o é porque o conhecimento mínimo referido abrange um certo número de padrões de comportamento que são regulares e, portanto, permitem a previsão. (LARAIA, 2001, p. 82-83)

Essa leitura do mundo implica a criação de expectativas, quando, com base no seu sistema cultural, o ser humano decide sobre o que chama sua atenção e qual julgamento pode ser feito diante do que o rodeia. O simples ato de interagir com uma nova pessoa já traz uma gama de expectativas geradas por essa leitura, pela interpretação de seu visual, sua forma de se expressar, sua língua, sotaque, gestos, maneirismos, forma de vestir. O indivíduo busca validar suas expectativas ao mesmo tempo que lê o mundo, sendo as duas ações complementares, um exercício de previsibilidade cada vez mais indissociável ao longo da vida. A expectativa e a previsibilidade são atividades culturais e, como explicado por George Herbert Mead (apud HONNETH, 2009), o processo de socialização é fruto da generalização das expectativas de comportamento.

Como descrito por Deleuze e Guattari (1996), o ser humano é composto por segmentos, linhas que os compõem: a linha de segmentaridade dura, ou de corte molar, a linha de segmentação maleável ou de fissura molecular, e a linha de fuga ou de ruptura. Algumas dessas linhas são impostas pelo exterior, outras nascem espontaneamente, outras, ainda, são criadas pelo ser. A linha de segmentação dura ou molar é composta por Estados, instituições, grandes conjuntos molares, além de “pessoas como elementos de um conjunto, os sentimentos como relacionamentos entre pessoas” (DELEUZE; GUATTARI, 1996, p. 67). No modo de viver entre línguas, os sujeitos pertencentes a essa realidade se desenvolvem de acordo com aspectos e características provenientes de ambas as línguas e entre culturas diferentes. Essa linha de segmentação molar é caracterizada pela previsibilidade excessiva, uma linha composta por falas, conversações, explicações e esclarecimentos intermináveis, questões e respostas que dão destaque principal à identidade, como bem resumido por José de Assis Moraes Júnior (2011, p. 4): “Há uma ênfase na identidade muito clara nessa linha, uma garantia de identidade muito forte ou, minimamente, uma busca insaciável pela identidade, em que cada instância da vida se deixa esquadrihar numa escritura pessoal marcante e definida, configurando máscaras”.

A linha de segmentação maleável ou de fissura molecular lida com segmentos numa outra escala, a molecular, na qual o que está em jogo é a intensidade e não as estagnações. São partículas geradas por uma “multiplicidade substantivada, devires imprevisíveis e incontroláveis” (ROLNIK, 1989, p. 62), uma certa desorientação constituída por um duplo traçado de intensidade e expressão: “São como lascas”, afirma Rolnik, “que descolam de configurações duras, desmanchando mundos existenciais e expondo pequenas fissuras, microrrachaduras, que, gradativamente, comporão, por sua vez, novas configurações, mundos novos” (ASSIS MORAIS JÚNIOR, 2011, p. 6).

Segundo Deleuze e Guattari (1996), a terceira linha, a linha de fuga ou de ruptura, forma um campo de análise cartográfica: “uma linha que não mais admite qualquer segmento, e que é, antes, como que a explosão das duas séries segmentares” (DELEUZE; GUATTARI, 1996, p. 69). Superando a definição de linha, é na verdade “um fluxo que nasce ‘entre’ os corpos” (ROLNIK, 1989, p. 47). Esse fluxo desenha um devir no campo social, mutações, rupturas, resultados originados da existência da segmentação dura e da segmentação maleável. O destaque passa a ser como acontecem os agenciamentos entre o estático e o dinâmico presente no ser, e o que resulta de suas interferências.

A compreensão dessas linhas através da cartografia se dá em um *plano de imanência* em que “estão todos os corpos, todas as almas, todos os indivíduos” (DELEUZE, 2002, p. 127) e no qual os corpos percebem e compõem a realidade (como os corpos afetam e são afetados). Segundo Deleuze (2002), “nunca, pois, um animal, uma coisa, é separável de suas relações com o mundo: o interior é somente um exterior selecionado; o exterior, um interior projetado” (DELEUZE, 2002, p. 130).

Se é através da linguagem que a interpretação é exercida, seja de maneira interna ou externa, a língua e toda a cultura na qual ela está inserida são o principal instrumento através do qual o mundo é percebido. Língua e cultura constroem o imaginário e abrem as janelas pelas quais o mundo será observado. Estudar e aprender uma nova língua e cultura implica estar aberto a entender o mundo através de olhos diferentes, observá-lo por um viés distinto e assim interpretá-lo por outros ângulos.

No caso do “espanhês”, a cultura de fronteira impressa no *code-switching* entre inglês e espanhol evidencia o ângulo pelo qual o mundo é visto dentro dessas culturas. Como duas faces de uma mesma moeda, língua e cultura, componentes da identidade linguística e étnica, fundem-se num mesmo produto social. Nas palavras de Silvia Betti (2014):

Fronteiras físicas e artificiais, mas também culturais, educacionais, sociais, econômicas, políticas, raciais e, naturalmente, linguísticas, produto do contato entre

realidades diferentes, como no caso do “espanglês”, que traz uma grande carga simbólica, positiva e negativa (Moreno Fernández, 2013), e que por isso merece um estudo crítico profundo como todo aspecto que faz parte da migração. Migração que significa arriscar-se ao novo, à incertidão, a deixar para trás a vida de antes e as próprias raízes, mas que ao mesmo tempo pode chegar a ser um instrumento autêntico de desenvolvimento. (BETTI, 2014, p. 35)

Os simbolismos que geram essas cargas positivas e negativas do “espanglês” são responsáveis pela subjetividade do fenômeno como ferramenta identitária. Guattari e Rolnik (1986) chegam a rejeitar a ideia de identidade como caracterização do indivíduo, passando a vê-lo em uma subjetividade essencialmente social, assumida e vivida pelos indivíduos nas particularidades de suas existências. Para eles a maneira pela qual cada indivíduo absorve o que é produzido socialmente constitui sua singularidade. Na visão *transversalista* de Guattari (1986) essa subjetividade transcende o sujeito; assim, a delimitação entre sujeito e objeto deixa de existir. As subjetividades, segundo Guattari (1986), são produzidas por agenciamentos coletivos de enunciação, ou seja, a partir do discurso que nasce nas interações sociais.

Deleuze e Guattari (1996) defendem que a linguagem é pragmática e que a fala é circunstancial e deve estar inserida num determinado contexto, para ter sentido. Assim, a linguagem é um produto histórico-cultural de que todos participam ativamente em sua construção. A enunciação da fala não tem caráter individual; os enunciados são construídos coletivamente, daí serem sociais, sendo produzidos por dispositivos discursivos que atuam socialmente e que, por sua vez, agenciam os sujeitos e produzem subjetividades. O resultado de tal agenciamento é o desenvolvimento de formas de compreensão do mundo, a constituição da cultura e a organização social.

#### 1.4 IMAGINANDO E CRIANDO COMUNIDADES

A produção da identidade sustenta-se em mecanismos discursivos e linguísticos, o que impõe uma oscilação entre dois movimentos, segundo Tomaz Tadeu da Silva (2000): processos de fixação e estabilidade da identidade e processos que tendem a subvertê-la e a desestabilizá-la. Assim como a linguagem, a identidade possui uma tendência à fixação, embora esteja em constante desestabilização.

Os processos que tentam impor a fixação levantam questões que permeiam as identidades nacionais, identidades sexuais, identidades de gênero, identidades raciais e étnicas, cada uma guiada por diferentes essencialismos culturais. Benedith Anderson (2008) explica o funcionamento das identidades nacionais por meio das “comunidades imaginadas”.

Com a não existência de “comunidades naturais”, visto que um agrupamento nacional é algo construído pelo ser humano, torna-se necessária a criação de laços imaginários que reúnam indivíduos antes isolados e sem traços em comum.

Para a construção dessas comunidades, a língua possui papel central, tendo em vista que a imposição das nações modernas está intimamente ligada, na maioria das vezes, com a imposição de uma língua nacional. A língua constitui-se como um dos “mitos fundadores”, junto a outros símbolos nacionais, como os hinos, bandeiras e brasões. É o processo que acontece com os Estados Unidos e sua política do *English-Only*. Essa noção de língua como símbolo também serve de base para o estereótipo ambivalente de que todos os hispânicos podem ser representados por um mesmo “espanhol”, o que ao mesmo tempo consta como um apagamento de identidades e culturas e também leva a uma adoção do “espanhol” como laço imaginário pela a comunidade. Tomaz Tadeu da Silva assim resume a questão do “mito fundador” (2000):

Fundamentalmente, um mito fundador remete a um momento crucial do passado em que algum gesto, algum acontecimento, em geral heróico, épico, monumental, em geral iniciado ou executado por alguma figura “providencial”, inaugurou as bases de uma suposta identidade nacional. Pouco importa se os fatos assim narrados são “verdadeiros” ou não; o que importa é que a narrativa fundadora funciona para dar à identidade nacional a liga sentimental e afetiva que lhe garante uma certa estabilidade e fixação, sem as quais ela não teria a mesma e necessária eficácia. (TADEU DA SILVA, 2000, p. 85)

Além dos mitos, as interpretações biológicas que guiam as dinâmicas de identidades raciais e étnicas, e de identidades de gênero e sexuais, são também exemplos de essencialismos culturais. A tentativa de justificar a inferiorização de mulheres, de certos grupos raciais ou étnicos através de interpretações biológicas não passa de uma imposição de significação sobre uma matéria que, isoladamente, é desprovida de significado. Os essencialismos podem ser biológicos ou históricos e são as bases do movimento de fixação que é o motor da produção de identidades unificadas e entendidas como estáticas.

Os “mitos fundadores” responsáveis pela constituição das identidades nacionais dialogam com o que Eric Hobsbawm (1999) chama de “tradições inventadas”. As “tradições inventadas” são conjuntos de práticas reguladas por regras tácitas ou abertamente aceitas, como atividades rituais ou simbólicas que têm por objetivo fixar valores e normas comportamentais por meio da repetição. Tal fusão entre identidade e tradição favorece uma continuidade histórica e suscita um sentimento de pertencimento no indivíduo, uma vinculação entre sujeito e comunidade que forma as identidades individual e coletiva.

As artes, a cultura popular e a mídia são responsáveis pela propagação de símbolos, histórias, memórias e experiências compartilhadas, ou seja, representações que constroem o imaginário da comunidade, melhor dito por Anderson (2008), uma “comunidade imaginada”. A comunidade imaginada teria como objetivo dar “significado e importância à nossa monótona existência, conectando nossas vidas cotidianas com um destino nacional que preexiste a nós e continua existindo após nossa morte” (HALL, 2001, p. 52). A origem e o sentimento de intemporalidade são elementos essenciais que permeiam a noção de comunidades imaginadas, estruturando identidades na posição de ambiguidade entre passado e futuro, entre triunfos históricos e avanços da modernidade, entre a *gênesis* e a eternidade. As memórias do passado, o desejo de viver em conjunto e a perpetuação da herança recebida são os três conceitos que constituem a comunidade imaginada.

Diante desse cenário, é possível observar como se deu a associação entre Estado e nação. Ao mesmo tempo que o Estado moderno impõe a adoção de uma identidade pelos indivíduos em seu território, a nação permite que ele categorize e separe suas tradições e modos de vida como forma de manter uma unidade e perpetuá-la. A nação é marcada pela diferenciação como atividade de exclusão, estabelecendo fronteiras, delimitando o que é externo, ou seja, o que não faz parte de sua identidade. Ao longo do presente trabalho veremos como esses movimentos se desdobram através da representação da comunidade hispânica pela mídia estadunidense.

Embora sempre atravessadas por diferenças culturais, as identidades nacionais continuam sendo representadas como “unificadas”, comenta Hall (2001). As próprias culturas nacionais acabaram contribuindo para “costurar” diferenças em uma identidade nacional única, numa busca por um mesmo “teto político”, termo emprestado por Gellner (1983). É necessário pontuar que essa “costura” não se dá através de parcerias harmoniosas entre as diversas culturas presentes nas nações mas, em geral, elas foram resultado de começos violentos, conquistas e subjugações com o intuito de estabelecer uma cultura nacional hegemônica, representante da identidade nacional.

Anderson (2008) associa a diferença entre as nações às formas distintas pelas quais elas foram imaginadas. A formação de identidades nacionais depende dessa demarcação de diferenças através de um jogo de poder cujo resultado sempre será a exclusão. Stuart Hall (2001) analisa a subjetivação do discurso e a motivação da agência, ou seja, os mecanismos de convocação do indivíduo pela sociedade, para que este assuma sua identidade determinada em uma “posição de sujeito”, o que o estimula a aceitar essa posição e a exclusão social produzida para os indivíduos que não são convocados ou que rejeitam a convocação.

Para Hall (2001), a identidade possui duas vias, sendo essas a da sociedade que impõe e a do indivíduo que busca identificar-se com o que é imposto ou reage em resistência. Hall (2001) afirma que não é suficiente compreender os mecanismos de convocação dos sujeitos para ocuparem suas posições através de práticas discursivas. É necessário teorizar o processo de constituição dos indivíduos, construir uma teoria que descreva esses processos, como os sujeitos se identificam ou não com as posições a eles atribuídas e por que alguns demonstram resistência, isso é, teorizar os processos de “identificação”. A partir do *corpus* da presente pesquisa, será observada a reação da comunidade hispânica frente a sua representação pela mídia estadunidense, como são recebidos os estereótipos e se os hispânicos expressam consciência acerca da manipulação dos mesmos visando a constituição de suas identidades.

Falar dos processos de constituição de identidades é atestar que a ideia de identidade aberta tomou o lugar da antiga ilusão de que o indivíduo possuía uma identidade unificada durante toda a sua vida. A identidade aberta, fragmentada, refere-se a um sujeito composto não de uma, mas de várias identidades, o que resulta em mudanças estruturais e institucionais nas nações pós-modernas. As paisagens culturais de classe, gênero, etnia, sexualidade, raça e nacionalidade que antigamente proporcionavam “posições de sujeito” sólidas dentro da sociedade, agora passam por transformações, o que Hall (2001) chama de um “deslocamento ou descentração do sujeito” quanto ao seu lugar no mundo social e cultural e quanto a si mesmo. O sujeito assume, em diferentes momentos, identidades diferentes, até mesmo contraditórias, ao passo que os sistemas de significação e representação cultural se multiplicam.

Assim, Hall (2001) pontua que as identidades nacionais são formadas e transformadas no interior da representação. Os indivíduos participam da ideia da nação de acordo com o que é propagado pelo sistema de representação cultural de uma determinada nação. A ideia de origem contida no sentido de nação é o instrumento principal através do qual o indivíduo busca saber suas raízes, quando deveria de fato questionar como ele tem sido representado e como essa representação influi na maneira sob a qual os indivíduos representam a si mesmos.

Em uma situação como a da comunidade hispânica nos Estados Unidos, a questão da representação é um tópico bastante delicado quanto à construção de identidades. Conforme já visto, os hispânicos em solo estadunidense possuem origens distintas e, apesar de lidarem com as diferenças entre si, enfrentam os mesmos problemas pelo fato de a sociedade anglófona, ou seja, a cultura nacional dominante, atribuir a mesma “posição de sujeito” a todos eles. “Posição de sujeito” esta, determinada principalmente pelo fato de compartilharem

o espanhol como língua nativa. Nesse contexto, o “espanglês” atua como ferramenta identitária para a comunidade hispânica nos Estados Unidos.

Na percepção de Morales (2002), o “espanglês” demonstra as simpatias “transnacionais” de um fenômeno pós-moderno que ultrapassa fronteiras. Como comenta Zentella (2003), o “espanglês” desafia a noção de línguas e identidades de fronteiras de forma tão consistente que as tentativas de impedir o fenômeno não são bem-sucedidas, graças ao espírito colaborativo e inclusivo do mesmo. O “espanglês”, segundo Zentella (2003), revela práticas que fazem parte de uma “cola linguística” que une hispânicos de comunidades distintas, gerando uma consciência comum e que encontra força nas diferenças e nas similaridades. Como observa Guillermo Gómez-Peña: “Só o ‘espanglês’ e sua cultura híbrida me concederam a plena cidadania que ambos os países me negavam” (apud PRIETO OSORNO, 2004).

A grande questão e tema principal desta dissertação é como a nação trabalha com a representação de uma comunidade numerosa e com culturas tão distintas das outras presentes no país, nesse momento de intensas transformações nas paisagens culturais, retratado aqui pelo processo de hibridização. Como os Estados Unidos lidam com a representação dos hispânicos ao utilizarem o “espanglês” através da mídia e como tal representação influi na construção das identidades individuais e coletivas da comunidade.

## 2 CONTATOS E CONFLITOS

Muitos são os movimentos que ilustram a necessidade do pensar entre línguas, descrevendo processos culturais em seus deslocamentos contínuos. Como bem pontua Tomaz Tadeu da Silva (2000), os cruzamento de fronteiras, a diáspora, o nomadismo e, de forma indireta, as metáforas da hibridização, da miscigenação, do sincretismo e do travestismo também traduzem a mobilidade existente no que se refere à identidade. Tais processos não se reduzem apenas à teoria, já que são essenciais na dinâmica da produção de identidade e diferença. Eles possuem desdobramentos ilimitados na prática, sendo resultados de comportamentos e experiências singulares.

Para a teoria cultural contemporânea, o hibridismo é uma mistura que ocorre entre nacionalidades, etnias e “raças” diferentes e ameaça os processos que tentam estabelecer divisões entre as identidades, mantendo-as separadas. A tão idealizada pureza dos grupos que constituem as diferentes identidades nacionais fica abalada, assim como a esperança de uma eterna insolubilidade e perfeita estabilidade de tais identidades.

Ao se dar o processo de hibridização, a identidade que virá a ser formada não é integralmente mais nenhuma das identidades originais, ainda que traga características de ambas, como explica Tomaz Tadeu da Silva (2000). Ocupações e colonizações são exemplos de conflitos que formam o pano de fundo dos processos de hibridização, nos quais as identidades envolvidas situam-se assimetricamente em relação ao poder. Segundo Bhabha (1996), a hibridização cria um “terceiro espaço” que interfere na fixação e estabilidade das identidades e afeta o poder da identidade hegemônica, ao introduzir uma diferença que levanta a possibilidade de questionamento: “É o Terceiro Espaço que, embora em si irrepresentável, constitui as condições discursivas da enunciação que garantem que o significado e os símbolos da cultura não tenham unidade ou fixidez primordial e que até os mesmos signos possam ser apropriados, traduzidos, re-historicizados e lidos de outro modo” (BHABHA, 1996, p. 68).

A teoria cultural contemporânea considera dois tipos de hibridismo: os literais e os metafóricos. No hibridismo literal, movimentos demográficos, como diásporas, deslocamentos nômades, cruzamento de fronteiras e viagens, são os responsáveis pelo contato/conflito entre identidades diferentes. A diáspora dos negros africanos escravizados deu lugar a processos de miscigenação, sincretismo e criouliização cultural que transformaram e desestabilizaram as identidades vistas como “originais”. Os deslocamentos de grandes contingentes populacionais das metrópoles para as colônias interferiram nas identidades

subordinadas e hegemônicas a partir da colonização. Os movimentos entre fronteiras, por sua vez, destacam a instabilidade da identidade, um movimento que supera as noções de partidas e chegadas, pois cruzar fronteiras é “estar ou permanecer na fronteira”. Neste momento, cabe traçar o paralelo entre o cenário das identidades híbridas de fronteiras e as questões de identidades sexuais e de gênero, como muito bem posto por Tomaz Tadeu da Silva (2000):

Ao chamar atenção para o caráter cultural e construído do gênero e da sexualidade, a teoria feminista e a teoria *queer* contribuem, de forma decisiva, para o questionamento das oposições binárias – masculino/feminino, heterossexual/homossexual – nas quais se baseia o processo de fixação das identidades de gênero e das identidades sexuais. A possibilidade de “cruzar fronteiras” e de “estar na fronteira”, de ter uma identidade ambígua, indefinida, é uma demonstração do caráter “artificialmente” imposto das identidades fixas. O “cruzamento de fronteiras” e o cultivo propositado de identidades ambíguas é, entretanto, ao mesmo tempo uma poderosa estratégia política de questionamento das operações de fixação da identidade. A evidente artificialidade da identidade das pessoas travestidas e das que se apresentam como *drag-queens*, por exemplo, denuncia a – menos evidente – artificialidade de *todas* as identidades. (TADEU DA SILVA, 2000, p. 89)

Ao perturbar a ilusória estabilidade das identidades, as ambiguidades presentes nas identidades de fronteiras e nas identidades *queer* incomodam grupos pertencentes às identidades hegemônicas. No lugar de perceberem o caráter artificial e instável de todas as identidades, tais grupos tentam defender sua identidade de uma ameaça em potencial, do elemento que quebra a fixidez. É o temor pela perda da segurança do conhecido, pela perda de uma segurança gerada ao confirmar previsões e expectativas no exercício da interpretação.

Como exemplo da questão tratada em material publicitário estadunidense dirigido ao público hispânico, vale a pena analisar, como parte do *corpus*, o comercial do carro *Toyota Hybrid*, fortemente criticado ao ser veiculado na televisão estadunidense, no ano de 2008, direcionado à comunidade hispânica.

#### TRANSCRIÇÃO 2: Toyota Hybrid

Texto-fonte:
Kid: <i>Papá</i> (daddy), why do we have a hybrid? Father: For your future. Kid: Why? Father: It's better for the air. And we spend less because it runs on gas and electrical power. <i>Mira, mira aqui</i> (look, look here) it uses both. Kid: Like you with English and Spanish! Father: <i>Si</i> (yes)! Kid: But why did you learn English? Father: For your future.

**Tradução:**

Criança: *Papá* (papai), por que temos um carro híbrido?

Pai: Para o seu futuro.

Criança: Por quê?

Pai: É melhor para o ar. E nós gastamos menos porque funciona com combustível e energia elétrica. *Mira, mira aqui* (olha, olha aqui), ele usa os dois.

Criança: Como você com inglês e espanhol!

Pai: *Sí* (sim)!

Criança: Mas por que você aprendeu inglês?

Pai: Para o seu futuro.

Além da questão direta do tipo de carro que se quer anunciar – um veículo híbrido –, o comercial traz como informação clara que aprender inglês é essencial para o futuro. Tal insensibilização, rebaixando o espanhol a uma língua de menor prestígio, teve como resultado vários debates pela *internet*. A peça publicitária dispensa qualquer sutileza e vai direto ao ponto de forma chocante: “o futuro é a língua inglesa”, distanciando-se, de alguma forma, do âmago do comercial, que é falar de um carro que emprega tecnologia ecologicamente sensível. De certo modo, o material publicitário em questão também busca apartar o “fantasma” do “espanholês”, num futuro em que o inglês seria soberano. É a possibilidade de hibridização vista como uma ameaça à hegemonia do inglês nos Estados Unidos.

Há também um ponto a ser observado que alavanca uma indagação bastante séria: se a analogia é entre o carro que utiliza gasolina e energia elétrica e o pai que fala espanhol e inglês e, ainda, se a gasolina provém do petróleo, fonte esgotável, e o espanhol vem dos imigrantes, então cabe a indagação: tal como o petróleo, o espanhol pode não ter futuro nos Estados Unidos? E mais: se o pai fala inglês para assegurar o futuro do filho, fica estabelecida diretamente uma ponte entre o futuro garantido e a soberania da língua inglesa. Tal comercial é incontestavelmente direto no que tange a uma não aceitação de outra língua que não seja a língua inglesa em território estadunidense. Ele serve como um entre vários exemplos de manipulação midiática da representação identitária da comunidade hispânica nos Estados Unidos e abre o debate acerca da ambivalência dos estereótipos no contexto dos “entrelugares”.

## 2.1 ESTEREÓTIPOS AMBIVALENTES

Os “entrelugares”, segundo Bhabha (1996), são cenários que desencadeiam processos a partir das articulações das diferenças culturais, possibilitando o surgimento de novos signos

de identidade. São os “interstícios”, os movimentos (“sobreposição e deslocamento”) dos domínios da diferença que favorecem a negociação dos interesses comunitários e culturais, formando os sujeitos nos “entrelugares”. Tais confrontos culturais acontecem performativamente e são ilustrados pelas estratégias de representação e de tomada do poder por parte dos grupos sociais. No entanto, a representação da diferença não pode ser reduzida à reprodução de traços culturais ou étnicos pré-fixados, uma vez que a articulação da diferença é complexa e “procura conferir autoridade aos hibridismos culturais que emergem em momentos de transformação histórica” (BHABHA, 1996, p. 21). Bhabha completa:

Os embates de fronteira acerca da diferença cultural têm tanta possibilidade de ser consensuais quanto conflituosos; podem confundir nossas definições de tradição e modernidade, realinhar as fronteiras habituais entre o público e o privado, o alto e o baixo, assim como desafiar as expectativas normativas de desenvolvimento e progresso. (BHABHA, 1996, p. 21)

Esse espaço intermediário resulta do encontro com o “novo” sem a necessidade de estabelecer um *continuum* entre passado e presente. Segundo Bhabha (1996), esse novo passa a ser uma “tradução cultural”, renovando o passado no presente, transformando-o em um “entrelugar”. Ao tempo que tais movimentos de “tradução” confrontam a fixidez da diferença cultural, eles são suscetíveis à criação de estereótipos.

Como exemplo, ao residerem no país que os acolhe, os imigrantes e suas práticas cotidianas (consumo, lazer, religião) passam a interessar os poderes públicos locais que têm como tarefa gerir a diferença cultural da nação. A prática de administração cultural é extremamente delicada e reflete os reais interesses políticos do Estado-nação no tocante à questão da imigração. “‘Promover’ a cultura do imigrante implica ‘fechar’ os imigrantes na sua diferença, reativar a ‘consciência’ de sua cultura de origem” (CUCHE, 1999, p. 227), incentivando de forma indireta o regresso a seus países. Tais políticas de promoção utilizam a expressão “cultura do imigrante” referindo-se à “cultura de origem”, confundindo-a com “cultura nacional”, como se a cultura do país de origem do imigrante fosse única e as nações fossem culturalmente homogêneas.

Ademais, o próprio termo “cultura do imigrante” fecha-os em uma cultura preexistente, impossível de se escapar, similar às características genéticas, uma identidade imutável que é praticamente um eufemismo para “raça”, como pontua Denys Cuche (1999). O imigrante ganha a imagem de “inassimilável” diante da cultura dominante do país que o recebe, sendo a sua cultura nacional “de origem” entendida como pouco evoluída e estática, ou seja, uma “cultura definida pelos outros, em função dos interesses dos outros, a partir de critérios etnocentristas” (CUCHE, 1999, p. 229).

Uma cultura hegemônica busca na fixidez, na ideia de imutabilidade, uma ferramenta de representação através do estereótipo como estratégia discursiva. O Estado-nação que recebe imigrantes geralmente busca reforçar os aspectos mais exóticos e surpreendentes das tradições e costumes das culturas dos imigrantes para representá-los. A escolha de elementos folclóricos como meio de representação tem como objetivo situar o indivíduo em sua posição de imigrante, detentor de uma cultura fragmentada, estereotipada, imobilizada e enfraquecida ante a cultura dominante da nação.

Segundo Bhabha (1996), o estereótipo “é uma forma de conhecimento e identificação que vacila entre o que está sempre ‘no lugar’, já conhecido, e algo que deve ser ansiosamente repetido” (BHABHA, 1996, p. 105), ou seja, o estereótipo posiciona-se em uma ambivalência que atua como meio de validação. As ambivalências são responsáveis pela repetição de estereótipos, sustentam a individualização e marginalização, além de fornecer o elemento da predictabilidade, como visto no primeiro capítulo do presente trabalho. Bhabha (1996) critica o reconhecimento imediato de imagens como positivas ou negativas sem que antes sejam compreendidos os processos de subjetivação gerados pelo discurso do estereótipo.

Julgar a imagem estereotipada com base em uma normatividade política prévia é descartá-la, não deslocá-la, o que só é possível ao se lidar com sua eficácia, com o repertório de posições de poder e resistência, dominação e dependência, que constrói o sujeito da identificação colonial (tanto colonizador como colonizado). [...] Para compreender a produtividade do poder colonial é crucial construir o seu regime de verdade e não submeter suas representações a um julgamento normatizante. Só então se torna possível compreender a ambivalência *produtiva* do objeto do discurso colonial – aquela “alteridade” que é ao mesmo tempo um objeto de desejo e escárnio, uma articulação da diferença contida dentro da fantasia da origem e da identidade. O que essa leitura revela são as fronteiras do discurso colonial, permitindo uma transgressão desses limites a partir do espaço daquela alteridade. (BHABHA, 1996, p. 106)

A construção das identidades das minorias e o exercício do poder pela cultura hegemônica constituem o jogo das ambivalências, como bem exemplificou a propaganda do carro híbrido da Toyota e sua metáfora com a gasolina (proveniente do petróleo, fonte esgotável) e a língua espanhola. Para Bhabha (1996), o que deve ser questionado é o modo de representação da alteridade, em lugar de apenas criticar a existência dos estereótipos. É necessário entender como a utilização de estereótipos é quase sempre intencionalista e nacionalista, como ficará claro ao analisar a representação da comunidade hispânica pela mídia estadunidense.

O estereótipo é um modo de representação “complexo, ambivalente e contraditório” que exige uma mudança no processo de crítica (nos objetivos da crítica e nos objetos de análise). O discurso da cultura hegemônica como instrumento de poder reconhece e

inferioriza as diferenças culturais, raciais e históricas. A representação é usada como forma de vigilância e controle, mantendo as minorias em posições delimitadas e inferiores.

O sistema de representação garante a criação de uma imagem que possa ser reconhecida, embora fabricada, similar a uma realidade social. Ao engessar elementos do real, o discurso da cultura hegemônica quanto às minorias cria estereótipos sustentados pelos sentimentos de “fobia e fetiche”. Segundo Bhabha (1996), “o fetiche ou estereótipo dá acesso a uma ‘identidade’ baseada tanto na dominação e no prazer quanto na ansiedade e na defesa, pois é uma forma de crença múltipla e contraditória em seu reconhecimento da diferença e recusa daquela” (BHABHA, 1996, p. 116). Tal fetiche deriva da fantasia de uma origem pura que se encontra ameaçada pela miscigenação, pela existência de culturas diferentes. Desse modo:

O estereótipo não é uma simplificação porque é uma falsa representação de uma dada realidade. É uma simplificação porque é uma forma presa, fixa, de representação que, ao negar o jogo da diferença (que a negação através do Outro permite), constitui um problema para a representação do sujeito em significações de relações psíquicas e sociais. (BHABHA, 1996, p. 117)

O sujeito posicionado no discurso estereotipado só possui uma opção: estar fixado no lugar do “outro”: “O Outro é citado, mencionado, emoldurado, iluminado, encaixado na estratégia de imagem/contraimagem de um esclarecimento serial. A narrativa e a política cultural da diferença tornam-se o círculo fechado da interpretação. O Outro perde seu poder de significar, de negar, de iniciar seu desejo histórico, de estabelecer seu próprio discurso institucional e oposicional” (BHABHA, 1996, p. 59).

O poder de definir identidades e marcar diferenças existe nos processos de diferenciação, da afirmação de uma identidade e pontuação de diferenças, constituídos pelas operações de incluir e excluir que constitui uma demarcação de fronteiras. É uma delimitação através de “nós” e “eles” que classifica o mundo social, feita a partir do ponto de vista da identidade, dando forma a uma hierarquia. A identidade é vista de maneira superficial como “simplesmente aquilo que se é”, uma visão da identidade como algo autossuficiente e afirmativo. A diferença passa a ser também percebida como uma entidade independente, “aquilo que o outro é”. As definições de identidade e diferença por esse viés impedem a constatação de que, em realidade, ambas possuem uma relação de dependência e não se esgotam em si mesmas. Uma identidade, para ser reconhecida como identidade, necessita da diferença originada pela existência da identidade do outro, sendo, portanto, relacional. No caso das identidades linguísticas em questão, o “espanglês” ilustra a dependência entre

identidade e diferença, a relação entre inglês e espanhol nos Estados Unidos, na qual um não implica no desaparecimento do outro, senão na coexistência.

Cássio Hissa (2013) defende que o pensamento moderno é bipartido, dicotômico, de acordo com a leitura cultural feita pelas sociedades ocidentais. Tais dicotomias que regem o comportamento atual, como “o eu e o outro”, “o negro e o branco”, “o masculino e o feminino”, “a razão e a emoção”, “a realidade e a ficção”, “a teoria e a prática” são de ordem política e moldam uma visão de mundo, atribuindo aspectos negativos e positivos para cada polo e gerando relações de poder. A hierarquia presente nas relações de poder normatiza identidades, escolhendo aquela que servirá de parâmetro em relação às demais identidades. Uma identidade normatizada traz em si valores positivos e superiores em relação às outras; é uma identidade vista como almejada, como um padrão “natural” a ser seguido e admirado. Como muito bem exemplifica Tomaz Tadeu da Silva (2000):

Numa sociedade em que impera a supremacia branca, por exemplo, “ser branco” não é considerado uma identidade étnica ou racial. Num mundo governado pela hegemonia cultural estadunidense, “étnica” é a música ou a comida dos outros países. É a sexualidade homossexual que é “sexualizada”, não a heterossexual. A força homogeneizadora da identidade normal é diretamente proporcional à sua invisibilidade. (TADEU DA SILVA, 2000, p. 83)

No entanto, tal identidade hegemônica não existiria sem o outro, pois depende do outro para ser identificada. Mais uma vez chega-se à conclusão de que identidade e diferença são em si mesmas dependentes.

A consciência do sujeito como um ser único possibilitaria uma posição de reconhecimento às diferenças e a conseqüente libertação das fixações. Tal posição é negada pelo discurso estereotipado, que busca a fixidez como fundação essencial para o racismo. O caráter fixo do estereótipo exige uma contínua repetição apoiada em metáforas e metonímias, sentimentos narcisistas e agressivos por parte da cultura hegemônica. No caso da comunidade hispânica nos Estados Unidos os estereótipos atribuídos são amplamente propagados pela mídia, como exemplificado no *corpus* deste trabalho. A comunidade hispânica nos Estados Unidos, embora possua membros provenientes de diferentes nacionalidades e culturas, é vista e tratada como “a mesma coisa”, por compartilhar o espanhol como língua nativa. Essa exclusão favorece o surgimento de uma nova identidade em comum que mantém um amplo leque de diferenças, servindo para retratar como a identidade e a diferença são articuladas entre si.

A discriminação, segundo Bhabha (1996) ao citar Paul Abbot (1979), traz à consciência as representações como meio de reforçar as diferenças e na manutenção de seus

reconhecimentos. É o reconhecimento projetado como “evidência do visível”: “Este é precisamente o tipo de reconhecimento, espontâneo e visível, que é atribuído ao estereótipo” (BHABHA, 1996, p. 123):

O ato de estereotipar não é o estabelecimento de uma falsa imagem que se torna o bode expiatório de práticas discriminatórias. É um texto muito mais ambivalente de projeção e introjeção, estratégias metafóricas e metonímicas, deslocamento, sobredeterminação, culpa, agressividade, o mascaramento e cisão de saberes “oficiais” e fantasmáticos para construir as posicionalidades e oposicionalidades do discurso racista. (BHABHA, 1996, p. 125)

Bhabha (1996) chama essa identidade entre estereótipos de “metonímia da presença”, uma representação da identidade através de “mímica” que, como uma camuflagem, não harmoniza nem reprime a diferença, mas cria “efeitos de identidade”, a representação e o reconhecimento parciais, ou seja, uma presença parcial em um jogo de poder discriminatório. Tal discurso discriminatório acontece através de um processo de repetição da diferença: “o recusado não é reprimido, mas sim repetido como algo diferente – uma mutação, um híbrido” (BHABHA, 1996, p. 162).

O híbrido, ou “sujeito traduzido”, segundo o autor, expõe a deformação e o deslocamento próprios dos processos de discriminação e dominação; ele aparece como uma articulação do espaço ambivalente: “O hibridismo representa aquele ‘desvio’ ambivalente do sujeito discriminado em direção ao objeto aterrorizante, exorbitante, da classificação paranóica – um questionamento perturbador das imagens e presenças da autoridade” (BHABHA, 1996, p. 165). Sendo assim, o híbrido não resolve a tensão entre duas culturas, ele gera uma crise para a autoridade na medida em que a diferença de culturas já não pode mais ser tão facilmente identificada, como é o caso do “espanglês” como prática de *code-switching* ao ser usado como ferramenta identitária pela comunidade hispânica nos Estados Unidos. O híbrido responde ao exercício de parcialização das minorias pela cultura hegemônica que parcializa agora o poder da autoridade: “A ameaça paranóica do híbrido é finalmente impossível de ser contida porque destrói a simetria e a dualidade dos pares eu/outro, dentro/fora. Na produtividade do poder, as fronteiras da autoridade – seus efeitos de realidade – são sempre assediadas pela ‘outra cena’ de fixações e fantasmas” (BHABHA, 1996, p. 168). Esses processos refletem o jogo de ambivalência dos estereótipos, presente nos materiais produzidos pela mídia estadunidense destinados à comunidade hispânica residente no país.

Conscientizar-se a respeito dos processos de hibridização, seja na questão de identidades nacionais, do viver entre línguas ou seja na questão de gênero e sexual, é

compreender de fato os processos de produção de identidades, não a simples promoção de uma tolerância pré-fabricada. Na prática, tolerância e aceitação não são sinônimos. A tolerância, tão em pauta nos discursos do mundo moderno, embora venha imbuída de positividade, mascara uma imposição à aceitação. A aceitação não deve ser imposta como em uma cartilha de bons modos, pois precisa ser ensinada e compreendida pelo indivíduo. Uma aceitação imposta diante do diferente serve apenas como uma camisa de força para frear impulsos em determinadas situações, mas não funciona como tratamento para os sentimentos de rejeição que continuam presentes no indivíduo e podem vir à tona, a depender dos estímulos recebidos.

O simples reconhecimento da diversidade é insuficiente para questionar os meios pelos quais as pessoas são presas à determinadas identidades e separadas pela diferença. A noção de cultura de imigrante também precisa ser trabalhada através da própria questão da diversidade, pois existem diferentes tipos de culturas de imigrantes da mesma forma como existem diferentes tipos de imigrantes que variam de acordo com estruturas familiares de origem, processos migratórios (tempo, presença de familiares), grau de integração com a comunidade, etc.

Como sintetiza Couto (2009 p. 20-21): “A única maneira de sermos puros é sermos híbridos. A verdade é que só seremos um se formos muitos. E só seremos felizes se abraçarmos identidades plurais, capazes de reinventarem e se misturarem em imprevisíveis simbioses e combinações”. O que impera em todas as situações é a pluralidade, que deve ser sempre considerada em sua complexidade ao se tratar de questões migratórias.

## 2.2 MURALISMO DIASPÓRICO<sup>5</sup>

Ideais de igualdade, ao se afirmarem cegos às diferenças, acabam por homogeneizar e almejar uma pretensa “assimilação” de outras culturas como uma forma de opressão e imposição de comportamentos e normas. A possibilidade de não adaptação acompanha a estigmatização social e a exclusão. Como já visto, a língua é um dos elementos constituintes da noção de identidade nacional e, mais que apenas ferramenta de transmissão de informações, ela é um instrumento de poder. Não faltam exemplos na história da humanidade em que o domínio do grupo cultural hegemônico sobre outros se deu por meio da imposição linguística e da violência.

---

<sup>5</sup> Referência à viagem aos Estados Unidos feita pelo pintor mexicano Diego Rivera em 1930 para pintar diversos murais no país.

A ação recorrente que define a história de índios, afrodescendentes e imigrantes latino-americanos chama-se desapropriação. Essa rejeição e exclusão posta em prática pelo grupo cultural hegemônico e dominador promove a desapropriação de culturas, identidades e línguas, o que implica uma transformação imposta, uma violação.

Desapropriados de sua terra, os índios tentaram buscar novas saídas, alcançar uma estabilidade adentrando os territórios, subindo montanhas, obrigados a aceitar a desapropriação, a redução de seu espaço, quando não a imposição de uma nova cultura e de uma nova língua. Arrancados de suas origens, os afrodescendentes precisaram aprender a viver em um local que não era o deles, desapropriados de sua vida original, de seu próprio sentido de ser. Na procura por oportunidades de trabalhos com melhor remuneração ou mesmo na esperança de tornar os sonhos viáveis, os imigrantes latino-americanos, por sua vez, são desapropriados de sua cultura e precisam aceitar a inferiorização de suas línguas e de seus comportamentos para se adaptarem às sociedades economicamente mais fortes.

Todas as formas de imposição e dominação partem do pressuposto de que grupos minoritários não possuem memória e são como “telas em branco”, prontas para ser apropriadas de acordo com os desejos e necessidades dos dominadores. É fácil ignorar que essas pessoas possuam suas próprias memórias, suas tradições e que seus pensamentos sejam moldados por suas línguas maternas com tudo isso já representando culturas e identidades. Assim, a imposição de uma ferramenta com pretensões “unificadoras”, como uma nova língua, será recebida de formas diversas e imprevisíveis, de acordo com essa malha de características já presentes em cada indivíduo.

Como exemplo, a língua espanhola foi imposta em quase todos os países da América Latina, mas isso não evitou o surgimento das distinções linguísticas em cada região. Tradições, traços culturais foram incorporados, adaptados e modificados. Essa atualização constante que representa as identidades dos povos é o que promove a diversidade. Como estruturas abertas, as línguas e as identidades estão sempre em constante transformação. Nas palavras de Glissant: “Posso mudar me transformando com o outro, sem me perder nem me desnaturalizar” (GLISSANT, 2006, p. 1).

A título de ilustração desses movimentos, Canclini (1997) descreve cenários urbanos das cidades atuais, com seus monumentos históricos inseridos na vida cotidiana através de grafites, cartazes comerciais, manifestações sociais e políticas:

Os monumentos são quase sempre as obras com que o poder político consagra as pessoas e os acontecimentos fundadores do Estado. Os cartazes comerciais procuram sincronizar a vida cotidiana com os interesses do poder econômico. Os

grafites (como os cartazes e os atos políticos da oposição) expressam a crítica popular à ordem imposta. (CANCLINI, 1997, p. 302)

E essa pluralidade de expressões urbanas (mesclando tradição, história e as necessidades imediatas do cotidiano, do momento presente) representa identidades, a dependência que existe entre o presente e o passado. As transformações refletem interpretações e, por assim dizer, o “espanglês” serve de exemplo da interpretação feita do que é viver entre fronteiras nos Estados Unidos, uma união entre origem e presente.

Ao estar imerso em um país estrangeiro e aprender uma nova língua, tão distante da sua, como o inglês, o imigrante hispânico passa por uma reorganização de sua identidade, conhecendo novos códigos culturais, valores, expressões e comportamentos. Durante esse processo, os novos conhecimentos adquiridos e experiências vividas servirão como adição ao sentido de “ser” do sujeito, construindo assim uma cultura híbrida.

Desde os seus primeiros anos como país, os Estados Unidos procuraram promover a ideia de “uma língua, uma nação”. Ao longo da história, são inúmeros os cursos com propostas bilíngues para os imigrantes, mas que em sua natureza procuram realizar a transição da língua minoritária, nativa do imigrante, para o inglês (DUCAR, 2009). Isso contribui para a concepção de que a língua do imigrante – por exemplo, o espanhol – é relacionada à pobreza e à falta de instrução. Dessa forma, ao invés de investir no ensino da “língua de herança”, o valor do falante nativo de espanhol acaba sendo ignorado. Com isso, o anglo-estadunidense que aprende uma “língua estrangeira”, mesmo que não seja suficientemente proficiente, passa a ser mais valorizado. Nesse aspecto, Ducar (2009, p. 347) analisou o estudo de Pomerantz<sup>6</sup> na universidade estadunidense Shadyside, Pittsburgh, em 2002, e teceu as seguintes considerações:

Estudantes de língua estrangeira foram observados se apoiando em ideologias linguísticas que vão contra aquelas que atestam que os falantes nativos são os mais legítimos usuários de espanhol; ao invés disso, na Shadyside, o direito de usar o espanhol parece se basear nos resultados de testes de proficiência! A construção da identidade dos estudantes, através de ideologias contrárias desta natureza, amplia o poder assimétrico das lutas entre os aprendizes de língua estrangeira das classes alta e média e dos aprendizes de “língua de herança” da classe baixa. A herança da língua espanhola não é mais vista como o caminho mais válido para ser um falante legítimo da língua. Na universidade Shadyside, o bilinguismo ao invés de ser uma habilidade é considerado um objeto, e o espanhol, conseqüentemente, não é mais visto como uma marca étnica ou de identidade nacional, mas é convertido em uma forma de calcular simbolicamente o capital. Os estudantes de língua estrangeira na Shadyside usam essas metáforas e suas ideologias subjacentes para justificar a posição deles como usuários mais legítimos da língua espanhola do que até mesmo os falantes nativos!

---

<sup>6</sup> Trata-se do estudo de Pomerantz, A. (2002), “Language ideologies and production of identities: Spanish as a resource for participation in a multilingual marketplace”. *Multilingua*. Vol. 21: 275-302.

Embora o inglês ainda seja a língua dos negócios e de ascensão social, a procura pelo ensino de espanhol como segunda língua pelos anglo-estadunidenses tem crescido, assim como a oferta de trabalho para aqueles que tenham ao menos um curso básico de espanhol no currículo.

Como afirma Lipski (2007), o espanhol é, de fato, a segunda língua dos Estados Unidos. Nos colégios e universidades norte-americanos, o espanhol é a língua “estrangeira” (LE) mais estudada e, no geral, há mais estudantes de espanhol como segunda língua (SL) do que de todas as demais línguas juntas. Além disso, muitas atividades profissionais oferecem aumentos de salário e outras condições favoráveis para os funcionários que saibam se comunicar em espanhol, como ilustra Lipski (2007):

Nas últimas décadas, muitos personagens destacados nos Estados Unidos tomaram a palavra em espanhol sem que esta seja a sua língua nativa, nem sequer uma língua falada com fluência. Com frequência, durante as campanhas eleitorais, os candidatos falantes de inglês oferecem comentários em espanhol para atrair os votos da comunidade hispânica. Vários presidentes, senadores, deputados, governadores e prefeitos dos Estados Unidos já pronunciaram discursos em um espanhol imperfeito, mas inteligível, e até mesmo já foram realizados debates políticos televisionados inteiramente em espanhol. Como consequência, o emprego do espanhol por pessoas de fala inglesa constitui uma faceta integral do perfil linguístico estadunidense. (LIPSKI, 2007, p. 337)

Com o aumento do poder aquisitivo da comunidade hispânica e sua forte presença no país, também ocorreu a emergência de um novo mercado voltado para o bilinguismo estadunidense. Várias empresas passaram a buscar alcançar esse público através da inclusão do espanhol em seus materiais publicitários, como veremos ao longo da análise do *corpus*. A criação de campanhas publicitárias biculturais é o principal exemplo da influência da comunidade hispânica no país e seu constante crescimento.

No entanto, apesar da valorização atribuída aos anglo-estadunidenses que estudam uma língua estrangeira, esta área de ensino nos Estados Unidos ainda apresenta inúmeras falhas, que se traduzem na falta de proficiência daqueles que possuem apenas um curso básico na língua estrangeira, em especial, o espanhol. O ensino das línguas estrangeiras em geral nos Estados Unidos ainda retrata a mentalidade monolíngue que tanto fez parte da história do país. Ducar (2009) atesta que:

Embora as matrículas em cursos de língua estrangeira tenham aumentado, os departamentos de língua estrangeira continuam fracassando na tentativa de gerar sociolinguisticamente, ou até mesmo linguisticamente, falantes competentes (Ortega 1999a,b). Como Ortega assinala, isso se deve em grande parte à natureza fragmentada do ensino de língua estrangeira: os horários das aulas são fragmentados e a proficiência exigida pelas universidades é mínima. O estudo de uma língua

estrangeira é visto como luxo; os estudantes e administradores não atribuem muita importância a esse tipo de estudo. O sistema educacional dos Estados Unidos vê o estudo de línguas estrangeiras do mesmo jeito que vê a apreciação musical: bom, mas desnecessário. Para a maioria, “nossas escolas ensinam línguas estrangeiras do jeito que sempre ensinaram – algumas horas por semana por alguns anos – e da grande parte nós recebemos os mesmos resultados: um número muito baixo dos nossos graduados pelas universidades podem falar em uma outra língua” (Peyton et al., 2001). A maioria dos estudantes opta por responder às exigências mínimas, muitas vezes deixando as aulas de língua estrangeira com um conhecimento básico do espanhol. (DUCAR, 2009, p. 346)

Ao ingressarem no mercado de trabalho nessas condições, mas com uma língua estrangeira no currículo, essas pessoas, quando colocam em prática os seus conhecimentos de espanhol, acabam gerando uma insensibilização, ao invés da almejada sensibilização. O pouco conhecimento linguístico e entendimento pragmático do espanhol podem ser observados nos materiais midiáticos (publicidade, programas de televisão, entre outros). Como critica Lipski (2007):

Apesar de o país contar com um grande número de tradutores profissionais totalmente bilíngues, muitas empresas, organizações e escritórios governamentais prestam pouca importância à correção idiomática ao atribuir a tradução de documentos e avisos a empregados inexperientes que apenas conhecem rudimentarmente a língua espanhola. O resultado é uma proliferação de textos em uma linguagem grotesca e mal feita que parece ser uma paródia da boa fala, um “espanglês” de qualidade ínfima. Esses exemplos de um espanhol mal falado se encontram em manuais de instrução, em letreiros e avisos para todos os tipos de produtos de consumo; em aeroportos, bancos e escritórios; em anúncios publicados por empresas telefônicas e de eletricidade, e em pedidos de emprego e serviços sociais. Ou seja, em uma ampla gama de contextos em que se considera oportuno incluir um texto em espanhol, sem prestar importância suficiente à recepção de tais textos para assegurar uma tradução adequada. O falante hispânico que visita os Estados Unidos encontra imediatamente amostras de sua língua nativa em guias telefônicos, menus, grandes lojas, dependências governamentais, igrejas, escolas e empresas comerciais, vendo em mais de uma ocasião uma língua que dificilmente consegue reconhecer como a sua própria língua. Com isso, essas manifestações linguísticas não são o “espanglês”, mas sim o uso inapropriado da linguagem de um aprendiz, como esboços, que ofende a sensibilidade não apenas dos falantes hispânicos nativos, mas de todos os estadunidenses que se importaram em aprender uma versão adequada do espanhol. (LIPSKI, 2007, p. 337)

Todos esses aspectos de realidades intrinsecamente ligadas resultam em mais preconceito e na difusão errônea de que o “espanglês” seria apenas uma prática deficiente de ambas as línguas. Como já foi visto, essa aceção não é verdadeira e o desconhecimento diante dela abre portas para a insensibilização linguística e cultural, a um não reconhecimento com possíveis consequências sociais extremamente graves. Tal insensibilização resulta, ao fim e ao cabo, na conclusão de que os Estados Unidos continuam sendo uma das nações menos bilíngues do mundo, apresentando a menor diversidade linguística (LOPEZ; ESTRADA, 2005).

## 2.3 RECONHECIMENTO E REPRESENTAÇÃO

A prática do reconhecimento caminha de mãos dadas com a identidade e a diferença, pois é através do reconhecimento que os indivíduos buscam afirmar as próprias características e desenvolver suas identidades, mediante processos de interpretação e comparação. O reconhecimento adquiriu conceito filosófico com a obra de G. W. F. Hegel, *Fenomenologia do Espírito*, e com os “escritos de Jena”, produzidos durante o tempo em que residia e lecionava em Jena, durante os anos de 1801 a 1806. Como explicado por Luiz Philipe de Caux e Júlia Leite Valente (2009):

[...] a palavra reconhecimento é a tradução do alemão *Anerkennung*. É importante ter isso em mente, pois *Anerkennung* tem um sentido mais estrito do que o português *reconhecimento*. “Podemos dizer que o conceito filosófico de reconhecimento não significa simplesmente a identificação cognitiva de uma pessoa, mas sim, tendo esse ato como premissa, a atribuição de um valor positivo a essa pessoa, algo próximo do que entendemos por respeito”, explicam Bethânia Assy e João Feres Júnior (2006, p. 705). Paul Ricoeur (2006), no entanto, entra na discussão do reconhecimento justamente para ressaltar a “polissemia regrada” do termo (*reconnaissance*, no francês), cuja amplitude semântica vai da simples identificação até a gratidão. (CAUX, VALENTE, 2009, p. 1)

Outra obra que marcou o processo de desenvolvimento da teoria do reconhecimento foi *The Politics of Recognition*, do canadense Charles Taylor (1994):

Taylor chama a atenção para a importância do conceito de reconhecimento para compreender uma série de conflitos e demandas do nosso mundo, como nos casos de movimentos nacionalistas, dos conflitos culturais e religiosos, das causas feministas, das minorias políticas. Sua tese é de que “nossa identidade é em parte formada pelo reconhecimento ou pela falta dele, e muitas vezes pelo reconhecimento errôneo (*misrecognition*) por parte dos outros, e assim uma pessoa ou grupo de pessoas pode sofrer um dano real, uma distorção real, se as pessoas ou a sociedade em torno lhe espelharem em retorno uma imagem limitada, aviltante ou desprezível dela própria” (TAYLOR, 2009, p. 25, tradução pelos autores). (CAUX, VALENTE, 2009, p. 1)

Como uma forma de opressão, o não reconhecimento que trataremos aqui acontece quando uma imagem falsa ou distorcida é imposta como representação de uma identidade. Nesse momento, a identidade coletiva mescla-se à identidade subjetiva do indivíduo, determinando-o a um grupo social. A associação a uma representação problemática serve como interferência negativa e priva o indivíduo da chance de ser reconhecido e estimado por suas realizações em sociedade. Como exemplo de não reconhecimento e má representação linguística do “espanhol” nos Estados Unidos está o “Mock Spanish”, que ocorre principalmente no Sudoeste do país.

O “Mock Spanish” é o nome dado ao uso de termos e expressões da língua espanhola por anglo-estadunidenses que, sem nenhum conhecimento ou interesse pelo espanhol, introduzem palavras deste idioma nas suas falas informais em inglês, com o objetivo de produzir sarcasmo ou dar toques humorísticos. A maioria dos anglo-estadunidenses que colocam o “Mock Spanish” em prática é formada por falantes monolíngues do inglês ao interagirem entre si, o que leva a construções muitas vezes sem sentido, a exemplo de “buena snowshoes” (de “buenas noches”, “boa noite”), “hasty banana” (de “hasta mañana”, “até amanhã”), “hasty lumbago” (de “hasta luego”, “até logo”) e “no problema” (de “no hay problema”, “sem problema”).

O “Mock Spanish” é um exemplo perfeito do racismo disfarçado, do não reconhecimento linguístico, o que constitui um quebra-cabeça para a antropóloga linguista estadunidense Jane H. Hill (1995) em seu artigo “Mock Spanish: A Site for the Indexical Reproduction of Racism in American English”. A autora constata que a ocorrência dessas expressões se dá em um contexto de grande oposição ao uso do espanhol pelos seus falantes nativos, em um país com a política do *English-Only* que, ao mesmo tempo que rejeita o uso do espanhol no lugar do inglês, opta por usá-lo com deboche. Esse racismo disfarçado é praticado por anglo-estadunidenses que se sentem ofendidos ao serem chamados de racistas ou preconceituosos. Mesmo que a desigualdade social esteja presente em todas as áreas, o racismo é hipocritamente inaceitável na esfera pública, sendo praticado de forma mascarada através de um toque humorístico.

O mecanismo do “Mock Spanish” é constituído de incorporação e indexicalidade, como é possível ver em alguns exemplos presentes na mídia que serão discutidos mais adiante. Entende-se por “incorporação”, conceito que Jane H. Hill (1995) toma emprestado de Raymond Williams (1977), um processo no qual as características de um grupo social tido como inferior são adotadas e ressignificadas pelo grupo dominante e passam a representar conhecimento cultural.

A função semiótica em vigor na prática do “Mock Spanish”, como analisado pela perspectiva da Linguística Antropológica, é a indexicalidade, recurso no qual a relação entre identidade e uso da língua passa a ser vinculada a estereótipos. A indexicalidade pode acontecer de forma direta e indireta (SILVERSTEIN, 1976), sendo o caso do “Mock Spanish” um exemplo de ambas. Grande parte dos anglo-estadunidenses usa o “Mock Spanish” como forma de demonstrar qualidades, tal como senso de humor e habilidade em produzir jogos de palavras estrangeiras, segundo Hill (1995). Quando questionados sobre sua fala, os praticantes geralmente descrevem o “Mock Spanish” como um meio de expressar bom humor e

hospitalidade no contexto do Sudoeste estadunidense. Assim, ao mesmo tempo que serve como qualidade positiva de acordo com quem o pratica (indexicalidade direta), o “Mock Spanish” atribui estereótipos difamatórios à comunidade que objetiva representar (indexicalidade indireta), estando o praticante consciente ou não do seu teor racista.

O “Mock Spanish” acaba associando a fala do espanhol à perversão, corrupção, preguiça, distúrbios de linguagem e incapacidade mental, como explicita Hill (1995). Uma identidade fantasiosa é produzida e reproduzida para definir a comunidade, reduzindo os mexicano-estadunidenses e os porto-riquenhos aos mais baixos setores sociais e econômicos. Esse tipo de indexicalidade possui caráter “indireto”, pois tal prática não é admitida, sendo amplamente negada e dando lugar à justificativa politicamente correta do seu uso como forma de mostrar apreço pela língua espanhola e pelas culturas de seus falantes nativos.

Jane H. Hill (1995) sugere que o “Mock Spanish” é um exemplo do que Van Dijk (1993) chama de “discurso racista das elites”, pois embora possam ser encontradas algumas poucas evidências da sua prática entre a classe operária, é na classe média e alta do Sudoeste dos Estados Unidos que sua presença é marcada. Hill (1995), professora de Antropologia e Linguística da Universidade do Arizona, constata no próprio artigo um intenso uso de “Mock Spanish” pelos estudantes em conversas no *campus* da universidade. Até mesmo as ocorrências na mídia do “Mock Spanish” têm origem na fala da classe alta do Sudoeste, região produtora de filmes e programas de televisão. Tais falantes, em geral indivíduos brancos e com ensino superior, costumam criticar comportamentos racistas e se consideram antirracistas. Ao praticarem “Mock Spanish”, estão de fato fazendo sua parte para contribuir com o racismo visto numa escala mais ampla.

O “Mock Spanish” conta com quatro estratégias bem definidas, conectadas em uma zona pragmática que transita entre humor e insulto, como explica Jane H. Hill (1995): 1) o rebaixamento semântico, no qual palavras neutras em espanhol adquirem sentido negativo ou engraçado; 2) o eufemismo, no qual o “Mock Spanish” substitui expressões ou palavras grosseiras em inglês, incluindo termos escatológicos e obscenos; 3) o emprego de afixos do espanhol, em que há a adição do artigo definido “el” e do sufixo masculino “o” à palavras em inglês, como meio de expressar negatividade ou deboche; 4) o hiperanglicismo, no qual palavras em espanhol são pronunciadas com fonologia inglesa, produzindo trocadilhos vulgares.

Os exemplos da presença de “Mock Spanish” na mídia, recolhidos por Jane H. Hill (1995), mostram que sua prática é bastante antiga nos Estados Unidos, sendo uma das ocorrências mais interessantes uma passagem do romance *The Long Goodbye*, do escritor

Raymond Chandler, publicado em 1953. Em um cenário de tensão e ameaça, o médico despede-se do detetive utilizando “hasta luego, amigo” com o propósito de expressar o oposto, “hasta luego” (“até logo”) significando “nunca mais volte” e “amigo” como elemento sarcástico, pois o personagem acabara de ameaçar seu interlocutor.

O filme “O Exterminador do Futuro” (“Terminator”), de 1984, fez vasto uso do “Mock Spanish”, quando um personagem ensina ao outro a falar “hasta la vista, baby” e “no problemo” junto a outras expressões grosseiras e vulgares em inglês, o que faria o personagem parecer mais “descolado” (indexicalidade direta, qualidade positiva atribuída ao falante do “Mock Spanish”). Isso associa o uso de elementos em espanhol à imoralidade e à perversão (indexicalidade indireta, caráter pejorativo atribuído aos falantes nativos de espanhol). A expressão “hasta la vista, baby” é um rebaixamento semântico, pois o intuito do falante é produzir uma reação bem-humorada, transformando uma ocorrência neutra da língua espanhola em algo engraçado. Já “no problemo” é claramente um exemplo do emprego de afixos do espanhol na palavra “problem” em inglês, assim como “el cheapo”, da palavra “cheap” em inglês, “barato”, para referir-se a produtos de baixa qualidade. No filme “Buchanan Rides Alone” (1958), a expressão “Mi casa (es) su casa” é utilizada para demonstrar uma transferência de poder, remetendo aos territórios perdidos do México para os Estados Unidos.

Outros exemplos comuns de como o espanhol é usado como forma de escárnio estão no rebaixamento semântico da palavra neutra do espanhol “adiós” para se despedir de coisas ou pessoas desagradáveis ou parecer engraçado; no eufemismo, com a substituição de palavras grosseiras em inglês como “bullshit” por “caca de toro” (“merda”), “balls” por “cojones” (“testículos”); no hiperanglicismo, com o espanhol pronunciado com fonologia inglesa, como em “muchas grass-ias” (“muchas gracias” e a palavra em inglês “grass”, “grama”), “fleas navidad” (“fleas” do inglês “mosca” no lugar de “feliz” e “navidad”, do espanhol “natal”), entre outros, apenas com objetivo de produzir um trocadilho fonológico. O hiperanglicismo retrata o desconforto gerado pela distância fonética entre inglês e espanhol, cuja repetição em forma de paródia serve de disfarce para as dificuldades reais dos anglo-estadunidenses que não querem parecer ignorantes.

Como pontua Hill (1995), o uso do espanhol com hiperanglicismo é incentivado como meio de permanecer “anglo” e mais afastado de marcas de inferioridade associadas à comunidade hispânica. Ao mesmo tempo, essa estratégia do “Mock Spanish” denuncia como os falantes de inglês nativos, ao se valerem de um espanhol com hiperanglicismo, são vistos

ainda assim com alto nível de educação, enquanto hispânicos, ao usarem inglês, são rechaçados pelo menor traço fonológico do espanhol que demonstrem em suas falas.

Dentre a extensiva lista de exemplos coletados por Jane H. Hill (1995) em seu artigo, cabe destacar uma publicidade impressa da loja de móveis Contents, em Tucson, Arizona, que traz forte rebaixamento semântico ao utilizar o nome da moeda “Pesos” para transmitir a ideia de valor baixo:

**FIGURA 1: “Contents – Contemporary and Southwestern Dining, For Pesos”**



A indexicalidade indireta da publicidade tem como objetivo criar um ambiente regional, admitindo que sua possível clientela seja residente do Sudoeste, mais precisamente da cidade de Tucson, Arizona, onde se situa a loja. No entanto, a indexicalidade indireta pressupõe que o leitor conhecerá o valor baixo da moeda “Pesos”, entendendo que se trata de preços baixos. Como exemplo de uma má representação, tal publicidade associa a moeda à imagem de inferioridade e desvalorização. É a propagação de uma imagem limitada e desprezível de um símbolo diretamente relacionado à comunidade hispânica.

Hill (1995) ainda descreve e exemplifica mais duas categorias do que ela chama de “espanhol anglo”, sendo essas “Cowboy Spanish”, que diz respeito ao uso específico de substantivos do espanhol referentes a plantas, animais, comidas e uma extensa terminologia usada na vida rural, fazendo do “Cowboy Spanish” um registro limitado ao Sudoeste dos Estados Unidos. A outra categoria também referenciada pela autora é o “Nouvelle Spanish”, usada em placas de estabelecimentos da região Sudoeste como uma tentativa de produzir

construções em “espanhol” ou “espanglês”, mas caracterizado pela gramática que foge a qualquer norma, seja em espanhol, inglês ou “espanglês”. Como exemplo do “Nouvelle Spanish”, a autora cita “Buenas Dias” (quando deveria ser “Buenos Días”) e “Hair Casa” (ao invés de “hair saloon”, pois “casa” não se aplica como alternativa para “saloon” neste contexto em espanhol). Hill (1995) traça um paralelo entre os três registros – “Mock Spanish”, “Cowboy Spanish” e “Nouvelle Spanish” – e chega à conclusão de que nenhum deles objetiva seguir aspectos gramaticais. Cenário bem diferente do “espanglês” como *code-switching*, que busca seguir um padrão ao ser posto em prática, como foi debatido através dos estudos de Lipski (2007) e Price (2010) no primeiro capítulo deste trabalho.

Em artigo para a “Bilingual Games”, intitulado “José, Can You See?”, Ana Celia Zentella (2003) critica o fato de os hispânicos terem as normas da língua inglesa impostas e cobradas durante suas *performances* no idioma estrangeiro, enquanto os falantes nativos de inglês usam palavras e expressões do espanhol no contexto de “Mock Spanish”, livres de quaisquer normas, com o intuito de parecerem bem-humorados e cosmopolitas. Zentella (2003) levanta a questão de que, mesmo quando os hispânicos se recusam a seguir as normas do inglês e a minimizar traços de seu sotaque, acabam também por produzir uma imagem a ser estigmatizada.

## 2.4 AMEAÇAS E RESISTÊNCIAS

Diante de tantos conflitos gerados por variações do espanhol, a prática do espanglês como *code-switching* e até mesmo o racismo disfarçado na forma de Mock Spanish, surgem aqueles que defendem uma “pureza” do espanhol (em se tratando de línguas, sempre há os puristas). Os latinos não representam um uso “homogêneo” do espanhol, mas a língua espanhola, diferentemente do inglês, possui órgãos reguladores, como a *Real Academia Española*, atuante nos Estados Unidos através da *Academia Norteamericana de la Lengua Española*, ANLE. Estas, como explica Price (2010), servem para padronizar e oficialmente legislar a língua por todo o mundo de falantes com o objetivo de preservar uma pretensa unidade linguística.

Como exemplo da influência da ANLE nos Estados Unidos está o sucesso da série de livros *Hablando bien se entiende la gente* (2010, 2014), produzida e publicada pela própria instituição com o objetivo de atentar para o bom uso do espanhol em solo estadunidense, abordando questões de ortografia, gramática e indicando o léxico adequado a fim de controlar a interferência do inglês. Usando o humor, os livros trazem comentários e recomendações

sobre exemplos linguísticos coletados da vida cotidiana, usos autênticos encontrados na mídia escrita e televisão nos Estados Unidos, sendo os autores membros do grupo de colaboradores da ANLE, professores de espanhol e estudantes bilíngues. Através de uma linguagem simples e livre de termos técnicos, a publicação dos livros alcançou um sucesso notável graças ao tom que, como bem assinala Domnita Dumitrescu (2014), apesar de humorístico e ousado, não soa ofensivo ou depreciativo à maioria da comunidade hispânica. O êxito das publicações rendeu a produção de “chamadas educativas” no canal de televisão estadunidense voltado para o público hispânico, Mundo Fox. Ao assinar acordo com a ANLE em 2012, o canal passou a difundir recomendações do bom uso do espanhol durante os comerciais de suas programações, o que gerou grande aceitação do público:

A primeira recomendação foi ao ar dia 15 de agosto. Minutos depois, chegaram os primeiros comentários no *site* da Mundo Fox. “Acredito que isso vai nos ajudar a evitar tantos erros e horrores cometidos ao falar ‘espanhol’ nos Estados Unidos. Parabéns, Mundo Fox!”, dizia um deles. E outro: “Mundo Fox ensina espanhol nos Estados Unidos”. E um terceiro comenta: “Adoro essas chamadas! Isso é necessário para muitos. Como dizem, não só trazem boa programação, mas também ensinam. Parabéns!”. (COVARRUBIAS, 2012, p. 1)

A iniciativa foi também fortalecida através do *slogan* da emissora “Mundo Fox... se habla español” (“Mundo Fox... fala espanhol”). Como ressalta Dumitrescu (apud COVARRUBIAS, 2012), linguista e professora de espanhol na Universidade da Califórnia, em Los Angeles:

Os estudantes de espanhol como língua de herança neste país irão dispor, com essa emissão de Mundo Fox, de uma ferramenta nova e eficaz para aperfeiçoar seu idioma fora da pressão um tanto rígida das aulas escolares. As gerações mais jovens, nascidas e crescidas com o culto ao audiovisual, se sentirão mais estimuladas a aprender com facilidade e com gosto como amar e cuidar ainda mais a língua de seus pais e avós. (Apud COVARRUBIAS, 2012, p. 1)

Os livros da ANLE, assim como as chamadas educativas na televisão, enfocaram expressões que sofrem influência do inglês, como: “enforzar la ley” do inglês “to enforce the law” ao invés de “hacer cumplir la ley”; “incumbente” do inglês “incumbent”, no lugar de “funcionario actual” ou “en ejercicio”; “pin” em vez de “insignia” ou “distintivo”. Além de aclarar falsos cognatos, termos parecidos mas que possuem significados diferentes, como “injury” e “injuria”. “Injuria” em espanhol significa um insulto, um ultraje, enquanto em inglês o termo “injury” refere-se a uma lesão por acidente ou doença. Dessa forma, não se deve dizer que alguém sofreu uma “injuria cerebral”, como destaca Dumitrescu (2014) em sua resenha sobre o volume dois da série *Hablando bien se entiende la gente*. Outro exemplo é o

uso de “vicious” e “vicioso” que, enquanto em inglês significa violento e bravo, em espanhol o sentido é de vício: “portanto, um ‘perro vicioso’ sugere que o cachorro seja bêbado ou viciado em drogas ou perversões sexuais, não um cachorro bravo, dedicado a proteger o lar dos donos” (DUMITRESCU, 2014, p. 6). A esses exemplos se aplica o termo “extensões semânticas”, uma vez que um significado novo, proveniente de outra língua, é adicionado a uma palavra existente no idioma em questão.

O livro traz, entre outros termos e contextos: chamar o “director” da escola de “principal”, referir-se a “nota” ou “calificación” da escola como “grado” do inglês “grade”, ou usar “alterar” do inglês “to alter”, que em espanhol significa mudar, irritar ou enraivar com o sentido de consertar, que seria “arreglar” ou “remendar”, como explica o seguinte excerto do volume dois de *Hablando bien se entiende la gente*:

Alterado/Enojado

No anúncio de uma alfaiataria estava escrito: “Se alteran” (alteramos) calça por um preço “comfortable” (confortável). Como? Calças irritadas? Sem dúvidas o anúncio queria dizer que as calças podiam ser “arregladas” (reparadas, consertadas) por preços “cómodos” (acessíveis), “baratos” ou “razonables” (razoáveis). Embora o adjetivo “alterado” signifique também mudança – “Encontrei-o muito alterado, certamente havia recebido uma má notícia” – neste caso da alfaiataria o termo mais preciso é “arreglar”. (PIÑA-ROSALES et al., 2014, p. 11)

Outros exemplos da influência do inglês sobre o espanhol quanto à semântica são constatados no uso de decalques sintáticos, ou seja, traduções ao pé da letra, como usar “vida en prisión” no lugar de “cadena perpetua”, traduzindo termo por termo da expressão “life in prison”. O exemplo foi usado no livro: “Condenan al asesino a vida en prisión por homicidio doble” (PIÑA-ROSALES et al., 2014, p. 51). Também constam nos livros exemplos de influência morfológica (“realístico” em vez de “realista”, do inglês “realistic”). Tais exemplos ilustram as ocorrências geralmente associadas ao “espanglês” responsáveis por confundir a prática *code-switching* com manifestações que servem de “muleta” para compensar desconhecimento do inglês ou espanhol. Como visto, o “espanglês” como *code-switching* acontece seguindo padrões intuitivos e é executado por falantes bilíngues. No entanto, os decalques sintáticos e as criações híbridas morfológicas também associadas ao “espanglês” e postas em prática muitas vezes por falantes que de fato utilizam esses recursos como “muleta”, acabam generalizando as ocorrências do “espanglês” de forma pejorativa. O esclarecimento dos diversos aspectos do “espanglês” ao invés de apenas condená-lo é um tópico de suma importância ao tratar de um meio de expressão tão presente nos Estados Unidos.

Além de ter como alvo a segunda geração da comunidade hispânica nos Estados Unidos, por serem jovens que chegaram com pouca idade no país ou que lá nasceram, sendo expostos a uma escolarização exclusivamente em inglês, as publicações também tentam aclarar dúvidas dos imigrantes cujos níveis de escolarização na língua materna foram insuficientes ou que já esqueceram certas peculiaridades do idioma.

Dumitrescu (2014) abre um parêntese em sua resenha para citar o artigo de Ricardo Otheguy intitulado “Convergencia conceptual y la sobrestimación de la presencia de elementos estructurales ingleses en el español estadounidense” (2013), no qual ele justifica a ocorrência dessas construções denominadas “convergências conceituais do espanhol com o inglês” pelo fato de os hispânico-estadunidenses não serem só hispânicos, mas também estadunidenses, sujeitos a um processo constante de transculturação discursiva, e isso os difere dos outros hispânicos: “não na língua, não nas estruturas apontadas pela sua fala, mas no que querem dizer, em como conceitualizam os referentes, nas normas discursivas que aplicam para organizar sua fala” (OTHEGUY, 2013, p. 143). De fato, embora grande parte dos hispânicos residentes nos Estados Unidos lutem pela preservação de sua “cultura de origem”, seus sistemas culturais e linguísticos não deixam de evoluir. Ainda que preze pela fidelidade à sua tradição e à noção de um “espanhol padrão”, o indivíduo é incapaz de manter-se alheio às influências culturais da sociedade em que habita, o que resulta invariavelmente na produção de mudanças em suas referências culturais. Dessa forma, as “culturas dos imigrantes” não ficam reduzidas às “culturas de origem”, pois elas são dinâmicas e se acham em constante evolução.

Ainda assim, Dumitrescu (2014) defende que para serem entendidos por outros hispânicos que não moram nos Estados Unidos, é necessário que a comunidade residente no país aprenda as normas. Entretanto, a linguista enfatiza que os livros apenas objetivam tecer recomendações, sendo os autores e a própria ANLE conscientes de que as línguas mudam constantemente e de que podem ser aceitas novas normas e termos que passam a ser oficializados, mesmo que ainda “tachados como espanglês”. Após deixar claro que nem toda influência do inglês é bem-vinda, Dumitrescu (2014) conclui:

[...] não é a Academia que estigmatiza ou consagra um uso ou outro, são os próprios falantes que o fazem; as academias apenas registram os usos mais difundidos entre as pessoas educadas de uma ou outra parte do mundo hispânico e fazem recomendações a respeito. Essa é a missão de uma academia e, implicitamente, a missão da ANLE, que luta pela defesa e difusão do espanhol (agora a segunda língua do mundo depois do mandarim) nos Estados Unidos, um país que se converteu, praticamente, no segundo país de língua hispânica do mundo e que, segundo os prognósticos existentes, é muito possível que se transforme no primeiro em 2050. Em meio a essa luta, velar pelo bom uso do idioma é imprescindível para

manter uma unidade linguística básica dentro da diversidade inerente aos processos de variação e mudança que já sabemos ser inevitáveis, e sobre os quais uma situação de contato linguístico (qualquer que seja, não apenas a que ocorre entre o espanhol e o inglês) atua como um catalizador, acelerando-os. Isso não significa menosprezar ou condenar certos usos populares, contanto que os falantes estejam conscientes de que não se deve generalizar as situações que pedem outro tipo de discurso. Ou, como expressa Ángel López García-Molins em uma resenha deste livro publicada *online* (2014: *web*), “é necessário conservar o espanhol dos estadunidenses tal como é, assim como o orgulho de falar, mas também é necessário preservar a norma culta que o amarra a todas as outras variantes do idioma nos níveis midiáticos, científicos e econômicos”. (DUMITRESCU, 2014, p. 12-13)

A preocupação em preservar o espanhol presente na citação de Dumitrescu parece transmitir a ideia de que o “espanglês” que ocorre nos Estados Unidos é sempre uma prática associada à falta de proficiência linguística. No entanto, o “espanglês” como *code-switching* é de fato exercido por falantes bilíngues que possuem proficiência em inglês e em espanhol, o que não afetaria suas capacidades de interação apenas em espanhol.

Em 2012, o diretor da Academia Mexicana de la Lengua, Jaime Labastida, declarou polemicamente que não acredita na existência do “espanglês” entre a população hispânica nos Estados Unidos. Como noticiado pelo jornal “El Universal”, durante o encontro *Cantabria Campus Nobel* organizado pela Universidade Internacional Menéndez Pelayo e pela Universidade de Cantabria, o diretor afirmou que a influência do espanhol – principalmente o espanhol mexicano – nos Estados Unidos é tão grande que já é possível percorrer grande parte do país sem falar inglês. Dessa forma, o espanhol parece permanecer a escolha imperativa entre a comunidade, sem uma sobreposição do inglês, quanto mais uma fusão entre as duas línguas.

Como descreve Alejandra Patricia Karamanian (2014), membro da ANLE e tradutora argentina, os movimentos migratórios para os Estados Unidos durante a década de sessenta foram marcados pela chegada de hispânicos com níveis baixos de escolaridade em geral, o que contribuiu para a desvalorização do espanhol em solo estadunidense. No entanto, as gerações sucessoras passaram a reconhecer a importância de sua língua de herança como ferramenta geradora de melhores oportunidades de trabalhos, graças ao bilinguismo. O surgimento de oportunidades na área de trabalho para profissionais bilíngues é o argumento no qual a ANLE se apoia para divulgar a necessidade de aprimorar o conhecimento do espanhol pelas novas gerações hispânicas nos Estados Unidos, dedicando-se entre outras coisas a:

Preservar o uso da língua espanhola, estabelecendo, difundindo e promovendo entre os hispânico-estadunidenses os critérios de propriedade e correção mediante normas que justifiquem e aclarem esse uso; Cuidar que, em sua constante adaptação às necessidades particulares dos falantes, o uso da variante hispânico-estadunidense

não afete a unidade e a compreensão do idioma no ambiente hispânico; Oferecer referência autorizada às instituições públicas e privadas sobre o uso da norma do espanhol hispânico-estadunidense e procurar que o espanhol usado por todo hispânico-estadunidense sirva de base para o fortalecimento de um bilinguismo autêntico que enriqueça a cultura dos Estados Unidos. (ANLE, 2015, p. 1)

Reiterando os objetivos traçados pela instituição, a ANLE realizou seu primeiro congresso em Washington D.C., em junho de 2014, como parte das celebrações de seus quarenta anos. O evento trouxe como lema “a presença hispânica e o espanhol dos Estados Unidos: unidade na diversidade” e abarcou várias facetas do idioma e da cultura no país, como exemplo, a literatura, a crítica, a tradução, a interpretação, o bilinguismo, a pedagogia e o “espanglês”, com o propósito de delinear o espanhol nos Estados Unidos como uma variante a mais da língua espanhola (KARAMANIAN, 2014).

Segundo Johnson, F. L. (2000), é evidente o desejo de grande parte dos pais imigrantes de ensinar espanhol aos seus filhos, e até mesmo aqueles que apresentaram rejeição à língua na infância, depois procuram aprendê-la na fase adulta. Mesmo que isso represente um forte interesse e fidelidade ao espanhol, não significa que o espanhol denominado “padrão”, tão protegido e visto como algo unificado, seja o resultado desse tipo de comportamento por parte dos hispânicos que vivem nos Estados Unidos. Na prática, o que se percebe é que os hispânicos costumam comparar as suas “versões do espanhol”. Como amostras dessas ocorrências, DeGenova e Ramos-Zayas (2003) descrevem exemplos de porto-riquenhos e mexicanos que apresentam animosidades baseadas nas suas diferentes percepções da língua. Além disso, Gonzales (1999) também destacou que gerações mais velhas parecem mais preocupadas com a “qualidade” do espanhol falado do que as gerações mais jovens de latinos.

#### **2.4.1 Oposições semelhantes**

Já sob a ótica dos anglo-estadunidenses, Samuel Huntington, professor de ciências políticas em Harvard, ex-conselheiro de segurança dos Estados Unidos e que também atuou como presidente da Academia de Estudos Internacionais em Harvard, publicou um artigo intitulado “The Hispanic Challenge” (“O desafio hispânico”), na revista “Foreign Policy”, em março de 2004, extraído do seu livro publicado pouco depois, *Who Are We? The Challenges to America's National Identity* (HUNTINGTON, 2004). O artigo em questão considera a imigração hispânica para os Estados Unidos como uma ameaça à língua inglesa e à cultura norte-americana. Apesar de polêmicas, as posições do autor chamam atenção devido ao seu

prestígio acadêmico-científico, ao propor que a influência hispânica nos Estados Unidos deixe de ser apenas um simples discurso xenófobo e ganhe os contornos de um debate sério sobre as transformações culturais estadunidenses. No entanto, o teor extremista do seu artigo gera preocupação, como pontua Frédérick Douzet (2005):

Sua obra permitiu abrir o debate, sem, contudo, oferecer respostas construtivas para os problemas levantados. Huntington, sobretudo, partilhou sua inquietação diante de mudanças que o incomodam, revelando assim, claramente, seu próprio “medo do outro”.

O resultado é que ele fortaleceu as posições dos nativistas e dos partidários da luta contra a imigração, chegando até mesmo a fornecer-lhes uma garantia científica que podem usar como validação de seu argumento. Ele também alimentou as inquietações e os ressentimentos dos cidadãos americanos, que se sentem despossuídos pela nova onda de imigração, e deu crédito à tese do complô multiculturalista contra a nação americana, reavivando o debate dos anos 1990 sobre a “balcanização da América”. Ao fazer isso, alinhou-se com os nativistas e se deixou “cooptar” pelos conservadores xenófobos como Pat Buchanan. (DOUZET, 2005, p. 53)

Para Huntington (2004), a imigração latina, principalmente a mexicana, representa uma ameaça à língua e aos valores estadunidenses, o que, na sua visão, coloca em risco até mesmo os territórios conquistados no Sudoeste estadunidense. A atual imigração mexicana apresentaria características fundamentalmente diferentes das levadas de imigrações anteriores, dada a existência de condições nos Estados Unidos que não suscitam mais nos hispânicos o sentimento da necessidade de integração e “assimilação”.

Entre os fatores que constituem a ameaça dos hispânicos aos Estados Unidos, no ponto de vista de Huntington (2004), o primeiro seria a proximidade do território, pois os mexicanos teriam mais facilidade em manter vínculos com sua cultura, mesmo morando nos Estados Unidos, o que impediria o fenômeno do *melting pot*<sup>7</sup> – processo assimilacionista utópico baseado na imagem do homem que abandona seus laços para renascer como um novo homem adequado à cultura do país receptor, ou melhor, um homem com uma nova cultura que seria completamente “assimilada”.

Outro fator seria o avanço do bilinguismo no território estadunidense. Segundo o professor assistente no Institut Français de Géopolitique da Université de Gergy-Pontoise, Frédérick Douzet:

Huntington Park, em Los Angeles, ou Santa Ana, na Carolina do Sul, são doravante enclaves étnicos nos quais o espanhol é totalmente predominante. Todas as placas de lojas estão em espanhol, a língua em que se dão todas as conversas na rua, nos restaurantes, nas lojas. [...] Mesmo os *outdoors* do McDonald’s estão redigidos em

---

<sup>7</sup> *Melting pot* é uma metáfora para uma sociedade heterogênea, que se torna homogênea ao misturar diferentes elementos para formar uma cultura harmoniosa em comum. É particularmente usada para descrever a assimilação dos imigrantes dos EUA. A metáfora começou a ser utilizada nos anos 1780.

espanhol. É claro que todo e qualquer serviço comercial que se instale nesse bairro ou que busque fidelizar essa clientela, qualquer que seja ele, deve contratar pessoal hispanófono.[...] Isso é o que aterrorizou Samuel Huntington: o risco de anglo-americanos virem a ser excluídos de algumas oportunidades se não dominarem o espanhol. (DOUZET, 2005, p. 39)

Huntington argumenta que a grande presença da comunidade hispânica impede a tão idealizada “assimilação”, pois, podendo conviver com tantos outros falantes de espanhol, já não haveria mais a necessidade de os imigrantes aprenderem inglês. Em seu artigo, ele menciona que cerca de 640 mil mexicanos imigraram legalmente para os Estados Unidos na década de 1970, número que aumentou para 1.656.000 na década de 1980; já durante os anos 1990, 2.249.000 imigrantes mexicanos entraram legalmente no país. Isso constitui um fenômeno, pois nunca na história dos Estados Unidos houve a entrada de tantos imigrantes provenientes de apenas um país e de falantes de uma mesma língua diferente do inglês. Também são citadas no artigo as estimativas de imigração ilegal durante a década de 1990 e começo dos anos 2000, destacando que enquanto em 1995 entraram 4 milhões de imigrantes ilegais no país, esse número aumentou para quase 10 milhões em 2003.

A concentração regional dos imigrantes mexicanos também preocupa Huntington (2004), que considera a dispersão territorial algo imprescindível para a “assimilação” de estrangeiros em uma nova terra. Em seu artigo é pontuado como essa concentração afeta o sistema escolar na Califórnia. Enquanto uma classe com alunos que falam línguas diferentes impõe o inglês como instrumento de “assimilação” para que possam comunicar-se entre si e com o professor, uma classe em que a maioria dos alunos fale espanhol requer que o professor também tenha domínio da língua, dificultando assim a tão desejada “assimilação” e cedendo poderes à língua espanhola. Como já visto através de estatísticas no primeiro capítulo do trabalho, a manutenção do espanhol entre a comunidade hispânica é um aspecto que a difere das outras comunidades de imigrantes, sendo a utilização da língua espanhola muito forte e presente no cotidiano de seus integrantes. Huntington (2004) opina:

Embora a segunda e a terceira gerações de mexicano-estadunidenses e outros hispânicos conquistem a fluência em inglês, eles também parecem sair do padrão de outros imigrantes, ao manterem sua fluência em espanhol. A segunda ou terceira geração de mexicano-estadunidenses que foram criados falando apenas inglês geralmente decidem aprender espanhol na idade adulta e estão incendiando seus filhos a serem fluentes em espanhol. O professor F. Chris Garca, da Universidade do Novo México, afirma que a fluência em espanhol é “a única coisa que todo hispânico sente orgulho e quer proteger e propagar”. (HUNTINGTON, 2004, p. 38)

Frente a isso, Huntington (2004) critica os programas de ensino bilíngues, culpando-os por uma demora na “assimilação” da comunidade hispânica. Ele também alerta seus leitores

quanto ao perigo da diminuição de oportunidades de emprego para anglo-estadunidenses monolíngues. O artigo levanta a ideia de uma possível perda de território, citando o fato de muitos mexicanos habitarem territórios estadunidenses que antes faziam parte do México, o que poderia originar conflitos visando a uma reapropriação dessas regiões. Huntington (2004) apoia seus argumentos no aumento da influência política da comunidade hispânica, ideia refutada por Frédérick Douzet (2005):

Pode-se até mesmo afirmar que as reivindicações enquanto minoria e o culto ao “orgulho étnico” são uma forma de adaptação ao sistema político americano. Eles permitem a obtenção de direitos e de recursos, de outro modo dificilmente acessíveis. Os hispânicos cultivam a fibra identitária muito mais provavelmente por interesse político, tendo em vista facilitar a própria integração socioeconômica, que por separatismo. Samuel Huntington vê nisso a ameaça de uma reconquista dos territórios perdidos por ocasião da guerra contra o México. Contudo, jamais houve, em mais de 150 anos de história, movimento político sério nas comunidades mexicano-americanas reivindicando uma secessão do Sudoeste dos Estados Unidos. Muito menos para estabelecer instituições separadas. (DOUZET, 2005, p. 49)

Caso o medo da reconquista de territórios pareça exagero e paranoia por parte de Samuel Huntington (2004), ele oferece também ao leitor outra opção de temor diante da comunidade hispânica: a possibilidade de o país adotar o espanhol como segunda língua oficial, fortalecendo a existência de duas culturas, a exemplo do Canadá e da Bélgica. Diferentemente das culturas envolvidas nesses dois países, Huntington (2004) faz questão de listar aspectos negativos e os péssimos atributos dos membros da comunidade hispânica, deixando bem claro que o futuro dos Estados Unidos provavelmente será lastimável.

Argumentos como o de Samuel Huntington (2004) contribuem para alimentar uma xenofobia contra os imigrantes hispânicos e aumentam o preconceito contra o “espanhol”. O mesmo ocorre entre professores monolíngues anglo-estadunidenses que receiam a perda da sua estabilidade profissional diante da crescente demanda bilíngue. Zentella (2003) traz um exemplo de escárnio por meio de uma piada famosa contada entre os opositores do bilinguismo: “Um salva-vidas hispânico para em frente ao mar, observando alguém se afogar. Quando banhistas preocupados perguntam o motivo de ele não tentar salvar a vítima, o salva-vidas admite que não sabe nadar. ‘Então como você conseguiu o trabalho?’ eles perguntam horrorizados. Ofendido, ele responde: ‘Passei no teste, sou bilíngue’” (ZENTELLA, 2003, p. 54). Exemplos assim fortalecem o discurso contra o bilinguismo e associam-se ao movimento *English-Only*, presente nos Estados Unidos desde a década de 1980. Cynthia Ducar (2009) critica o comportamento antibilíngue:

Aulas de inglês como segunda língua e o movimento *English-Only* lidam com a aquisição do inglês como a aquisição de uma ferramenta ou recurso poderoso que irá ajudar os indivíduos a melhorar sua posição social, econômica e bem-estar geral. O espanhol e outras línguas minoritárias são tratados como problemas linguísticos. Os falantes de espanhol nos Estados Unidos não só aprendem que essa língua não é necessária para seu futuro, como também aprendem que a variedade do espanhol que falam é um “espanhol ruim” e deve ser eliminado. Pior ainda, as práticas de *code-switching* entre os membros da comunidade bilingue são vistas por quem está de fora como uma falta de proficiência em uma ou ambas as línguas. Muitas vezes, os próprios membros da comunidade bilingue percebem essas práticas de forma derogatória, desculpando-se por usá-las ou sentindo vergonha. (Baker; Prys Jones, 1998) (DUCAR, 2009, p. 345)

Para ilustrar a citação de Ducar, Mary Helen Ponce, em sua autobiografia *Calle Hoyt: recuerdos de una juventud chicana*, publicada em 1995, conta suas experiências durante os anos de intensa propaganda do *English-Only*. Os pais de Ponce, mexicanos de origem pobre, instalaram-se em Pacoima, no nordeste de Los Angeles, local no qual ela cresceu:

Na escola [...] nos sentíamos como cidadãos de segunda qualidade devido aos nossos costumes estranhos, nossos nomes difíceis de pronunciar e nosso inglês imperfeito. Na escola, eles repetiam constantemente: “Falem inglês, só inglês”. “Já não estão no México”. [...] Vivíamos em dois mundos: o do bairro cheio de segurança, consolo e aceitação, e no Outro, o mundo das instituições como a escola que se empenhavam em nos higienizar, americanizar e desinfetar pelo menos uma vez por ano. (PONCE, 1995, p. 171-172)

Aos poucos, o que vem acontecendo paralelamente é uma valorização do bilinguismo e uma utilização, até mesmo mais acentuada, do “espanglês” por parte do comércio, da publicidade e até das artes nos EUA. Nesse sentido, a pesquisa de Torres, L. (1987) em uma comunidade suburbana porto-riquenha em Nova Iorque concluiu que 50% dos participantes nutriam sentimentos negativos a respeito do *code-switching*. Já a pesquisa mais recente de Montes-Alcalá (2000), realizada com jovens falantes de espanhol na Califórnia, demonstrou que a opinião geral sobre o “espanglês” revelou-se mais positiva. Como pontuado por Johnson, F. L. (2000), e destacado por Price (2010), embora exista uma forte presença do “espanglês” na mídia, fora da comunidade hispânica também existem altos índices de opiniões negativas por parte da população anglófona dos Estados Unidos, o que presume que o “espanglês” seja um indicador da rejeição por parte dos hispânicos a uma participação completa na sociedade estadunidense, ou seja, uma recusa a aprender o inglês propriamente dito. Como exemplo polêmico, a declaração de Manuel Alvar (1995):

Supor a criação de uma espécie de língua franca hispânico-inglesa parece uma ilusão e, obviamente, não favorece em nada os falantes que se encontram na transição de adquirir uma língua e abandonar outra. Porque não devemos nos iludir: a comunicação que se consegue com esse instrumento é pobre e sacrifica uma infinidade de possibilidades presentes nas línguas em questão. Pensar que com esses

sistemas empobrecidos seja possível ir muito longe é não fazer ideia da realidade. (ALVAR, 1995, p. 233)

Falar em “abandono de língua para adquirir outra” é algo extremamente delicado, pois se está a lidar com identidades. Assim como julgar o “espanglês” um instrumento pobre é, no mínimo, atestar desconhecimento a respeito de como se dá a sua prática. Tal declaração polêmica apenas ressalta que aquilo que para alguns reflete equilíbrio, para outros revela instabilidade.

Antonio Torres (2004), professor da Universidade de Barcelona, destaca a fala de um aluno de origem californiana no seu curso “El español en Estados Unidos”, ministrado entre 2000 e 2001:

Desde minha infância – escreve – escutei espanhol na minha família, mas quando estava na escola ou com meus amigos, falava inglês. Muitos dos meus amigos estiveram na mesma situação que eu, por isso foi mais fácil falar em inglês e de vez em quando mesclar palavras de inglês e espanhol e ainda assim entender o que queríamos dizer. (...) Inglês e espanhol são idiomas muito grandes e mais formais que “espanglês”, que é mais falado entre amigos e família e é extraoficialmente uma língua da rua [...]. Embora eu confesse falar “espanglês” e goste de falar assim, agradeço mais pelo fato de saber falar inglês e espanhol corretamente. (Apud TORRES, A., 2004, p. 13)

Com o “espanglês” existe uma mediação das duas línguas e das duas culturas, que pode refletir em uma “nova e poderosa voz” (TORIBIO, 2002). Essa “nova voz” não é um indicador representativo de uma ameaça a nenhuma das duas culturas, e sim a representação de uma língua híbrida (GONZALES, 1999), que pode ser vista como um jeito de afirmar que os falantes de “espanglês” pertencem a ambos os mundos e que não há nada para ser empobrecido ou abandonado; muito pelo contrário, há inúmeros ganhos.

#### **2.4.2 Somos todos mexicanos**

Em junho de 2000, o então presidente dos Estados Unidos, Bill Clinton, disse: “Realmente espero ser o último presidente na história dos Estados Unidos que não sabe falar espanhol”. E, de fato, em maio de 2001, George W. Bush celebrou o feriado nacional mexicano, Cinco de Mayo, inaugurando a transmissão da mensagem radiofônica presidencial dirigida ao povo estadunidense em inglês e em espanhol (HUNTINGTON, 2004). Em setembro de 2003, um dos primeiros debates entre candidatos presidenciais também se deu em inglês e espanhol. Já em 2012, Barack Obama buscou a simpatia do eleitorado hispânico após declarar que a política de seu adversário Mitt Romney seria hostil para os imigrantes e prometer a reforma imigratória para regularizar a situação de imigrantes no país.

Durante algum tempo se pensou que os discursos políticos sobre imigrantes ou minorias étnicas nos Estados Unidos não podiam mais ser explicitamente racistas, optando por caminhos sutis e sempre mascarados por afirmações de tolerância e orgulho multicultural. Tal crença caiu por terra quando em 2015, ao aderir à corrida presidencial nos Estados Unidos, o candidato Donald Trump não poupou ofensas e insultos ao referir-se à comunidade hispânica residente do país. Trump chamou os mexicanos de criminosos e estupradores, prometendo construir um muro ao longo de toda a fronteira, com o dinheiro para sua construção vindo do próprio México. Ele também prometeu deportar 11 milhões de imigrantes ilegais quando chegasse à Casa Branca (ESTEVEZ, 2015).

Em entrevista coletiva em Iowa, em agosto de 2015, Trump expulsou o jornalista mexicano Jorge Ramos, do canal de televisão estadunidense voltado para a comunidade hispânica, *Univision*. Para completar o panorama de conflitos, Trump abriu um processo de 500 milhões de dólares contra o *Univision* após o canal ter ignorado a transmissão do Miss USA e Miss Universe, dois programas de competição de beleza patrocinados por Trump (PERKINS, 2015). O magnata ainda não poupou palavras ao declarar que o México não é amigo do povo estadunidense e ridicularizou o diretor de cinema mexicano Alejandro González Iñárritu por ter ganhado um Oscar em fevereiro de 2015 (PULVER, 2015).

Em resposta aos movimentos anti-hispânicos levantados pelo cenário da corrida presidencial, o conceituado produtor musical cubano Emilio Estefan, ganhador de 19 prêmios Grammy, reuniu personalidades hispânicas para a criação da canção “We’re All Mexicans”, incluindo até mesmo celebridades não latinas para destacar o triunfo da comunidade nos Estados Unidos (STREIGHT, 2015). No vídeo da canção lançado no *site* YouTube em 20 de setembro de 2015, o produtor declarou:

O título da canção é uma metáfora simbolizando que todos podemos, a qualquer momento, converter-nos em vítimas do racismo. Atualmente nos Estados Unidos os mexicanos são os que mais estão sofrendo ataques verbais nos meios de comunicação, e por diferentes políticos, por constituírem 67% da população latina no país, além de compartilharem uma fronteira com a América do Norte, o que facilita a entrada dos mexicanos. Vários imigrantes em outras partes do mundo também sofrem ataques de racismo e geralmente levam a culpa pelos males que assolam o país em que vivem. Essa canção, buscando estabelecer um equilíbrio em resposta a tantos comentários negativos, celebra os acontecimentos e conquistas positivas dos imigrantes nos Estados Unidos. (ESTEFAN CHANNEL, YouTube, 2015)

Também como reação às declarações de Trump, a rede de lojas estadunidense Macy’s, o canal de televisão NBC e a cadeia mexicana de televisão Televisa romperam relações comerciais com Trump, negando-se a transmitir os programas patrocinados pelo magnata e a

vender seus produtos (LEE, 2015). José Calderón, presidente de CEO da Câmara de Comércio Hispânica, afirmou para o *site* Politico.com que as declarações de Trump ajudaram a energizar a comunidade, a fim de que esta levante a voz reagindo aos estereótipos. Calderón acredita que tal movimentação levará mais hispânicos a se registrar e votar (COLLINS, 2015).

O discurso xenófobo associado ao uso de estereótipos para propagandas políticas não é uma prática sem precedentes. Em vários momentos da história, a propaganda e a mídia tiveram um papel fundamental como ferramentas de transposição de ideias para moldar opiniões políticas. Apenas para ilustrar, lembra-se o papel da propaganda no período anterior e durante a Segunda Grande Guerra (1939-1945), quando é possível verificar o poder da publicidade nazista, com seus *slogans* e símbolos. A crítica argentina Beatriz Sarlo (2004) argumenta que na sociedade atual é impossível pensar a política sem televisão e, de fato, desde o seu estabelecimento, a mídia sempre prestou serviço à política gerando, em determinados contextos, conflitos sociais.

Ao serem repetidos na mídia, estereótipos carregados de políticas e ideologias criam uma má representação da comunidade hispânica nos Estados Unidos e a consequente reação dos hispânicos em busca de um reconhecimento justo, o que levanta o debate acerca da teoria do reconhecimento. A partir dos escritos de Hegel, Axel Honneth (2009) procurou em sua obra *Luta por Reconhecimento*, publicada originalmente em 1992, sistematizar a teoria através da ideia de que a luta por reconhecimento constitui uma “gramática dos conflitos sociais” cujo caráter é moral e leva os sujeitos a contestar significados, valores e interações desrespeitosas que impedem a autorrealização. Como explicado por Caux e Valente (2009), Honneth retirou da obra de Hegel os elementos transcendentais a partir de sua conjugação com a imanência da psicologia social de G. H. Mead. A hipótese fundamental passa a ser a de que a experiência do desrespeito (não reconhecimento) “é a fonte emotiva e cognitiva de resistência social e de levantes coletivos” (HONNETH, 2009, p. 227). A luta social é “o processo prático no qual experiências individuais de desrespeito são interpretadas como experiências cruciais típicas de um grupo inteiro, de forma que elas podem influir, como motivos diretores da ação, na exigência coletiva por relações ampliadas de reconhecimento” (HONNETH, 2009, p. 257).

Como sistematizam Caux e Valente (2009):

Honneth propõe, com Hegel, uma tipologia progressiva de formas de reconhecimento: amor, direito e solidariedade. A esfera do amor permite ao indivíduo uma confiança em si mesmo, indispensável para os seus projetos de

autorrealização pessoal; na esfera jurídica, a pessoa individual é reconhecida como autônoma e moralmente imputável, desenvolvendo uma relação de autorrespeito; na esfera da solidariedade, a pessoa é reconhecida como digna de estima social. A esses três padrões de reconhecimento intersubjetivo correspondem três maneiras de desrespeito: a violação, a privação de direitos e a degradação, respectivamente. É em resistência a essas formas de não reconhecimento que se desencadeiam os conflitos sociais, tendo por resultado sua paulatina superação. (CAUX, VALENTE, 2009, p. 2)

Dessa forma, o caminho em busca de um reconhecimento justo implica conflitos sociais, sendo que a filósofa e política estadunidense Nancy Fraser (2003a) apresenta uma forma de analisar tais conflitos discutindo a diferença entre lutas por redistribuição (motivadas pela desigualdade de classe social) e lutas por reconhecimento (motivadas pela subordinação de *status*). A luta por reconhecimento é vista como uma resposta emancipatória para algumas, mas não para todas as questões de injustiça social. Enquanto Fraser (2003a) integra as suas dimensões de lutas na mesma concepção de justiça, Honneth (2003) contesta que o conceito de reconhecimento já abarca as demandas por redistribuição econômica. Fraser (2000, 2003a) critica a centralidade na autorrealização e identidade no discurso de Honneth (2003) e defende que a justiça deve ser medida pela paridade de participação. Para ela, as perspectivas voltadas para a autorrealização identitária “[...] servem não para promover a interação respeitosa em contextos crescentemente multiculturais, mas para simplificar e reificar drasticamente grupos identitários. Elas tendem a encorajar o separativismo, a intolerância e o chauvinismo, o patriarcalismo e o autoritarismo” (FRASER, 2000, p. 108).

Fraser levanta a questão de que as perspectivas de Honneth e Taylor impedem o discernimento entre lutas justificáveis e injustificáveis, pois a garantia da autorrealização defenderia, por exemplo, grupos extremistas e fundamentalistas cujas ideias de realização implicam eliminar seus oponentes. Declaração rebatida por Honneth: “É óbvio que não podemos endossar qualquer revolta política como tal – que não podemos considerar toda demanda por reconhecimento como moralmente aceitável” (HONNETH, 2003, p. 172).

Patchen Markell (2000), por sua vez, nega a própria validade da luta por reconhecimento, ligando o ideal de reconhecimento à busca de autoconhecimento, uma aspiração à soberania e à capacidade de definição do ser como independente e autodeterminante. A busca por reconhecimento acabaria por produzir o não reconhecimento ao gerar subordinação. Markell (2003) propõe, então, voltar o foco para a compreensão de que os indivíduos não possuem controle sobre suas identidades, sendo essas produzidas por meio de ações que tomam rumos inesperados. Por meio das lutas por reconhecimento, segundo Markell (2003), as identidades não seriam conhecidas, mas sim moldadas e ressignificadas.

Essa proposta de conceito de reconhecimento por Markell (2003) acontece com a mudança, na língua inglesa, da palavra *recognition* para *acknowledgement*. O objetivo da luta por reconhecimento não seria a valorização de uma identidade, muito menos a busca por soberania, mas uma reflexão sobre o autoentendimento, uma vez que as identidades são modificadas e recriadas de forma imprevisível com o tempo.

*Acknowledgment* é em primeiro lugar autodirigido (em vez de dirigido ao outro); seu objeto não é a própria identidade de alguém, mas sua condição e circunstância ontológica básica, particularmente sua própria finitude; essa finitude deve ser entendida como uma questão dos limites práticos que se enfrenta diante de um futuro contingente e imprevisível, não como uma questão de impossibilidade ou injustiça no conhecimento dos outros; e, finalmente, *acknowledgment* envolve reconciliar-se com, em vez de buscar superar, o risco de conflito, hostilidade, mal-entendido, opacidade e alienação que caracteriza a vida. (MARKELL, 2003, p. 38)

Em artigo para a Revista Brasileira de Ciências Sociais, Ricardo Fabrino Mendonça (2009) rebate as críticas de Fraser (2003) e Markell (2003) às teorias de Taylor e Honneth, ressaltando que tais críticas parecem negligenciar a intersubjetividade como aspecto central da teoria do reconhecimento. Mendonça, R. F. (2009) argumenta que, para Taylor e Honneth, o reconhecimento é uma luta intersubjetiva, uma luta que se constrói na relação com o outro: “É perceber que os objetivos, as estratégias e as próprias identidades não estão postos de antemão, mas se constroem na ação conjunta. A ideia-chave para a teoria do reconhecimento é, portanto, a de relação e não as de autodeterminação e soberania, como Fraser e Markell dão a entender” (MENDONÇA, R. F., 2009, p. 5).

É possível perceber a importância da relação entre os indivíduos para a teoria do reconhecimento ao analisar as narrativas de hispânicos a respeito da presença do “espanglês” durante suas interações sociais. Como exemplo, a revista mensal estadunidense “Texas Monthly” publicou em seu *website*, em outubro de 2001, um relato de sua autora contribuinte Lilly Gonzalez sobre suas experiências com o *code-switching*:

Era 1985, eu estava na aula do maternal da escola primária Palmer na pequena cidade do sul do Texas, Pharr. Minha professora, a Sra. Herrera, pensava que eu não falava nada em inglês e eu não tinha a menor intenção de que ela descobrisse que eu sabia o idioma (graças a minha irmã mais velha, que fez questão de que eu soubesse inglês antes de entrar para a escola). Todas as outras crianças na minha aula falavam apenas espanhol; eu não queria ser vista como esnobe por saber inglês. Até que um dia, a Sra. Herrera disparou uma pergunta para mim que eu não conseguia responder em espanhol. Fui obrigada a responder em inglês – meu segredo tinha então sido descoberto. Quando minha mãe, falante de espanhol, quis saber por que eu me recusava a falar em inglês na escola, novamente não soube o que dizer. A palavra espanhola para “*embarrassed*” (“*avergonzada*”, “*envergonhada*”) não surgia na minha cabeça, então tentei uma tradução baseada na fonética e disse a ela que me sentia muito “*embarazada*”. Pensei que ela fosse entender minha invenção em “espanglês”, mas ela apenas caiu na risada. Eu, sua filha de quatro anos, tinha acabado de dizer a minha mãe que estava muito “grávida” para falar inglês.

(Enquanto “*embarrassed*” em inglês é “envergonhada”, o falso cognato em espanhol “*embarazada*” significa “grávida” e não “*avergonzada*”).

Essa foi minha primeira experiência com o “espanglês”, um híbrido de inglês e espanhol usado por hispânicos nos Estados Unidos que vivem entre dois mundos coexistentes (mexicano-estadunidenses, por exemplo). Não seria a última vez que meu “espanglês” saía pela culatra. Todas as vezes que estou na presença de falantes nativos do espanhol, fico rezando para que meu “espanglês” não apareça na conversa. Mas ele geralmente aparece, e os nativos de espanhol costumam sorrir para mim com uma pena nos olhos, julgando que eu perdi o contato com minhas heranças. Outros sorriem com um olhar crítico, como se eu tivesse acabado de ferir seu idioma. (GONZALEZ, 2001, p. 1)

Gonzalez (2001) demonstra desconforto ao constatar a presença do “espanglês” no seu modo de expressão cotidiana, o que levaria a um estado de negação e insatisfação pessoal. A autora segue contando suas experiências com o “espanglês” ante julgamentos e censuras por parte daqueles que o veem como uma ameaça ou prática inferior:

Estranhos geralmente sorriem com pena. Em restaurantes mexicanos, se meu garçom for latino e minhas palavras em espanhol não saírem tão perfeitas, acabo recebendo uma represália. Deus me livre de pedir o “menu de lonche” (“espanglês” para “lunch menu”) ao invés de “menu de almuerzo”. Tive que encarar o sorriso com pena quando conheci a mãe do meu namorado. Ela fala um espanhol perfeito e, naturalmente, fiquei nervosa. Logo na terceira frase em espanhol, meu “espanglês” apareceu. “Nunca hay donde parquear” (“nunca há lugar para estacionar”). Estremeci ao pronunciar a última palavra. Ela sorriu para mim com pena. Aqueles que me conhecem melhor, lançam olhares críticos. Odeio esse olhar. Todas as vezes que minha família vai para o México visitar parentes, receio o inevitável. Converso com meus primos e meu “espanglês” aparece no meio do meu espanhol. Eles me chamam de “pocha”, que significa “vendida”. Nas minhas aulas de literatura espanhola na Northwestern University, perto de Chicago, a pressão para falar um espanhol perfeito é ainda maior. Os professores zombam quando preciso falar algo na aula e o “espanglês” escapa da minha boca. (GONZALEZ, 2001, p. 1)

O não reconhecimento e rejeição sofridos pela autora em seus relacionamentos nos ambientes frequentados são recorrentes e extremamente expressivos. Diante do cenário descrito, Gonzalez (2001) reivindica seu direito de falar em “espanglês” e o valor do fenômeno para suas questões identitárias:

Eles não entendem que “espanglês” é a minha língua nativa? Cresci na fronteira entre Texas e México, falando espanhol e inglês, e meu “espanglês” é o produto disso. Eu falo espanhol com meus pais, “espanglês” com meus irmãos e amigos, e inglês com os outros. Meus pensamentos são em “espanglês”. Deixei o Texas para morar no Noroeste em 1998, mas toda vez que ouço “espanglês” me sinto em casa novamente. Não há coisa melhor para quebrar o gelo do que descobrir que você e um estranho falam “espanglês”. Ele traz uma compreensão implícita da história de quem fala (pais imigrantes, cenário bilíngue) e de sua condição (buscando o sucesso em um país no qual os latinos ainda são uma minoria). De repente, vocês são “amigos” e dançam sem esforço entre duas línguas. Nos clubes latinos o “espanglês” me ajuda a fazer amigas no banheiro feminino. Sempre que os funcionários são latinos falantes de “espanglês” eu recebo regalias. E no Noroeste, foi o que me ajudou a fazer os melhores amigos. Estava no corredor de um dormitório no meu ano de caloura quando ouvi pessoas falando “espanglês” e impulsivamente coloquei

a cabeça na porta do quarto deles e entrei na conversa. Eles não se importaram – quem fala “espanglês” acolhe os outros falantes. É nosso costume. É por isso que me recuso a deixar de falá-lo, apesar dos sorrisos com pena e dos olhares críticos. Tenho uma história de amor que dura a vida inteira com o “espanglês”, “*embarazada*” ou não. (GONZALEZ, 2001, p. 1)

O relato demonstra como o “espanglês” serve de ferramenta identitária para uma comunidade que reúne múltiplas culturas e origens, na qual os membros compartilham agora um mesmo espaço e país, com experiências e histórias similares. Com sua confiança construída ao lado de outros falantes do “espanglês”, Lilly Gonzalez (2001) finaliza sua narrativa mais segura e detentora de motivos para defender sua forma de expressão, buscando assim o reconhecimento por parte daqueles que não colocam em prática o “espanglês”. Através da publicação de seu relato, a autora estabelece um diálogo com o leitor, como parte de sua luta por reconhecimento.

Mendonça, R. F. (2009) destaca a ideia de que os sujeitos se constroem em relação, também presente na obra de Honneth: “A possibilidade de autorrealização só se faz possível como um projeto sempre inacabado e dialógico. É no jogo recursivo e sem fim do encontro com o outro que as identidades se constroem e que a própria ideia de autorrealização se configura” (MENDONÇA, R. F., 2009, p. 5-6). O autor também ressalta a base pragmática da filosofia de Taylor, negando assim a suposição de que para ele a identidade precederia a ação e, dessa forma, “A ideia de que a identidade se refaz na ação, defendida por Markell (2003), não só está presente em Taylor, como é uma das bases de seu pensamento” (MENDONÇA, R. F., 2009, p. 5).

Fica clara a noção de Honneth e Taylor de que as lutas por reconhecimento, ou lutas intersubjetivas, são processos abertos, inacabados, contínuos e sem objetivos finais; o reconhecimento não é algo que possa ser conquistado definitivamente, muito menos um bem a ser distribuído para todos. O reconhecimento possui um caráter mútuo, o que acaba ignorado por Fraser e Markell:

Lutas não são, pois, somente uma busca por soberania e autodeterminação. Elas requerem a consideração do outro. Se a autorrealização é uma contínua construção dialógica, ela não pode ser entendida nem como imposta de fora nem como a mera expressão de desejos individuais. Ela depende de um diálogo – ou multiálogo, como prefere Tully (2004) – em que os atores envolvidos operam em conjunto, sendo transformados pela simples existência do outro. (MENDONÇA, R. F., 2009, p. 6)

Sendo assim, o exemplo de Fraser (2003a) quanto a justificar ações de grupos extremistas não serviria para representar uma reivindicação por reconhecimento, pois o grupo em questão não reconhece os outros nem os leva em consideração em uma relação

intersubjetiva, mas unilateral, o que foge até mesmo do discurso de G. H. Mead, de grande influência na obra de Honneth.

A política do reconhecimento de Taylor e Honneth não tem como objetivo valorizar identidades grupais ou que todos sejam igualmente estimados. O reconhecimento não estaria em uma soberania da comunidade hispânica sobre os anglo-americanos. A intenção é que cada indivíduo tenha a mesma chance de ser estimado por suas realizações e contribuições sociais, sendo reconhecido por sua individualidade sem que o fato de ser membro de uma etnia ou grupo produza interferências positivas ou negativas. A identidade subjetiva seria assim construída de maneira intersubjetiva e não mais determinada pelo grupo social. Essa estrutura intersubjetiva faz com que a identidade individual e coletiva lide com situações de desrespeito nas interações sociais. O conflito social surge nas experiências de desrespeito, quando o reconhecimento é negado. Conflitos sociais dão lugar à luta por reconhecimento, uma reação que integra os processos de formação da identidade. É possível observar tais movimentos de luta por reconhecimento através da relação da comunidade hispânica com a sua representação na mídia estadunidense.

### 3 UM DESENLACE NAS MÃOS DO PÚBLICO

O contínuo crescimento da população hispânica nos Estados Unidos e a evidente necessidade de adaptação do mercado e da mídia para alcançar esse público implicam questões culturais cruciais. Foi a partir da década de 1990 que o mercado estadunidense começou a demonstrar um grande aumento no interesse em dirigir seus produtos aos hispânicos residentes do país. Em 1997, Dionisio Cañas declarou:

Enquanto os hispânicos não levantavam a voz, enquanto eram apenas peões explorados, mal remunerados, ignorantes, mão de obra barata para limpar as casas dos ricos, enquanto isso ocorria com o consentimento da maioria, ninguém se preocupava com o fato de falarem espanhol entre eles, que lessem seus próprios jornais, que vissem sua própria televisão, que vivessem em más condições; no entanto, agora as coisas mudaram e os hispânicos passam a ter uma parte pequena, mas significativa do poder aquisitivo, político e cultural desse país [...]. Esses latino-norte-americanos se expressam seja em espanhol ou inglês (com interferências muito enriquecedoras desses idiomas), mas também em uma mistura das duas línguas antes mencionadas. (Apud BETTI, 2011, p. 38)

De fato, isso é o que ocorre e, com a língua sendo considerada uma porta de entrada cultural, nada mais lógico que utilizá-la para alcançar esse público através da mídia. “Mídia étnica” é o termo usado para definir produções midiáticas destinadas a um grupo étnico em particular. Esse tipo de produção apoia-se na noção de etnicidade como um conjunto de aspectos que representam o panorama cultural de determinado grupo, aspectos esses que traduzem particularidades comportamentais, psicológicas ou biológicas.

Melissa A. Johnson, professora do departamento de comunicação da Universidade da Carolina do Norte, afirmou no livro *Mass Communication and Society*, publicado em 2000, que a mídia étnica nos Estados Unidos procura dar ênfase às funções pluralistas de suas produções, sendo estas: “1) objetivar a preservação e a transmissão da cultura nativa e identidade do grupo ao manter a língua e difundir o orgulho étnico; 2) estabelecer um calendário informativo que anuncie eventos de interesse da comunidade, divulgando também empreendimentos de seus membros; 3) difundir interesses políticos e sociais da comunidade e motivar suas atividades nessas áreas; 4) servir como expressão coletiva de descontentamentos ante injustiças; 5) oferecer conforto e refúgio diante das imagens negativas propagadas pela mídia geral” (JOHNSON, M. A., 2000, p. 233).

As produções da mídia étnica também objetivam criar um núcleo de poder e unificar subgrupos. Dessa forma, através dessas produções, aqueles que antes apenas se identificavam como mexicanos, cubanos ou porto-riquenhos passam a pertencer a uma só comunidade, a hispânica, realçando as semelhanças e ignorando elementos de conflitos entre si. Uma vez

unificada, a comunidade ganha uma voz, adquire poder e passa a ser um alvo mais fácil de instrumentos de controle social. Como bem dito por Fox (1996), a exploração da herança hispânica pela mídia tem como intuito buscar consumidores mas, em suas práticas, acaba servindo também para criar uma consciência coletiva dentro da comunidade.

Entre as funções assimilacionistas também presentes na mídia étnica nos Estados Unidos estão: “1) servir de instrumento de controle social; 2) difundir a língua dominante do país e sua ideologia; 3) difundir as práticas consumistas ocidentais; 4) estimular a superação individual; 5) focar no futuro; 6) buscar a adaptação a um estilo de vida moderno” (JOHNSON, M. A., 2000, p. 234-246). Uma função secundária seria fornecer informações sobre a cultura dos imigrantes para aqueles que formam o grupo dominante da sociedade. O que se observa atualmente é o uso de conjuntos de funções pluralistas e assimilacionistas nas produções da mídia étnica, em vez de optar por um modelo ou por outro. Ao mesmo tempo que objetivam incorporar a comunidade hispânica na sociedade estadunidense (função assimilacionista), tais produções apostam na preservação de aspectos culturais hispânicos (função pluralista).

Entretanto, como já observado a respeito da situação do ensino de línguas estrangeiras nos Estados Unidos, o pouco conhecimento de espanhol ou “espanglês” e o mau entendimento da posição dos hispânicos nos Estados Unidos levam empresas a falhar nas suas tentativas de sensibilização cultural. São inúmeros os exemplos de produções que acabaram fracassando ao tentar passar suas mensagens. Será possível constatar que, em muitos casos, a desigualdade já parece tão “natural” que a própria ideia de dominação racista é tida como absurda, como afirma Van Dijk (1993), o que permite a propagação de más representações e levanta a questão da ambivalência dos estereótipos, sejam eles imagéticos ou linguísticos.

### 3.1 LATINAS DE PAPEL

Em 1996, uma jovem de 28 anos, recém-formada em direito, Christy Haubegger, tornou-se a fundadora da “Latina”, uma revista direcionada ao público hispânico feminino nos Estados Unidos. Com uma ousada impressão inicial de 300 mil exemplares, hoje a publicação possui quase 3 milhões de leitores. Na época de lançamento da revista, era clara a escolha dos anunciantes em usar inglês ou espanhol em publicidades de acordo com o poder aquisitivo associado aos falantes das línguas.

Como comentou o então diretor de relações públicas da *ADR Communications*, Octavio Nuiry, em entrevista à “Christian Science Monitor”, em 1996: “Se você quer vender

carros da Nissan, a publicidade para o público hispânico deve ser em inglês, pois são os falantes que possuem maior poder aquisitivo. No entanto, se quiser vender batatas fritas, esse é um produto que qualquer um pode comprar” (apud SCHWARTZ, 1996, p. 2). O comentário de Nuiry fazia alusão a uma das primeiras publicidades do McDonalds direcionadas ao público hispânico, em 1996, a qual trazia um trocadilho com a palavra “*papa*”, que significa “pai” e “batata” em espanhol. Tal afirmação de Nuiry foi contestada por Haubegger, fundadora da revista, que desde seu primeiro exemplar sempre manteve a maioria das peças publicitárias em suas páginas redigidas em espanhol:

Com campanhas publicitárias apenas em inglês as mensagens não chegam ao público falante apenas de espanhol. Já os hispânicos fluentes em inglês são alvo de diversas mensagens que não geram a resposta desejada, pois não são culturalmente relevantes. Se você quiser alcançar o público hispânico é preciso parecer com eles, falar como eles, mesmo que isso signifique falar em “español”, ou usar uma música de fundo apropriada. Em uma peça publicitária, o objetivo é que eles sejam capazes de se ver ao lado do carro sendo vendido. (Apud SCHWARTZ, 1996, p. 2)

A revista “Latina” é apenas um exemplo das diversas publicações semanais, mensais, trimestrais e semestrais produzidas nos Estados Unidos para o público hispânico. Tais revistas estão presentes em inglês, em espanhol ou são até mesmo bilíngues, e costumam incorporar as funções assimilacionistas e pluralistas da mídia étnica. Em 2000, Melissa A. Johnson realizou uma pesquisa sobre a utilização dessas funções por cinco revistas estadunidenses dedicadas à mulher hispânica: a “Latina”, a “Estylo”, a “Latina Bride”, a “Moderna” e a “Latina Style”.

A pesquisadora e professora constatou que, com exceção da “Latina Bride”, as publicações buscavam suscitar forte orgulho étnico, enfatizando sua relação com o sucesso através de tons incentivadores, artigos focados em figuras triunfadoras de origem hispânica e seus depoimentos sobre como alcançaram superações pessoais e profissionais. Por outro lado, os conteúdos objetivando trazer aspectos culturais sempre continham estímulos consumistas. A exemplo, a pesquisadora cita a inclusão de uma seção regular da “Latina Bride” dedicada à festa tradicional de 15 anos, “*quinceañera*”, que em vez de abordar o tema por seus aspectos e curiosidades culturais, optava por sugerir modelos de vestidos, produtos de beleza e dicas de como incrementar a festa. Tais resultados demonstram claramente a combinação de funções pluralistas e assimilacionistas, enaltecendo a etnia, mas pensando no futuro, abordando temas culturais, porém estimulando práticas consumistas.

Um ponto de extremo interesse aparece nos resultados da pesquisa de Johnson, M. A. (2000): apesar de várias publicações estarem em inglês e não em espanhol, ou não serem bilíngues, a identidade construída para a comunidade hispânica nos Estados Unidos, ainda que

em inglês, é baseada no espanhol e aparece enfeitada pelo espanhol; em outras palavras, em “espanglês”. Ainda assim, Johnson, M. A. (2000) conclui que tal fato comprova que a mídia étnica pode ser desenvolvida em inglês e que o ponto de atração do público usado pelas revistas são os simbolismos culturais imagéticos em lugar dos linguísticos:

Embora as revistas bilíngues incluam alguns artigos em espanhol e as publicações em inglês integrem frases em espanhol dentro dos textos, o impacto de ser latina também é apoiado por muitos aspectos visuais, como certos tipos de rostos e cores de pele, modelos latinas e latinos e o uso de ícones. (JOHNSON, M. A., 2000, p. 242)

Para essa autora, a natureza visual das revistas proporciona um simbolismo com imagens étnicas mais acessíveis para todos os públicos, sejam esses monolíngues em inglês, espanhol ou bilíngues. Os simbolismos visuais parecem mais fáceis de ser aceitos, ainda que estereotipados, do que as inferências linguísticas, que muitas vezes correm o risco de não gerar a aceitação e a identificação esperada.

### 3.2 UM CANTO BILÍNGUE

Publicidade e música são os principais veículos para o “espanglês” na mídia. Dentre os diversos exemplos de campanhas publicitárias estão aquelas produzidas pela *Lopez Negrete Communications*, agência de publicidade independente voltada para o público hispânico. Em entrevista à “Advertising Age”, em 2009, Alex Lopez Negrete, presidente e CEO da agência, comentou: “Os jovens hispânicos possuem um grande leque de possibilidades culturais e linguísticas. [...] Esses jovens possuem um estilo de vida amplo e ousado, sendo pessoas biculturais e bilíngues” (apud WENTZ, 2009, p. 1). A *Lopez Negrete* já foi responsável por campanhas famosas, como a do refrigerante *Dr. Pepper* “*Vida 23*”, em 2009, que trouxe um *jingle* em “espanglês” durante o ano 2010: “Claro que *yes, I wanna be contigo, follow your heart*, descubre tu camino, dame un Dr. Pepper, *you can be mi amigo and we can share*” (“claro que sim, quero estar com você, siga seu coração, descubra seu caminho, me dá um Dr. Pepper, você pode ser meu amigo e podemos dividi-lo”). O vídeo publicitário misturava cenas reais com desenho animado, uma mensagem urbana de jovens e diversos visuais “descolados”, andando de *skate*, tocando música e promovendo festas.

Outra marca de refrigerante que também ganhou um toque hispânico graças ao trabalho da agência foi a 7UP, com o *slogan* em “espanglês” *Sevenisima*. Em 2011, a agência voltou a trabalhar com o refrigerante *Dr. Pepper*, dessa vez em uma versão renovada de *Vida 23*, trazendo o *rapper* Pitbull para anunciar os 23 sabores da bebida. Um dos principais

expoentes na fusão música e publicidade para atrair o público hispânico, o cubano Pitbull também aparece em campanhas publicitárias para a *Kodak* e *Bud Light*, declarando em entrevista à “Billboard” que, “no futuro, nós, os artistas, seremos a ponte que unirá o mundo hispânico e o não hispânico. Um mundo que não é em inglês, não é em espanhol, é em ‘espanglês’” (apud COBO, 2011, p. 7).

Embora já fosse possível encontrar traços do “espanglês” na música popular *mainstream* estadunidense nas décadas anteriores, foram os anos 90 que marcaram a “explosão latina”, estratégia comercial liderada pelo então chefe da *Sony Music*, Tommy Mottola, proporcionando a divulgação de artistas como Jennifer Lopez, Marc Anthony, Gloria Estefan, Ricky Martin e Shakira. Em um primeiro momento, muitos lidaram com a “explosão latina” como uma moda passageira, algo que não faria com que as grandes lendas da salsa, como Tito Puente ou Celia Cruz, passassem a disputar as rádios dos Estados Unidos com os artistas *pop* locais. Isso não ocorreu exatamente pelo fato de a música em “espanglês”, tal como o fenômeno linguístico, representar um novo movimento, único, moderno e conectado com as gerações mais novas, trazendo características independentes e acima de um simples “leva-e-trás” cultural (CHAMBERS; LELAND, 1999). Longe de ser uma moda, os materiais fonográficos em “espanglês” continuam marcando forte presença nos Estados Unidos.

Entretanto, nos dias de hoje, ainda que ajudada pela indústria do *marketing*, as músicas enfrentam dificuldades em suas vendas. Em artigo publicado na maior revista de música dos Estados Unidos, “Billboard”, em 2011, Leila Cobo debateu sobre a disparidade existente entre o aumento da população hispânica e a diminuição do consumo de discos que tenham pelo menos 51% do conteúdo em espanhol. Apesar de muitos atribuírem a queda do consumo ao cenário atual de declínio de vendas na indústria da música, a autora entrou em contato com o executivo de uma gravadora, que desejou manter anonimato e que culpou grande parte do fracasso de vendas à divulgação musical que falha ao tentar alcançar o público hispânico. Segundo ele, a segmentação do conteúdo “latino” afasta consumidores principalmente da terceira geração de hispânicos nos Estados Unidos, a qual busca consumir música através das páginas de vendas digitais principais (iTunes, Aol Store), e não através da subcategoria latina (iTunes Latino, AOL Latino).

Para contornar esse problema, as gravadoras buscam artistas que apresentem um apelo bilíngue, geralmente associados a alguma estratégia de publicidade de marcas famosas. Canções em “espanglês” passaram a ser a principal aposta para alcançar o público hispânico, como explica Guillermo Page, vice-presidente de vendas da *Sony Music Latin*: “O nicho para artistas que cantam apenas em espanhol está ficando cada vez menor. [...] O aumento de

hispânicos no censo dos Estados Unidos representa um público bilíngue” (apud COBO, 2011, p. 3).

Uma pesquisa realizada pelo *Pew Research Center* em 2009 divulgou que 30% da terceira geração de hispânicos nos Estados Unidos afirma ouvir pelo menos metade das suas músicas em espanhol. Entre jovens imigrantes, 56% ouvem música apenas em espanhol ou a grande maioria em espanhol. No entanto, as gerações costumam ouvir quantidades equivalentes de música em espanhol e inglês, o que estimula um vasto mercado de produções bilíngues, ou seja, músicas em “espanglês”. Fica evidente que as produções bilíngues na música possuem um nível de aceitação incrivelmente grande e se baseiam no apoio de funções pluralistas de valor importante para a comunidade.

### 3.3 COMUNIDADE TECNOLÓGICA

Em fevereiro de 2011, a empresa de comunicação Telemundo realizou um estudo chamado “GenYLA” (*Generation Young Latino Americans*), que pesquisou as preferências de 400 hispânicos com idades entre 18 e 34 anos (COBO, 2011). Pouco mais de 37% identificaram-se como “hispânicos” e também como “americanos”, com apenas 2% alegando que se sentiam mais estadunidenses que hispânicos. Os entrevistados demonstraram conforto ao lidar com ambas as culturas e dominavam o inglês e o espanhol; 55% falam espanhol com a família, 74% falam inglês no trabalho e 79% na escola. Essa geração jovem representa a população de hispânicos nascida nos Estados Unidos e que constitui o principal alvo de empresas ligadas não só à música, mas à tecnologia e aos eletrônicos em geral.

Embora os hispânicos sejam a comunidade étnica com menos acesso à *internet*, de acordo com a pesquisa do *Pew Research Center* em 2011, cerca de dois terços da comunidade hispânica (65%) acessaram a *internet* em 2010, pouco menos que os 77% dos anglo-estadunidenses que também ficaram *online*. Ainda que o acesso à *internet* seja maior por parte dos hispânicos bilíngues ou descendentes que apenas falam inglês, os membros da comunidade que utilizam mais espanhol que inglês ou que são monolíngues em espanhol apresentaram um aumento em suas atividades *online*, com a porcentagem de uso subindo de 36% em 2009 para 47% em 2010.

Segundo a pesquisa intitulada *The Latino Digital Divide*, publicada pelo *Pew Hispanic Center* em julho de 2010, apenas 51% dos hispânicos residentes nos Estados Unidos, mas nascidos em outros países, acessam a *internet*, contra 85% da população de hispânicos nascida em território estadunidense. No grupo pesquisado, 84% dos hispânicos com idades

entre 16 e 19 anos usavam *internet*, enquanto apenas 61% dos adultos acima de 26 anos afirmaram utilizá-la.

Entre os *sites* mais visitados pela comunidade hispânica em maio de 2011 estão:

**QUADRO 5: *Websites* mais visitados pela comunidade hispânica em maio de 2011, nos Estados Unidos**

<i>Website/ Proprietários</i>	<i>Visitas únicas (em milhares)</i>
<i>Univision Communications</i>	3,340
<i>Yahoo en Español</i>	1,916
<b>Terra – Telefónica</b>	1,906
<b>MSN Latino</b>	1,704
<i>Televisa Interactive Media</i>	963
<b>AOL Latino</b>	723

Fonte: *Pew Research Center – The State Of News Media 2011*.

A pesquisa evidencia o interesse em *sites* com conteúdo em espanhol, mesmo sendo a maioria dos hispânicos que acessam a *internet* bilíngue, quando poderiam optar apenas por conteúdos em inglês.

Não é de estranhar que a empresa estadunidense de telecomunicação de voz, vídeo, dados e *internet* – *AT&T* – tenha escolhido o cantor porto-riquenho Luis Fonsi para divulgar seus serviços de celular e *internet* com um apelo bilíngue. Em entrevista à Leila Cobo (2011), o presidente da *Universal Music Latin America* explica: “Fonsi é um artista que representa o cruzamento, pois é um latino de segunda geração, bicultural e cresceu nos Estados Unidos” (apud COBO, 2011, p. 5).

Sempre buscando manter uma ligação com o público hispânico através da música, a empresa *AT&T* continuou recrutando artistas como Ricky Martin, vendendo os *smartphones* da empresa em um comercial no qual chama amigos através de SMS para um “rumbón en Malibu Beach”. Isso mostra como cada vez são mais comuns as parcerias entre música e publicidade, especialmente quando o público hispânico mais jovem é o alvo principal.

Com o crescimento do poder de aquisição dos hispânicos, a *Nielsen Media Research*, responsável por pesquisas de publicidade, atestou em 2011, através do *IBIS World*, que os hispânicos possuem 7% mais probabilidades que o resto da população estadunidense de adquirir um *smartphone*, comprar música *online*, utilizar *e-mails* e enviar ou receber mensagens de texto.

### 3.4 DE POSSE DO CONTROLE REMOTO

Em um relatório especial sobre a mídia étnica em 2011, o *Pew Research Center* constatou que, embora a comunidade hispânica esteja crescendo mais através das taxas de natalidade do que de imigração para os Estados Unidos, a existência de mais descendentes que imigrantes não significa uma ameaça à língua espanhola no país. Canais de televisão voltados para a comunidade, como a *Univision*, continuam a crescer e a alcançar níveis de audiência altos o suficiente para competir com as grandes redes como a *ABC*, *CBS* e *NBC*. Tal crescimento também é notado nos canais de rádio em espanhol, que estão sempre se multiplicando, além da área da publicidade.

Segundo a pesquisa, os hispânicos bilíngues não deixam de ver programas em espanhol na televisão. Entre os hispânicos que falam inglês como língua principal em casa, 24% assistem à televisão em espanhol durante uma ou três horas por dia, de acordo com os dados coletados pela *Nielsen Media Research* em 2011. Entre os hispânicos que falam espanhol como língua principal em casa, 40% assistem de uma a três horas a programas em espanhol.

Um dos principais programas de entretenimento da televisão estadunidense são as séries, episódios semanais que dão continuidade a um enredo e podem se estender em diversas temporadas. A primeira série estadunidense a incluir palavras e frases em espanhol foi “*I Love Lucy*”, série de grande popularidade que durou por seis temporadas ao longo da década de 1950. A partir de então, são inúmeros os enredos que trazem personagens imigrantes ou descendentes de hispânicos, acrescentando toques de espanhol em determinados momentos das tramas. Ainda assim, apenas nos últimos anos, é possível perceber a produção de séries completamente produzidas para alcançar o público hispânico, sendo duas as mais polêmicas e populares: “*Devious Maids*” e “*Jane The Virgin*”.

Produzida pelo canal *Lifetime*, e lançada em 2013, “*Devious Maids*” foi inspirada na telenovela mexicana “*Ellas son... la alegría del hogar*” e traz a história de cinco funcionárias domésticas de origens hispânicas que trabalham nas casas luxuosas de Beverly Hills (uma delas, apesar de ser uma professora conceituada, trabalha como funcionária doméstica para tentar descobrir um segredo que envolve seu filho). Apesar do sucesso da primeira temporada, conquistando mais de 2,5 milhões de espectadores em seu último episódio, as seguintes duas temporadas viram os índices de audiência baixar para 1,5 milhão de espectadores.

Parte da atenção obtida durante a primeira temporada gerou-se após intensos debates e polêmicas a respeito dos aspectos racistas presentes na constituição da trama. A escritora Tanisha L. Ramirez publicou um artigo no “Huffington Post” (2003) lamentando a “oportunidade perdida” da série que, sendo a primeira a ter como protagonistas mulheres latinas, optou por retratá-las como funcionárias domésticas com o adjetivo “*devious*”, que significa “desonestas” e “trapaceiras”. Em seu artigo para a *NBC Latino*, Alisa Valdes-Rodriguez destacou que “o problema não é o fato de as personagens serem funcionárias domésticas, o que está muito errado é a indústria de entretenimento norte-americana continuar a dizer para as mulheres latinas que ser uma funcionária doméstica é tudo o que elas são ou podem chegar a ser” (VALDES-RODRIGUEZ, 2013, p. 2).

Em entrevista para o *E!Online*, Eva Longoria, uma das produtoras executivas da série, respondeu às críticas afirmando que “funcionária doméstica é o trabalho das personagens, não o que elas são” e que “os estereótipos só podem ser quebrados quando não são ignorados”, sendo então a função da série “desconstruir os estereótipos e mostrar que as personagens são muito mais que apenas funcionárias domésticas” (apud MACATEE, 2013, p. 1). Sua resposta foi retrucada por Michelle Herrera Mulligan, editora-chefe da revista “Cosmopolitan for Latinas”: “Assisti à série e não é bem um retrato complexo das latinas, e sim uma vergonha insultante” (apud EHRENKRANZ, 2013, p. 1). O grande impasse surge justamente neste ponto: há um limite muito tênue entre não ignorar estereótipos e, ao repeti-los, perpetuá-los.

No entanto, a Aliança Nacional de Mídia Hispânica (*National Hispanic Media Coalition*) atestou, através da entrevista do diretor executivo Alex Nogales à *CNN*, que não há problemas com a série e que não faz sentido querer ocultar ou ignorar temáticas que reproduzam experiências ruins de imigrantes nos Estados Unidos. Os produtores dos episódios garantiram que para evitar uma má representação da comunidade foram contratadas duas escritoras de roteiro hispânicas, Gloria Calderon e Tanya Saracho (RODRIGUEZ, 2013, p. 2).

Em seu artigo, Alisa Valdes-Rodriguez (2013) também denunciou a posição de certas organizações hispânicas que defenderam “*Devious Maids*” pelo fato de a produtora executiva da série, Eva Longoria, ser contribuinte de suas causas. A autora também enfatiza que, enquanto na versão mexicana todos os personagens eram latinos, o fato de apenas as funcionárias domésticas serem latinas na versão estadunidense é um assombroso denotador de racismo. Enquanto as telenovelas mexicanas retratam protagonistas femininas poderosas e distinção de classes entre os próprios hispânicos, a tentativa de construir uma “telenovela mexicana em inglês” através de “*Devious Maids*” ajudou a perpetuar estigmas.

Em 2014, o canal *CW* estreou “*Jane The Virgin*”, outra adaptação de telenovela em formato série nos Estados Unidos. Com a trama baseada na telenovela venezuelana “*Juana La Virgen*”, a série aposta em uma protagonista descendente de hispânicos com personalidade corajosa. A jovem estudante Jane, mantendo as tradições de sua família latina, promete chegar virgem ao altar, mas acaba sendo inseminada artificialmente após um erro médico, precisando lidar com uma reviravolta do destino e com situações completamente diferentes do que havia planejado para a sua vida.

Diferente de “*Devious Maids*”, “*Jane The Virgin*” recebeu ótimas avaliações da crítica desde sua estreia. Com a audiência chegando até 1,4 milhão por episódio, ótimos números para um programa do canal *CW*, a série já ganhou diversos prêmios, até mesmo um *Golden Globe* para a atriz protagonista, Gina Rodriguez. Sua personagem, Jane, é vista como inteligente, trabalhadora e cheia de energia e sonhos, além de se mostrar disposta a superar os percalços da vida. Em questões culturais, a série traz a avó imigrante de Jane sempre falando espanhol, com legendas em inglês, o que resultou em críticas positivas. A mãe de Jane é uma aficionada por telenovelas, o que inclui na trama o mundo e os bastidores dos atores de uma telenovela fictícia, como uma “história dentro da história”. Com uma mãe liberal e uma avó repressora, Jane é retratada como um equilíbrio entre os dois extremos. A imagem natural da protagonista também é um ponto a favor da série, não estando abaixo nem acima do peso, possuindo traços latinos sem que pareçam estereotipados ou “americanizados”.

Outro exemplo de série que tentou uma abordagem menos polêmica foi “*Cristela*”, série criada e estrelada pela mexicana-estadunidense Cristela Alonzo, baseada em sua própria história. O enredo girava em torno de uma estudante de direito que morava em Dallas, Texas, trabalhando em uma firma de advocacia com um chefe que costumava fazer comentários racistas. A série teve sua estreia no canal *ABC* em 2014, mas acabou cancelada após 22 episódios. Segundo a crítica Kayla Hawkins (2014) no site *Bustle.com*, o grande problema do enredo foi se apoiar em situações-clichês. A comédia através das situações de racismo e uso dos estereótipos latinos como forma de paródia resultou previsível. A inclusão de tais situações assemelha-se ao “Mock Spanish” no momento em que os estereótipos marcam presença com o pretexto de produzir comédia. Práticas assim são mais difíceis de controlar e contribuem para perpetuar os estereótipos.

Em 2014, o site *Jezebel.com* realizou um debate com mexicanas estadunidenses, entre elas Andie Flores, escritora e professora que mora em Austin, Texas; Marina Garcia-Vasquez, escritora, redatora em Nova Iorque e fundadora do site cultural *Mexinthecity.com*; Tina Vasquez, escritora e blogueira moradora de Los Angeles; além da própria mediadora, Julianne

Escobedo Shepherd, moradora de Nova Iorque e também chicana. O debate<sup>8</sup> consistiu numa análise sobre a representação das mulheres nas séries de televisão voltadas à comunidade hispânica nos Estados Unidos, entre elas “*Cristela*” e “*Jane The Virgin*”. Julianne fez as seguintes perguntas: “Como vocês percebem essas representações da mulher mexicana-estadunidense? Acha possível compará-las?” (SHEPHERD, 2014, p. 2). Andie respondeu:

Embora não seja algo imprescindível, “*Cristela*” e “*Jane The Virgin*” mantêm aspectos com os quais o público pode se identificar, isto é, pessoas que cresceram em um ambiente doméstico falado em “espanglês” e sob a grande influência católica, por exemplo. Consigo ver a mim mesma e minhas amigas em ambas as personagens. Às vezes as duas séries parecem exagerar na tentativa de representação – muito “ay!” sendo dito, o que causa mais desconforto que qualquer piada velha. (Apud SHEPHERD, 2014, p. 3)

Andie também comentou sobre como ambas, Jane e Cristela, mostram-se fiéis às suas origens, mas ainda assim conflituosas ao quererem ser diferentes das mães, não cometendo os mesmos equívocos, sempre em busca de uma vida melhor. Tais constatações levam ao questionamento: “Quais tipos de mulheres latinas precisam ser mostrados na televisão? Que tipo de história precisa ser contada?” (SHEPHERD, 2014, p. 4), ao que Andie responde:

De fato, “*Jane The Virgin*” é uma recriação de uma história já contada, mas a introdução dela em um canal de televisão geralmente lotado de enredos protagonizados por lindas mulheres brancas é um fato importante. “*Cristela*” é uma comédia de estúdio com trilha de risadas. Não é perfeita, mas a série aborda várias coisas que precisam ser tratadas agora – racismo, sexismo, imagem corporal – de uma forma que outras atrações no mesmo horário nunca fizeram. Ambas as séries nos dão exemplos dos diferentes modos de viver das mulheres latinas, sem afirmar que esses são os únicos e possíveis modos. Estar envolvido de maneira ativa na cultura *pop* significa ser jogado de cabeça em um mundo que claramente se mostra estacionado na narrativa e normalidade brancas. Só quero sentir que sou uma pessoa com uma história que merece ser contada. É interessante interromper a programação de um canal de televisão com alguma amostra cultural que acaba sendo tão maravilhosamente minha. Ou melhor, nossa. (Apud SHEPHERD, 2014, p. 3-4)

Já Marina mostrou-se cética quanto à representação da comunidade hispânica na televisão e criticou a necessidade de trazer a ideia de “pureza *versus* indecência” em Jane, dualidade já tão gasta para a imagem das latinas, além dos recorrentes momentos de autodepreciação de Cristela com o clichê da humildade:

Assistir a essas séries me deixou mortificada e hipnotizada. Seria um espelho de quem eu sou? Precitaria ser um espelho? Não posso apenas relaxar e curtir o fato de que nossas histórias estão sendo difundidas pelo mundo? Tenho orgulho dos escritores e atores envolvidos nas produções dessas séries. Elas são divertidas e eu só tenho a desejar muito sucesso. Mas, ao mesmo tempo, hesito. Não consigo ignorar os estereótipos: as armadilhas religiosas, papéis familiares irrealis, o

---

<sup>8</sup> Todas as traduções dos comentários do debate foram realizadas pela autora.

complexo virgem/prostituta e enredos nos quais ainda moramos com nossas mães intrometidas. (Apud SHEPHERD, 2014, p. 5)

Tina também concordou com Marina sobre a insistência em representar latinas na dicotomia virgem/prostituta, o que a incomoda e faz sentir a necessidade de repetir a afirmação feminista “*Ni putas, ni santas – sólo mujeres*” (Nem putas, nem santas – apenas mulheres). Embora aprove o ritmo no qual a história de Jane é contada, Tina admite identificar-se mais com o personagem de Cristela:

A maneira a qual Cristela lida com práticas diretas de racismo e microagressões é algo com o qual me identifico muito. Quando a filha do chefe a confunde com a moça da limpeza, quando seu futuro chefe imita um sotaque mexicano estereotipado ao entrevistá-la para o estágio e ela reage com um “isso realmente acabou de acontecer comigo” de uma forma excelente, o que é de fato minha resposta ao lidar com pessoas brancas ignorantes, sendo eu a única latina no ambiente de trabalho. Também adoro as suas interações com a mãe que, pelo que podemos inferir, é uma imigrante que teve uma vida difícil ao crescer. Toda vez que a mãe de Cristela abre a boca é para abrir os olhos dos filhos sobre como tudo para eles é bem mais fácil em comparação ao que ela já passou. Isso basicamente resume minha relação com meu pai imigrante. (Apud SHEPHERD, 2014, p. 7)

Julianne e Tina concordam no tocante à quantidade de pressão existente nas produções que têm como alvo a comunidade hispânica, pressão de duas vias: os atores e atrizes latinos sentem pressão para fazer sucesso e agradar com seus trabalhos, assim como a audiência de hispânicos sente que precisa assistir às produções a fim de preservar um espaço para a sua inclusão na mídia. Julianne explica:

[...] nós latinas sentimos que estamos de alguma forma traíndo nossa cultura se não a colocamos em evidência, e esse é um sentimento único para mulheres de cor, em particular. E acredito que isso resulte na inquietude que todas nós parecemos sentir a respeito dessas séries: que precisamos que continuem, quando não por nós, mas pelos mais jovens. Também há o medo latente de que se essas séries acabarem canceladas, pode levar anos até vermos outra estrela latina na televisão sem estar supersexualizada ou exagerada pelos produtores brancos. (Apud SHEPHERD, 2014, p. 8-9)

Julianne também comentou a crítica de Marina sobre a insistência no estereótipo da latina altamente religiosa (no caso, a avó em “*Jane The Virgin*”), mas admite que muitas vezes essa também é a realidade em famílias da comunidade hispânica, defendendo que pelo menos “*Jane The Virgin*” mostra diferentes abordagens das latinas para o tema religioso, pois apresenta uma maior flexibilidade.

Tina aproveita para ressaltar a importância de Cristela mostrar seu orgulho de ser uma mexicano-texana, pois é costume da mídia apenas relacionar *cowboys*, sotaques fortes e George Bush com o Texas, ignorando a população hispânica que sempre esteve no local, antes mesmo até de pertencer aos Estados Unidos:

O que eu quero dizer é que quando há um enredo sobre latinos no Texas, ele provavelmente falará dos imigrantes cruzando a fronteira, apesar de que as raízes das famílias “tejanas” estão fincadas no local há gerações. Selena [Quintanilla] e Sandra Cisneros são “tejanas” (texanas), acredito que as mais reconhecidas entre latinos, mas sinto relutância em dizer que a mídia *mainstream* percebe a importância dessas mulheres como ícones culturais.

[...] Então, a geografia é importante. Cristela ser tanto mexicana quanto “tejana” (texanas) no horário nobre da televisão é algo importante. (Apud SHEPHERD, 2014, p. 15)

Quanto a ambas as séries, Tina finaliza:

Eu não me identifico com ninguém na série [*Jane The Virgin*], mas não tem problema. Então, para mim, “*Jane The Virgin*” é apenas um prazer, o tipo de coisa a que assisto para me desligar dos problemas. Até parece um luxo que algo tão divertido possua um elenco latino. “*Cristela*” não me faz pensar em assuntos sérios, e admito que no decorrer da temporada é possível perceber em quais momentos a história perde o interesse, mas Cristela continua sendo um personagem através do qual consigo me ver e ver minhas amigas. Isso é importante para mim.

[...] O fato de que podemos contar quantas atrizes latinas estão trabalhando em Hollywood, por serem tão poucas, é triste. Como também é triste que as opções pareçam sempre ser: ter sua identidade apagada ou ter sua identidade evidenciada de tal forma que passa a falar em nome de toda uma comunidade. E nós estamos há anos-luz de ver refletido um espectro real da comunidade na mídia. (Apud SHEPHERD, 2014, p. 15-16)

O debate em questão mostrou como a representação da comunidade hispânica pela mídia estadunidense ainda traz inúmeras falhas até mesmo em uma produção escrita, produzida e interpretada por uma chicana como Cristela, que teve sua série cancelada após apenas uma temporada.

Neste cenário, o imigrante muitas vezes não tem opção a não ser consumir as migalhas de sua cultura de origem, representadas de maneira descontextualizada pelo país que os recebe, encontrando nessa prática um meio de manter os laços entre os grupos de imigrantes. Retomando Deleuze (2002), as reações da comunidade hispânica frente as suas representações midiáticas estadunidenses demonstram os agenciamentos entre o que é estático e o que é dinâmico no ser, possibilitando o reconhecimento ou não, exposto principalmente na fala de Marina ao indagar: “Seria um espelho de quem eu sou? Precisaria ser um espelho?” (Apud SHEPHERD, 2014, p. 5)

Embora seja mais freqüente na televisão, a recorrência dos mesmos temas para tentar alcançar a comunidade hispânica também é evidente no cinema, com produções mexicano-estadunidenses como “*La misma luna*” (2007) e “*Pulling strings*” (2013), tratando das dificuldades de imigração e da busca por um destino melhor nos Estados Unidos, ou como “*Bella*” (2007), que demonstra o valor da família, assim como nos outros dois filmes citados. As produções cinematográficas direcionadas para a comunidade hispânica ainda acontecem

em quantidades muito inferiores, quando comparadas aos outros tipos de mídia, fato confirmado pela pesquisa realizada pelo *IBIS World*, em 2011, estimando a contribuição hispânica em produções midiáticas dos Estados Unidos até 2016:

**QUADRO 6: Estimativa da contribuição hispânica em produções midiáticas nos Estados Unidos**

Indústria	Tamanho da indústria	Contribuição hispânica		Crescimento anual
	2011 (dólares/ milhões)	2011 (dólares/ milhões)	2016 (dólares/ milhões)	(%)
Publicidade	29,215	2,979	4,277	7,5
Televisão	32,496	3,000	3,761	4,6
Cinema	12,645	933	1,193	5,0
Revistas e jornais	42,615	3,000	3,549	3,4

Fonte: *IBIS World, Special Report August 2011*.

Embora a menor contribuição hispânica ainda ocorra nas produções cinematográficas, de acordo com a estimativa de crescimento até 2016, ela continuará crescendo com uma boa porcentagem, enquanto revistas e jornais apresentam um crescimento menor.

A grande questão é o fato dos enredos em séries e filmes trazerem sempre um leque extremamente limitado de questões e estereótipos relacionados à comunidade. Fica evidente a imposição da repetição como meio de fixar valores e comportamentos.

### 3.5 O TEATRO DO REAL

Como bem analisado por Suely Rolnik (1997) ao discutir a linha de segmentação dura que constitui o ser, de acordo com Deleuze e Guattari (1996) e resumido por José de Assis Moraes Júnior:

No que se refere à produção de identidades, Rolnik fala em um movimento de produção de “kits de perfis-padrão” (ROLNIK, 1997, p. 20). Em um mundo em que a globalização da economia e a tecnologia das mídias eletrônicas colocam *n* universos em circulação, pensando a perspectiva dos cruzamentos de uma rede informacional em ondas, a persistência na referência identitária, ainda que substituída por identidades globalizadas flexíveis, parece alcançar um estado patológico, que Suely Rolnik define como uma “toxicomania” generalizada (ROLNIK, 1997, p. 21). A abertura para a recepção do novo que circula em tais redes de comunicação “não envolve necessariamente abertura para o estranho nem tolerância ao desassossego que isso mobiliza e, menos ainda, disposição para criar figuras singulares orientadas pela cartografia desses ventos, tão revoltos na atualidade”. (ROLNIK, 1997, p. 21)

Neste sentido, o uso da tóxico-identidade se justifica na medida em que são essas próteses, como afirma Rolnik, que fornecerão a ilusória segurança com a qual o reconhecimento em alguma órbita do mercado estará garantida. (ASSIS MORAES JÚNIOR, 2011, p. 3-4)

A tóxico-identidade é o padrão engessado para gerar o perfil do ser humano pré-fabricado por relações de poder culturais e posto em prática por ele mesmo para satisfazer a sociedade hegemônica em prol da aceitação e reconhecimento. O sujeito comum elevado ao *mainstream* possui duas facetas: no mesmo momento em que ele impõe uma imagem e perpetua características, ele serve de afirmação e reconhecimento, um certificado de existência.

As questões que permeiam as tóxico-identidades remetem aos debates acerca dos *reality shows*, tão populares na mídia estadunidense. Como parte do *corpus* do trabalho, analisa-se a produção “*Tequila Sisters*”, um programa do canal estadunidense *TV Guide Network* que acompanhou a vida de uma família mexicana de alto poder aquisitivo vivendo nos Estados Unidos, em 2013. Quando se pensa em um *reality show* produzido por estadunidenses para o público hispânico, surge uma lista de tópicos sobre como a imagem do mexicano residente nos Estados Unidos é retratada.

O patriarca Bill Marin e sua esposa Lori são mexicanos que enriqueceram nos Estados Unidos com o comércio de tequila. O casal e suas quatro filhas, com idades que variam entre 20 e 30 anos, levam uma vida de luxo no sul da Califórnia, em Orange Country. Os temas dos episódios giram em torno de dramas familiares entre as quatro garotas, que enfrentam pensamentos patriarcais e antiquados de Bill. O pai insiste que as garotas permaneçam morando na casa da família até se casarem, o que causa revolta e as faz culpar as “tradições mexicanas”, enfatizando mais de uma vez ao longo da série que os tempos são outros e que “elas não estão no México”.

O teor de comédia chega a causar desconforto, sendo mais bem rotulado como uma “autoparódia”, como enfatiza o colunista do *Variety.com*, Brian Lowry (2013). Os choros e olhos lacrimejantes do patriarca Bill Marin, nas cenas de entrevista ao longo da série, fortalecem o estereótipo do “mexicano bobalhão” aos olhos dos anglo-estadunidenses. Mesmo que não possa ser visto como inferior em questões monetárias, a imagem de Bill Marin é transmitida como inferior em questões emocionais. Um homem que trata as filhas adultas como crianças, atrelado a tradições e visões antiquadas, impedindo que elas morem sozinhas em uma sociedade como a dos Estados Unidos, na qual os filhos tendem a sair da casa dos pais assim que completam a maioridade.

Todas as quatro garotas e a mãe exibem seus cabelos longos e platinados, assumindo a “americanização” de suas imagens. O espanhol fica presente em poucas palavras, quando a família está reunida, sendo os sotaques ao falar inglês da mãe e do pai o suficiente para marcar suas identidades diante dos espectadores.

Segundo a própria família e os produtores do *reality show*, a mensagem a ser passada é que, mesmo com desentendimentos e conflitos, a família sempre deve estar unida. No entanto, a principal ferramenta de união da família, a tequila, pode ser vista como ferramenta cultural e é, na verdade, o símbolo de riqueza e da estabilidade financeira das quatro garotas.

Com todos os estereótipos, dramatizações exageradas, conteúdo raso e superficialidade cultural, o *reality show* ganhou pouca atenção da comunidade hispânica, não passando de uma temporada de oito episódios.

### 3.6 DOCUMENTANDO IDENTIDADES

Documentários diferem de *reality shows* no momento em que procuram atribuir teor científico as suas produções, objetivando ilustrar resultados de pesquisa e lidar com situações reais de formas menos pré-fabricadas.

Como parte do projeto *NCLLP (North Carolina Language and Life Project)*, lançado no ano de 2010, estudantes da Universidade da Carolina do Norte, nos Estados Unidos, produziram um documentário em DVD intitulado “*Spanish Voices*”. O trabalho teve como objetivo registrar ocorrências em espanhol resultantes da população, em crescimento, de falantes da língua no estado da Carolina do Norte. Constituído basicamente de entrevistas em seus 55 minutos de duração, o DVD apresenta uma variedade de falantes, incluindo músicos, dançarinos, professores, pesquisadores e estudantes locais. O tópico “espanglês” encontra-se nos extras do DVD, trazendo um total de 4 minutos e 11 segundos de entrevistas apenas sobre o “espanglês”.

Por se tratar de um documentário, é possível perceber a necessidade de utilizar entrevistados cujas características físicas atendessem à imagem preestabelecida do “imigrante latino falante de espanglês”. No excerto transcrito abaixo, o entrevistado apresenta a cor de pele escura, está um pouco acima do peso, usa bigode, óculos de grau, cabelos pretos cortados bem baixo e possui cerca de quarenta anos. O vídeo também levanta a questão: o que fez o entrevistador identificá-lo na rua como um falante de “espanglês”?

#### TRANSCRIÇÃO 3: *Spanish Voices – Spanglish*

<b>Texto-fonte:</b>
<b>Ortiz:</b> “ <i>Lunchar</i> ”, it comes from “lunch”, to take you to lunch. So, <i>en mi país decimos “vamos a comer”, sí? No importa si es el doce del día, la una de la tarde, dos, três o cuatro. Sí, “vamos a comer”. Más tarde es “cenar”, en la mañana es “desayunar”. Pero cuando vino uno aquí, y, en el trabajo y los amigos, siempre les dice es “lunch time”... “let’s get the lunch”... “let’s go to buy something for lunch”</i> . So we use to put it into the Spanish for “ <i>lunchar</i> ”. <i>Lo convertimos en un verbo</i> . In my own language I already know at least fifteen, twenty new words coming from English into Spanish, mixed. Somebody might say “they busted our language” but I say no, we put it together and we got a different meaning. So we’re creating.
<b>Tradução<sup>9</sup>:</b>
<b>Ortiz:</b> “ <i>Lunchar</i> ” vem de “lunch” (almoçar), te levar para almoçar. Então, no meu país dizemos “ <i>vamos a comer</i> ”, certo? Não importa se é ao meio-dia, à uma da tarde, duas, três ou quatro. Sim, “ <i>vamos a comer</i> ”. Mais tarde é “ <i>cenar</i> ”, pela manhã é “ <i>desayunar</i> ”. Mas quando alguém vem visitar, ou está no trabalho ou com os amigos, sempre dizemos “lunch time” (hora do almoço)... “let’s get lunch” (vamos almoçar)... “let’s go to buy something for lunch” (vamos comprar algo para almoçar). Então costumamos usar como em espanhol: “lunchar”. Transformamos em um verbo. Na minha própria língua eu conheço pelo menos quinze ou vinte novas palavras vindo do inglês para o espanhol, misturadas. Alguém pode até dizer “eles estão estragando nossa língua”, mas eu digo que não, estamos juntando e dando um significado diferente. Então estamos criando.

O entrevistado explica como o “espanglês” é usado com um exemplo dessa utilização em seu cotidiano, informando o tipo de ambiente e quais participantes costumam estar na conversa (família, amigos). Durante sua fala, ele alterna o espanhol e o inglês, o que constitui uma produção metassemântica, por ele estar falando sobre e praticando o “espanglês” ao mesmo tempo. Tentando manter um tom quase didático ao explicar o “espanglês”, o entrevistado faz várias pausas curtas de até três segundos, expressando-se devagar e enfatizando certas palavras, principalmente aquelas em “espanglês”. Não há interferência do entrevistador durante a resposta à pergunta sobre o uso do termo “*lunchar*”. O ambiente da entrevista, por ser uma rua arborizada e com carros a passar, contribui para a imagem de espontaneidade que o produtor parece querer criar.

Ao falar, o entrevistado espera a compreensão integral do ouvinte, mesmo alternando frases completas em inglês e outras em espanhol. Tal comunicação exclui aqueles que não dominam ambas as línguas, podendo ser um exemplo de função não referencial simultânea, caso pessoas monolíngues em inglês ou espanhol estivessem presentes.

Como visto, no “espanglês” muitas das decisões dos falantes refletem uma certa estratégia de discurso, como meio de “esclarecer” ou “dar ênfases” e estabelecer controle. O tom usado pelo entrevistado e a ênfase no termo ao dar exemplos de frases em “espanglês”

<sup>9</sup> Todas as traduções realizadas pela autora. Os termos em *itálico* correspondem ao espanhol.

mostram naturalmente essa característica do fenômeno. Ao relatar que em seu país se fala espanhol, mas quando alguém o vai visitar nos Estados Unidos o “espanglês” é adotado para a comunicação, o entrevistado aborda a questão identitária do uso, a adaptação ao ambiente norte-americano ao mesmo tempo que suas origens continuam presentes. A criação híbrida morfológica do “*lunchar*”, apesar de ser um aspecto do “espanglês” que o faz ser associado à ideia de compensação por desconhecimento linguístico em inglês ou espanhol é claramente explicada pelo falante que demonstra ser bilíngue.

Outro documentário que também se dedica a apresentar práticas espontâneas e a discutir o fenômeno do “espanglês” traz o título “*Spanglish: Mi vida remixed*” e foi lançado nos Estados Unidos em abril de 2007 pelos diretores Alison Fast e Moises Velez, com duração de 22 minutos, para o canal de televisão *NBC Universo* (antes chamado “*Mun2*”), voltado para a comunidade hispânica. A produção traz entrevistas com estudantes, cantores de *rap*, atores de teatro, jogadores de beisebol, jornalistas e escritores, todos falantes de “espanglês”. Uma das mais interessantes passagens documenta a conversa polêmica entre cabeleireiros e clientes de uma barbearia em Nova Iorque que discutem como o “espanglês” representa a junção de dois mundos. O documentário também acompanha um pouco da vida de uma concorrente de concursos de beleza e suas interações em “espanglês” com membros da família e amigos em Del Río, Texas.

O fato de a produção apresentar um vasto número de falantes nas mais diferentes áreas de atividade e interesse evidencia uma preocupação em transmitir a diversidade do fenômeno e uma tentativa de superar estereótipos. A espontaneidade dos diálogos entre amigos e familiares também é um ponto a favor para o documentário em questão, pois são vários os momentos nos quais é possível perceber uma interação natural mesmo com a presença das câmeras:

#### TRANSCRIÇÃO 4: *Spanglish: Mi Vida Remixed*

<b>Texto-fonte:</b>
<p><b>Stephanie:</b> <i>¿Que estás haciendo? “Estoy chillando”.</i></p> <p><b>Friend:</b> And you are like “uh, <i>chillando</i> is not the word”. It’s like, someone texts the cousin and it’s like “<i>que vas hacer?</i>” and he’s like “<i>voy a chillar</i>”. *laughing*</p> <p>[...]</p> <p><b>Stephanie:</b> This is what we’re going to do: we’re gonna get our nails done <i>y luego a la noche vamos ir a una quinceañera</i>.</p> <p>[...]</p> <p><b>Stephanie:</b> <i>Quinceañeras</i> are so popular that there’s one every weekend. So there’s always something to go at weekend. So there’s nothing to do, you can always just go and hang out there. ¡We can be <i>chillando</i> there at the party! *laughing*</p>

**Tradução<sup>10</sup>:**

**Stephanie:** O que você está fazendo? “Estou *chillando* (relaxando)”.

**Amiga:** E você pensa “ah, *chillando* não é a palavra”. É quando alguém manda uma mensagem para o primo e pergunta: “o que você pretende fazer?” e ele responde “vou *chillar*”. \*rindo\*  
[...]

**Stephanie:** Isso é o que vamos fazer: faremos nossas unhas e de noite vamos a uma *quinceañera* (festa de 15 anos).  
[...]

**Stephanie:** *Quinceañeras* são tão populares que tem uma a cada final de semana. Então há sempre o que fazer nos finais de semana. Então se não tem nada para fazer, você pode apenas ir e passar um tempo lá. Podemos ficar *chillando* (relaxando) na festa! \*rindo\*

Stephanie é uma jovem concorrente de concursos de beleza e o diálogo transcrito aconteceu de forma espontânea dentro de seu carro com as amigas. Embora estivessem com uma câmera presente no carro, Stephanie e suas amigas conversavam naturalmente sobre a escolha do primo de conjugar o verbo inglês “to chill” (relaxar) em espanhol, o que levou a uma criação morfológica híbrida “chillar” que possui a mesma fonética e morfologia de um termo existente em espanhol, mas que significa “gritar” ou “chiar”. Os risos e o entendimento entre as amigas ao usar o “espanglês” demonstra o aspecto interacional e a cumplicidade em sua prática.

Diferentemente das entrevistas e dos *reality shows*, as cenas de convivência em “espanglês” apresentadas no documentário servem para ilustrar o fenômeno de forma bastante autêntica, tanto que a produção ainda é referência importante para estudo, disponível em diversos *websites* para assistir *online*.

### 3.7 PUBLICIDADE IMPRESSA

Como previamente abordado, há falhas no ensino de línguas estrangeiras em um país que sempre promoveu a ideia de “uma língua, uma nação”, gerando pouco interesse aos falantes nativos do inglês em aprender outras línguas, com um sistema educacional que vê o ensino de línguas como desnecessário, com programas de ensino em cursos e universidades que contam com pouca carga horária e exigem nível de proficiência baixo. Ao ingressar no mercado de trabalho, profissionais nativos são valorizados por possuírem apenas cursos

---

<sup>10</sup> Todas as traduções realizadas pela autora. Os termos em *italico* correspondem ao espanhol e “espanglês”.

básicos de línguas e, pela falta de proficiência na língua, acabam por gerar insensibilização cultural ou até mesmo materiais incompreensíveis na língua estrangeira.

A área de publicidade e propaganda é uma das maiores produtoras de material em “espanglês”, resultado da necessidade do mercado em alcançar o público hispânico residente nos Estados Unidos. A aceitação de profissionais que tenham em seu currículo ao menos um curso básico de espanhol é responsável pela publicação de material supostamente em “espanglês”, mas que não segue nenhum dos parâmetros gramaticais, quanto mais pragmáticos. A consequência desta produção em “espanglês”, sem o devido cuidado e tratamento que deve ser dado ao fenômeno, resulta no fracasso de várias campanhas publicitárias, como, por exemplo, a campanha da cerveja *Bud Light*, que foi utilizada no metrô de Nova Iorque no ano de 2007. A campanha consistia em diversos pôsteres escritos em um “espanglês” de difícil entendimento para a maioria dos habitantes bilíngues de Nova Iorque<sup>11</sup>, como se pode ver a seguir:

**FIGURA 2: “Tan buena como estar esmaya'o y jampiarfe un arroz con pollo.”**



**FIGURA 3: “Tan buena como raspar el pegao.”**

---

<sup>11</sup> As sentenças das cinco peças não podem ser traduzidas porque não há compreensão mais próxima possível do que foi almejado transmitir, nem mesmo pelos falantes do espanhol provenientes de diferentes países da América Latina.



FIGURA 4: "Tan buena como un sueñito debajo de una mata e mango."



FIGURA 5: "Tan buena como vacilar mi salsa."



FIGURA 6: "Tan buena como encontrar un parking frente al building."



Na peça dois, não há sentido imediato; com esforço, pode-se pensar que sorver a bebida é tão bom quanto pular em cima de um prato de arroz com frango, o que, no Brasil, seria, na linguagem popular, “cair de boca” em cima de determinada comida. De resto, o que há é a tentativa de trazer uma criação morfológica híbrida conjugando em espanhol a palavra em inglês “jump”, que quer dizer “pular”, associando-a ao clichê do arroz com frango, iguaria que faz parte da culinária do cotidiano latino.

A peça três pretende vender a bebida comparando o prazer gerado ao consumi-la com aquele que se tem ao raspar os restos que ficam pregados na panela, “raspar el pegao”. Entretanto, a associação que a frase deseja suscitar na mente do consumidor não alcança toda a comunidade hispânica, bastante heterogênea, porque não há conexão e clareza, dando a sensação de as palavras terem sido jogadas na frase.

Na peça quatro, saborear a bebida é tão bom quanto tirar um cochilo debaixo de uma árvore de manga.

Na peça cinco, a comparação é com um vacilo enquanto se dança a salsa, o que remete à despreocupação, à entrega total apenas ao fato de dançar e divertir-se.

A peça seis compara o prazer da bebida com a satisfação de encontrar uma vaga para o carro em frente ao prédio que se quer visitar.

Analisando as peças através das descrições de ocorrências do “espanglês” feitas por Lipski (2007) e Price (2010) já exploradas no primeiro capítulo, é possível constatar o uso de criações morfológicas híbridas (“jumpsar”) e de *code-switching* (“encontrar un parking frente al building”), embora na maioria das vezes a tentativa de incorporação dessas ocorrências tenha gerado incompreensão por parte da comunidade hispânica.

Essa campanha publicitária chamou a atenção da jovem Luci Kali, habitante dos EUA que assina o *blog* “*Under Construction... Until I Say So*”. A internauta não só tirou as fotos das peças publicitárias como também entrou em contato com a empresa fabricante da cerveja *Bud Light*, a *Anheuser-Busch*. Tanto a mensagem eletrônica enviada por ela à empresa quanto os seus pontos de vista sobre a campanha publicitária foram publicados em seu *blog*, em 15 de agosto de 2007. Segue abaixo a tradução nossa feita do texto em inglês:

Enviei a seguinte carta à *Anheuser-Busch*: Sou uma falante nativa de espanhol (primeira língua + instrução adicional para objetivos profissionais). Vi pela primeira vez a publicidade da *Bud Light* algumas semanas atrás e devo dizer que fiquei muito confusa com ela. Não entendo o que a maioria desses pôsteres está dizendo. Presumo que tenham sido usadas expressões que sejam próprias de um país específico de língua espanhola. No entanto, expressões em espanhol pertencentes a um país podem não ser propriamente traduzidas nem mesmo usadas em outro país. Além disso, muitas gírias acabam tendo duplo sentido, não sendo ofensivas em um país, mas sim em outro. Embora a língua espanhola seja a principal conexão entre os latinos, existem muitas diferenças na cultura e no vocabulário. Por favor, levem estes fatores em consideração na próxima vez que decidirem fazer uma campanha de publicidade direcionada à população latina. (KALI, 2007, p. 1)

De fato, parece que foram usadas diferentes expressões de vários países de língua espanhola para a produção das peças da *Bud Light*. No entanto, como Luci Kali explicou em seu *blog*, a mistura é tanta que venezuelanos conseguiram identificar alguns termos, mas sentiram que outros termos presentes em um mesmo pôster pareciam ser mais usados na Colômbia. Certas expressões também foram identificadas por porto-riquenhos e dominicanos.

É interessante enfatizar também a utilização dos clichês associados aos hispânicos: “arroz con pollo”, “salsa” e “mata e (de) mango”. “Mata e (de) mango”, além de trazer a grafia equivocada, não é uma expressão usada no cotidiano da maioria dos latinos “que não possuem mangueiras no quintal e muito menos em seus apartamentos”, como observou Kali (2007).

Algumas das peças ficaram praticamente incompreensíveis e demandam profundas tentativas de interpretação, como, por exemplo: “tan buena como estar esmaya’o y jampiar un arroz con pollo”. Leitores do *blog* de Luci Kali (2007) comentaram sobre a impossibilidade de entender a relação do verbo “jampiar”, que derivaria do inglês “jump” (pular), com o fato de comer arroz com frango.

Foi possível então constatar que a campanha publicitária da *Bud Light*, exposta no metrô através de pôsteres, não segue parâmetros gramaticais, tampouco pragmáticos, sendo o tipo de campanha que serve como exemplo da falha de comunicação devido ao difícil entendimento por parte dos próprios falantes do “espanglês”.

Por outro lado, um exemplo de publicidade urbana bem-sucedida foi o *outdoor* da marca de refrigerantes *Dr. Pepper*, em 2009:

**FIGURA 7: “23 sabores blended into one extraordinary taste. Inconfundible.”**



A publicidade traz as palavras em espanhol “sabores” e “inconfundible” em perfeita posição, resultando na total compreensão pelo público-alvo. É a campanha publicitária mais politicamente correta usada para o estudo porque não utiliza mensagens subliminares, tampouco sutis, ou agressivas e preconceituosas, como se verá adiante. Vale registrar também que a moça no *outdoor* não apresenta características físicas que possam definir uma nacionalidade exata.

O uso do “espanglês” deve ser sensivelmente gramatical e pragmático em materiais publicitários, sendo produzidos por indivíduos com conhecimentos suficientes para alcançar o público falante de “espanglês” de maneira efetiva. A proficiência pragmática pode ser desenvolvida tanto quanto a gramatical. O conjunto de representações internas não é estático e passa a ser modificado ao longo do processo comunicativo. Um profissional ciente das implicações existentes ao trabalhar com língua e cultura é de suma importância na produção de tais materiais, uma vez que a representação é decisiva para a comunicação.

### 3.8 COMERCIAIS (IN)CONSCIENTES

O que difere a pragmática da semântica é a importância atribuída à noção de contexto. Para além da comunicação verbal, a pragmática também lida com conteúdos inferíveis a partir de meios não convencionais. A decodificação e a inferência são mecanismos do raciocínio

que levam à dedução de novas informações. O objetivo é explicar como o ser humano se comunica além do que é dito literalmente.

Através da pragmática é possível defender e validar a existência do “espanglês” como ferramenta de comunicação, pois a carga identitária presente no fenômeno constitui uma visão de mundo cultural compartilhada pelos falantes, uma visão entre fronteiras, um conjunto de representações fruto de relações entre culturas. “Cada tipo de ato de fala é uma pequena instituição social submetida a condições de adequação diversas e padrões comunicativos próprios de cada cultura, relativos ao tipo de expressão preferida e ao tipo de estrutura interna predominante” (ESCANDELL VIDAL, 2004, p. 10). Para além da proficiência gramatical e pragmática em inglês e espanhol, a construção de um material em “espanglês” implica o conhecimento da própria cultura entre fronteiras, do “espanglês” por si mesmo.

Vale reafirmar que a comunicação é uma atividade na qual o indivíduo tenta gerar representações na mente do interlocutor, possuindo, dessa forma, um caráter intencional. Durante uma comunicação, os enunciados podem se desenvolver adquirindo dimensões diferentes que vão além do significado estável do código da língua. A atividade comunicativa vai mais além da boa formação de estruturas gramaticais ou de leis que governam uma pura e simples transmissão de informação. O que se comunica vai além do que se diz literalmente (ESCANDELL VIDAL, 2004). A análise das inferências provenientes da linguagem, da imagem e da complementaridade “linguagem e imagem” possibilitam observar o sucesso ou o insucesso dos materiais em “espanglês” dirigidos ao público falante, com a missão de estabelecer identificação.

Serão vistos os quatro comerciais da empresa de seguros de saúde *Blue Cross Blue Shield of Arizona*. Esses vídeos buscam apresentar personagens dinâmicos e de origem latino-americana, com o objetivo de alcançar a identificação do público-alvo, constituído de jovens adultos e idosos. Embora a língua principal de cada comercial seja o inglês, algumas frases, exclamações e palavras em espanhol são inseridas no texto com o objetivo de representar o sentimento “espanglês”, que vai além do sotaque espanhol nas falas em inglês.

#### TRANSCRIÇÃO 5: Blue Cross Blue Shield of Arizona 1

Texto-fonte:
So I'm interviewing this guy and he calls me “Ma’am”. I look around to see who's in the room and realize he means me. I am way too young to be called ma'am. But hey, he was the best for the job and when he saw my health benefits he signed on the dotted line. That's why I have Blue Cross Blue Shield of Arizona, because it helps take care of me and it gives my business an edge. I am 28 by the way... ma’am... <i>que se cree este chamaco</i> (what was that kid thinking)?

**Tradução<sup>12</sup>:**

Então eu estava entrevistando esse rapaz, e ele me chamou de “Senhora”. Dei uma olhada em volta para ver quem mais estava na sala e aí percebi que ele se referia a mim. Eu sou jovem demais para ser chamada de senhora. Mas quer saber, ele era ideal para o emprego e quando ele viu os benefícios de saúde que eu ofereço, assinou imediatamente na linha pontilhada. É por isso que eu tenho o plano da *Blue Cross Blue Shield of Arizona*, porque me ajuda a cuidar de mim e ainda dá vantagens aos meus negócios. A propósito, tenho 28 anos... *senhora... o que aquele moleque estava pensando?*

**TRANSCRIÇÃO 6: Blue Cross Blue Shield of Arizona 2****Texto-fonte:**

I'm a contractor so if you ask me to build your house, I'll build your house. If you ask me what a PPO<sup>13</sup> is, I'll build your house. That's why I have Blue Cross Blue Shield of Arizona, they have people to help me decide what plan's best for me. As a self-employee, I work out of my truck, and if I don't work, I don't eat. Hum, *guapo papacito* (handsome young man) \*seeing himself in a mirror\*.

**Tradução:**

Eu sou construtor, se você me pedir para construir a sua casa, é o que farei. Se você me perguntar o que é uma organização de provedores de saúde, construirei sua casa. É por isso que eu tenho a *Blue Cross Blue Shield of Arizona*. Eles possuem uma equipe que me ajuda a decidir qual plano é o melhor para mim. Como trabalhador autônomo, eu dependo do meu caminhão; se eu não trabalho, não como. Hum, *que jovem bonito* \*olhando-se no espelho\*.

**TRANSCRIÇÃO 7: Blue Cross Blue Shield of Arizona 3****Texto-fonte:**

I could eat anywhere, but I like this place. Why? Because I like things how I like them. And for my money, I chose the number 2 with a big *taco* and a chicken *enchilada*. It's exactly how I want it and it's always good. That's also why I have *Blue Cross Blue Shield of Arizona*. They've been around for a long time and always offer me good choices and great value. *Además* (and by the way) if you get around 4 o'clock you get dinner for the price of lunch!

**Tradução:**

Eu poderia comer em qualquer outro lugar, mas eu gosto deste restaurante. Por quê? Porque eu gosto das coisas como eu quero. E, de acordo com o dinheiro que eu tenho, escolho o número 2, que vem com um grande *taco* e *enchilada* de galinha. É exatamente como eu quero, e sempre é muito bom. É por isso que eu tenho *Blue Cross Blue Shield of Arizona*. Eles estão no negócio por um bom tempo e sempre me oferecem ótimas escolhas de grande valor. *Além disso*, se você aparecer pelas quatro da tarde, você pega o jantar pelo preço do almoço!

<sup>12</sup> Todas as traduções foram realizadas pela autora. Os termos em *italico* correspondem ao espanhol.

<sup>13</sup> PPO: Organização de Provedores de Saúde.

**TRANSCRIÇÃO 8: Blue Cross Blue Shield of Arizona 4**

<b>Texto-fonte:</b>
See, these are my angels. Two sons, a daughter and three gorgeous <i>nietos</i> (grandchildren). If you can't believe it, <i>son mi vida</i> (they are my life). And see this, right next to their pictures is my <i>Blue Cross Blue Shield of Arizona</i> card. It's not accident, this card is just like family, with all we've been through together: late night fevers, ear infections, the occasion of broken bone. They have been in our family for generations because they treat us like part of their family. This is <i>tio</i> (uncle) we don't talk much about him.
<b>Tradução:</b>
Vejam só, esses são os meus anjinhos. Dois filhos, uma filha e três <i>netos</i> maravilhosos. Você não acredita como eles <i>são a minha vida</i> . E veja só, logo ao lado da foto deles está o meu cartão da <i>Blue Cross Blue Shield of Arizona</i> . Não é por acidente, este cartão é como família, depois de tudo o que passamos juntos: febres durante a madrugada, infecções de ouvido, algum osso quebrado. Eles estão na nossa família há gerações porque nos tratam como parte de suas famílias. Este é o <i>tio</i> , nós não gostamos muito de falar dele.

É possível observar que as peças publicitárias apresentam atores e atrizes com as características mais acentuadas dos latinos, como, por exemplo, pele morena e cabelos escuros e fartos. Cada comercial traz palavras-chave das falas dos personagens escritas na tela, além da tradução para o inglês de algumas das expressões usadas em espanhol. Essas palavras-chave funcionam como “gritos”, como alertas. Na primeira peça publicitária, a jovem apresenta um *status* de executiva, não de empregada, como se poderia esperar (efeito contextual da contradição de estereótipos). Ela demonstra segurança ao empregar o rapaz que a chamou de “senhora” e possui um sotaque quase imperceptível ao falar inglês. O espanhol é apenas usado como exclamação em uma pergunta retórica, sincera e pessoal, para mostrar indignação pelo fato de ter sido chamada de “senhora”, o que evidencia a diferença cultural.

Também no segundo comercial, o espanhol entra para expressar uma característica pessoal. Depois de falar sobre trabalho e sobre o plano de saúde em inglês, o personagem introduz uma exclamação em espanhol sobre sua aparência de forma mais íntima e brincalhona, voltada para o público conhecedor da língua espanhola.

A terceira peça publicitária traz um idoso com forte sotaque espanhol ao falar inglês, introduzindo nomes de pratos típicos de sua cultura de origem. Após apresentar o serviço do *Blue Cross Blue Shield of Arizona*, ele retoma o assunto do restaurante para fechar a mensagem. Vale reparar que se enfatiza o horário das quatro da tarde como aquele em que se come o jantar pelo preço do almoço, ou seja, o personagem, subliminarmente, aconselha que

os latino-americanos devem aproveitar as oportunidades, ainda que precisem sacrificar algo – comer em horário diferente do usual, isto é, antecipar a refeição. Ou seja, contratar um plano pago para ter atendimento de saúde assegurado, adiantando-se quanto às incertezas do futuro, precavendo-se.

Já na quarta peça publicitária, uma idosa comenta sobre a sua família e a importância do plano de saúde, também com um forte sotaque. A ênfase recai na palavra “family” várias vezes: “family”, “our family”, “their family”, e quando a senhora fala, em espanhol, sobre seus filhos e seus netos – “... son mi vida” –, aparece em letras grandes: “they’re my life!”. Analisa-se essa ênfase na palavra-chave “family” como um propósito claro: a mensagem quer dizer que o seguro de saúde protege a família. Porém, nota-se na tradução das últimas palavras de “If you can’t believe it, son mi vida” que “vida” e “life” teriam obrigatoriamente de aparecer ao mesmo tempo no comercial: em espanhol e em inglês. Outra nota significativa vem do texto, quando a senhora também tenta criar cumplicidade com o público-alvo no momento em que critica afetivamente o tio, isto é, “coisa de família”.

Com isso, fica claro que os adultos jovens e os idosos foram escolhidos especialmente para permitir uma identificação com o público-alvo. Nos dois primeiros comerciais, as frases finais exclamativas estão em espanhol, suscitando intimidade não apenas pelo uso da língua, mas pelas afirmações, como se quisessem expressar um ponto de vista que somente o interlocutor cuja origem fosse a mesma pudesse entender completamente. Em suma, as frases tentam demonstrar cumplicidade. À medida que a cumplicidade se estabelece, a campanha publicitária atinge a sua meta.

Enquanto os personagens mais jovens (nos dois primeiros comerciais) interpretam seus textos demonstrando facilidade em separar o inglês do espanhol e com pronúncias das frases em inglês sem um sotaque latino acentuado, os outros dois personagens, sendo mais velhos, misturam, nos textos principais, palavras em espanhol – no caso do senhor, “taco”, “enchilada” e “además”. A mensagem trazida pela campanha publicitária faz análise sobre os tipos de consumidor e leva em conta o seguinte: os jovens não esquecem a sua origem latina, mas a geração mais velha carrega com mais fervor sua língua nativa.

De modo geral, os comerciais da *Blue Cross Blue Shield of Arizona* foram bem recebidos pelo público na *internet*, uma vez que abordaram e fizeram uso do “espanglês” de forma cuidadosa e, assim, não suscitaram polêmicas.

Para a segunda parte da análise dos estereótipos hispânicos visuais na publicidade estadunidense, foram utilizados dois comerciais do canal *MTV Tr3s*. Esse subcanal da rede de televisão *MTV* foi fundado em 2006 com uma proposta bicultural de entretenimento,

destinada ao público hispânico nos Estados Unidos. Além de clipes musicais em espanhol e inglês, o canal também trazia programas de auditório e entrevistas em ambas as línguas. Os comerciais do canal utilizados pelos outros subcanais da *MTV* e *VHI* também apresentavam falas em “espanglês” (além do próprio *slogan* do canal “música para freaks”), calcadas em fortes estereótipos visuais. Ao longo dos anos, o canal *MTV Tr3s* acabou por, aos poucos, diminuir a sua grade de programação e a produção de programas para a comunidade hispânica, sendo hoje apenas um canal de clipes variados.

**TRANSCRIÇÃO 9: MTV Tr3s – Shakira**

<b>Texto-fonte:</b>
<p>Hey <i>mami</i>, <i>te gusta mirarme no?</i> (Hey, mama do you like to stare at me, right?) Oh yeah. Last night was a lot of fun. You're a dirty one. What d'you say? You want me to clean you up? I'll get you all things up oh yeah! Want more?          *A Shakira song plays*          If we got you any closer – It would be illegal. MTV Tr3s <i>para</i> music freaks (to music freaks).</p>
<b>Tradução:</b>
<p>Ei, <i>gatinha</i>, <i>you gosta de me olhar, né?</i> Ah, sim. A noite passada foi bem divertida. Você é bem safada. O que você disse? Quer que te dê uma lavadinha? Vou dar um jeitinho em você! Quer mais?          *Toca uma canção de Shakira*          Se você chegasse mais perto – seria ilegal. MTV Tr3s <i>para</i> music freaks (para loucos por música).</p>

**TRANSCRIÇÃO 10: MTV Tr3s - Daddy Yankee**

<b>Texto-fonte:</b>
<p>*A Daddy Yankee song plays*          So <i>papi</i> (daddy), let me know. D'ya think my butt looks big in these pants? Yes? No? Well, but how about now? Does my butt look big now? Big boy! I'll show you big boy! Yeah, you know you like my big butt don't you? Hey <i>papi</i> (daddy) not now, I'm trying to get ready!          If we got you any closer – It would be illegal. MTV Tr3s <i>para</i> music freaks (to music freaks).</p>
<b>Tradução:</b>
<p>*Toca uma música de Daddy Yankee*          E aí, <i>papi</i> (gatinho), me diga. Você acha que meu bumbum fica grande nessas calças? Sim? Não? E agora? Meu bumbum fica grande agora? Garotão! Vou te mostrar, garotão! Sim, você sabe que gosta do meu bundão, né? Ei, <i>papi</i> (gatinho), agora não, estou tentando me arrumar!          Se você chegasse mais perto – seria ilegal. MTV Tr3s <i>para</i> music freaks (para loucos por música).</p>

Ambos os comerciais trazem fortes insinuações sexuais e estereótipos visuais sobre a comunidade hispânica, fortalecendo contextos racistas. Como se vê, no primeiro vídeo a

figura masculina é representada por um homem gordo, no banho, com um *display* de papelão de Shakira, em tamanho natural, ao mesmo tempo que se refere à imagem da cantora com frases em espanhol e inglês. Ao falar com a imagem da cantora, o homem emprega gestos sexuais. Já no segundo comercial, uma garota insinuante se veste enquanto fala com o *display* de papelão do cantor Daddy Yankee, também em tamanho natural, fazendo referências ao tamanho de suas nádegas, característica vista pelos anglo-estadunidenses como tipicamente latina.

Pelo próprio caráter irônico que a *MTV* costuma ter em seus comerciais e programas, nenhum dos dois comerciais foi alvo de polêmicas, embora tenham gerado um natural desconforto para alguns espectadores latinos, ao constatar o uso de arquétipos em uma forma extremamente negativa nas referidas peças publicitárias. Observando as peças, tem-se “bumbum grande” como arquétipo que leva ao estereótipo das mulheres latinas como as que têm esta parte do corpo bastante pronunciada. No caso do homem, o estereótipo traduz não algum aspecto físico, mas a personalidade do “macho” atirado e, em última instância, talvez mais rigorosa, o jeito de ser boçal, grosseiro, menos refinado, menos “americano”.

Como visto nas séries de televisão, filmes e comerciais, a repetição de estereótipos na “performatividade” da representação, ainda que possa ser vista inicialmente em seu caráter meramente descritivo, é detentora do poder de definição e reforço de uma identidade. Responsável por formular o conceito de “performatividade”, J. L. Austin (1998) demonstrou que a linguagem não se limita apenas a descrever uma ação, situação ou estado; a linguagem é capaz de fazer com que ações aconteçam. Enquanto algumas proposições servem para descrever, outras são performativas e outras, ainda, mesmo parecendo apenas sentenças descritivas, acabam por exercer o papel de performativas. A repetição de uma enunciação ou comportamento pode acabar produzindo efeitos mais sérios do que apenas descrever.

A teórica Judith Butler (1999) valeu-se desse sentido ampliado de “performatividade” para analisar a produção de identidade. Nas palavras de Tomaz Tadeu da Silva (2000):

Em geral, ao dizer algo sobre certas características identitárias de algum grupo cultural, achamos que estamos simplesmente descrevendo uma situação existente, um “fato” do mundo social. O que esquecemos é que aquilo que dizemos faz parte de uma rede mais ampla de atos linguísticos que, em seu conjunto, contribui para definir ou reforçar a identidade que supostamente apenas estamos descrevendo. [...] A eficácia produtiva dos enunciados performativos ligados à identidade depende de sua incessante repetição. (TADEU DA SILVA, 2000, p. 93)

Ao sofrerem repetição, algumas práticas sociais e culturais acabam naturalizadas e ganham aura de fenômeno natural, irrevogável. Para ilustrar, os comerciais da *MTV*, ainda

que possam ser vistos de maneira ofensiva, não causaram tanta indignação, prevalecendo seu tom humorístico, ou seja, nesses contextos, o indivíduo recebe as práticas como dadas, aliadas a uma antiga concepção ontológica essencialista, na qual sua identidade é única, rígida e imutável. As práticas sociais, rituais e simbolismos não são dados pela natureza, muito menos inquestionáveis, mas frutos de escolhas humanas e retrato dos jogos de poder. Não refletir sobre elas ajuda a esconder traços de opressão e dominação.

A identidade e a diferença precisam ser vistas como processos de produção social que envolvem relações de poder, ao invés de serem tratadas com a visão romântica de que seriam resultado de um consenso ou diálogo. Elas refletem as disputas e lutas pela atribuição de sentido ao mundo e não são preexistentes e fixas, senão heterogêneas, instáveis e inacabadas.

### 3.9 LETRAS CHICANAS

Com tantos exemplos de insucesso na representação da comunidade hispânica pela mídia dos Estados Unidos, a representação da comunidade hispânica dos Estados Unidos através da literatura serve como contraposto às produções midiáticas. Como analisa Hugo Achugar (2011), a produção literária da comunidade habita um “entrelugar” semelhante aos outros diversos “entrelugares” das produções intelectuais latino-americanas: “O eventual lugar do intelectual latino-americano é suscetível a diversas interpretações. Poderíamos pensar na histórica fronteira entre norte e sul, entre anglo e latino, entre o colonizador e o colonizado, entre o caucasiano e as várias existências e identidades do não europeu caucasiano” (ACHUGAR, 2011, p. 2). Assim como Bhabha (2009), Achugar (2011) define o “entrelugar” como uma greta, um “nem um, nem outro”, não estar aqui nem lá. Esse lugar é estável e instável, de equilíbrio impossível porque não tem um território físico, mas sim simbólico, ético e político.

Esse lugar não territorial reflete a junção de todos os lugares de origem da comunidade hispânica. Nestor-García Canclini (1997) destaca a desterritorialização como característica do mundo atual, com culturas que não estão necessariamente vinculadas aos territórios geográficos e nacionais. Culturas que são fruto das migrações e transmissões de informações instantâneas. A união de imigrantes ou descendentes de variados países que falam espanhol, estando nos Estados Unidos, é responsável pela construção de uma comunidade por meio das semelhanças. Seja um movimento reflexo da mídia étnica, seja simplesmente por todos estarem de fato convivendo em um mesmo espaço, a comunidade ganha voz com a união em

um constante processo embrionário cultural e identitário. A literatura, por sua vez, retrata identidades. Achugar (2011) sintetiza:

Pois a identidade, acredito, se constrói, entre seus múltiplos modos e maneiras, em torno da situação ou posicionamento adotado ou imposto pelas condições históricas e pelas escolhas pessoais. Isso significa que alguém é ou pode ser muitas pessoas de acordo como se situa ante o acontecimento, de acordo também com o momento, o interlocutor, o desafio, a problemática e o personagem que escolheu representar ou que veio a ser com o passar dos anos, e as decisões voluntárias ou involuntárias tomadas em ocasiões distintas. (ACHUGAR, 2011, p. 4)

No entanto, o papel antes hegemônico do intelectual passou por uma desestabilização ao longo dos anos, resultado da queda de paradigmas ideológicos e de novas práticas artísticas que se associam a meios diferentes de transmissão como a televisão e a *internet*. Achugar (2011) destaca a dicotomia permanente entre imagem audiovisual e palavra escrita, nascida com a televisão. Com a *internet*, nasce outra dicotomia entre palavra escrita legitimada ou não legitimada. A possibilidade de divulgação de produções escritas através de *sites*, sendo muitas dessas produções de qualidade e valor questionáveis, acabou por reduzir o intelectual a um defensor das línguas, cabendo-lhe a tarefa de legitimar a palavra escrita. Para legitimar a palavra escrita, primeiramente é preciso decidir de onde esse intelectual fala, o que implica decidir quem ele é e quem ele quer ser (ACHUGAR, 2011). É nesse momento que a literatura em “espanglês” possui uma grande responsabilidade na legitimação do fenômeno e na construção de identidades.

A literatura em “espanglês” utiliza o próprio bilinguismo como artifício estético, conforme explica Lawrence La Fountain-Stokes (2006): “O multilinguismo é essencial para o projeto estético e para a apreciação intelectual e emocional, tanto para os que entendem (sendo então os receptores privilegiados) como para os que não entendem (que se sentem marginalizados, deslocados ou confundidos)” (LA FOUNTAIN-STOKES, 2006, p. 148).

Ao ser escrita em “espanglês” a literatura representa a comunidade através de sua própria voz, em vez de ter seus pensamentos e sentimentos expressos apenas em espanhol ou inglês, o que implicaria a delegação do poder para culturas hegemônicas. Como explica Carla de Figueiredo Portilho (2013):

O que linguistas, editores e autoridades educacionais em geral apontam como uma deficiência – a interferência do espanhol no inglês – é valorizado por uma abordagem híbrida e latino-centrada como contribuições criativas e positivas à literatura. Essa abordagem considera que o que parece na superfície ser uma prática que denota a assimilação cultural pode ser também definido como um ato subversivo: o de usar as ferramentas (a língua, no caso) do dominador para falar sobre si próprio e, ao longo do processo, infundir seus próprios valores culturais e

ideologias na cultura dominante (APARICIO, 1997, p. 202). (FIGUEIREDO PORTILHO, 2013, p. 15)

É a literatura que torna possível a produção de um registro identitário que surge da própria comunidade e uma história que é escrita por ela mesma, legitimando expressões e pensamentos – as fundações de uma grandiosa e constante construção cultural.

A partir dos anos 1970, os autores chicanos começaram a proliferar em diversos gêneros literários. As narrativas possuem como característica principal um chamado para a coletividade, acentuando a necessidade de união para o fortalecimento da comunidade. Francisco A. Lomelí (1996) reitera o valor da literatura chicana e constata que a originalidade dessa produção “está justamente no fato de compartilhar duas tradições literárias e assim conseguir elaborar uma identidade híbrida própria. O chicano transcende a unicidade cultural porque, ao misturar duas culturas, formando uma terceira, encontra sua força” (LOMELÍ, 1996, p. 41).

A década de 1970 marca o surgimento do movimento chicano e o conceito “La Raza” (A Raça). A ideologia do movimento consistia no mito do país de Aztlán, território das raízes astecas, lugar de onde o povo asteca saiu por volta do ano 1168 d.C. para se estabelecer no vale do México. Tal território equivale ao Sudoeste dos Estados Unidos e representa a origem do povo asteca (palavra Nahuatl para “povo de Aztlán”). O movimento chicano objetivava o retorno a esse território em nome da “raça”, uma união que serviria como resposta à busca por identidades, como explica Antonio Torres (2001).

Marcelino C. Peñuelas (1978) completa:

Tal região seria então a “terra prometida” dos chicanos, de onde saiu, em tempos remotos, um grupo de seus antepassados e para onde regressam desde os tempos da colonização espanhola. O êxodo dos chicanos desde o México até as terras do norte significa, de acordo com a lenda de Aztlán, um regresso mítico às origens. O nacionalismo chicano, que se baseia na afirmação da raça, da cultura, da língua e de um lugar geográfico próprio, cobra assim legitimidade na consciência dos chicanos, dando a eles estímulo e força para a sua união e contestação espiritual das pressões exteriores desintegradoras que os ameaçam sufocar. (PEÑUELAS, 1978, p. 135)

O mito de Aztlán e o conceito de “La Raza” foram de grande importância para a produção literária nos anos 1970 e refletiram as reivindicações de direitos civis no Sudoeste estadunidense. Como exemplo, Antonio Torres (2001) destaca os romancistas Tomás Rivera e Rolando Hinojosa-Smith, e os poetas Rodolfo Corky González e Alurista (pseudônimo de Alberto Baltzar Urista).

**REPRODUÇÃO 1: When La Raza – Alurista**

Texto-Fonte:	Tradução:
When Raza? When... Yesterday's gone And Mañana Mañana doesn't come For he who waits No morrow Only for he who is now To whom when equals now He will see a morrow Mañana la Raza La gente que espera No verá mañana Our tomorrow es hoy Ahorita Que viva la Raza Mi gente Our people to freedom When? Now, ahorita define tu mañana hoy	Raça quando? Quando... O ontem se foi E Amanhã O amanhã não vem Para aquele que espera Não há amanhã Só para aquele que é agora Para quem o quando equivale ao agora Esse verá o amanhã A raça amanhã O povo que espera Não verá o amanhã Nosso amanhã é hoje Agora mesmo Viva a raça Meu povo Nosso povo em liberdade Quando? Agora, agora mesmo defina seu amanhã hoje

**Fonte:** Torres, A. (2001): *Culturas latinas en Estados Unidos* <<http://www.ub.es/filhis/culturele/torres.html>>

Como exemplo, no poema de Alurista, “When la raza”, fica claro o chamado da comunidade para a construção de um futuro que precisa começar no presente. O “amanhã” que não virá é usado em espanhol, enquanto o “tomorrow” em inglês indica futuro. O autor brinca com as noções de tempo em espanhol e inglês. O presente permanece como “hoy”, “ahora”, “ahorita” e até mesmo “now”, bilíngue. O “morrow” é usado remetendo a um inglês arcaico e poético, significando o dia seguinte, promovendo um equilíbrio entre passado e futuro e um efeito sonoro de “no morrow” como “tomorrow”, uma negativa de futuro para aqueles que o esperam.

Embora alguns escritores optem por realizar seus registros apenas em inglês com a incorporação de poucas palavras em espanhol, a escrita bilíngue vem recebendo destaque e passando a apostar em narrativas intimistas. Dentre as autoras chicanas, Antonio Torres (2001) enfatiza a qualidade dos trabalhos de Sandra Cisneros, Ana Castillo e Gloria Anzaldúa ao explorar questões sociais em diversos gêneros literários.

A produção de Sandra Cisneros possui como característica principal a construção de expressões espanholas em inglês. Como exemplo, em sua obra *Woman Hollering Creek and other stories* (1991), a autora opta por usar a expressão “da la luz”, que se refere ao parto espanhol, traduzida literalmente para o inglês: “I gave light” (CISNEROS, 1991, p. 93),

expressão que não existe nesta língua. Outros exemplos, presentes na obra *Caramelo* (2002), são: “Not even if God commanded it!” (CISNEROS, 2002, p. 67), do espanhol: “¡Ni que Dios lo mande!” e “It’s the hour of the nap” (CISNEROS, 2002, p. 39), do espanhol “Es la hora de la siesta”. Dessa forma, o entendimento fica a cargo dos leitores bilíngues. Cisneros é reconhecida como a primeira escritora mexicano-estadunidense a publicar por uma grande editora; antes dela, apenas alguns poucos escritores chicanos masculinos conseguiram realizar obras para públicos maiores.

A crítica literária Alvina E. Quintana (1996) afirma que as produções de Cisneros conseguiram alcançar não só a comunidade hispânica, mas a maioria dos grupos étnicos presentes nos Estados Unidos, por evitar o teor de raiva e acusação muito comum na literatura que trata de desigualdades de identidade e de gênero. Quintana (1996) defende que a ficção de Cisneros é uma forma de comentário social, comparada ao trabalho de antropologistas com o objetivo de representar experiências culturais.

O uso de diminutivos, destaques para objetos inanimados, situações que ocorrem no microcosmo do cotidiano e personagens que transmitem aspectos sociais complexos tornam a escrita de Cisneros rica em simbolismos que dependem do processo de leitura para serem apontados. Cisneros lida com tópicos não só de cultura, como de gênero, o que acrescenta um caráter feminista a suas obras, ao criticar estruturas patriarcais e de exclusão.

Entre os temas culturais recorrentes na obra de Cisneros estão as figuras femininas emblemáticas do México e do Sudoeste estadunidense: *La Virgen de Guadalupe*, *La Malinche* e *La Llorona*, peças-chaves para a construção da identidade das mulheres mexicanas e chicanas, como defendem teóricos a exemplo de Emma Perez (1993), Cordelia Candelaria (1980), Jacqueline Doyle (1996) e Jean Wyatt (1995). A figura pura e maternal da *Virgen de Guadalupe* como ícone católico da Virgem Maria nas Américas contrasta com a *Malinche*, a amante indígena do conquistador Hernán Cortés que serviu como tradutora e intérprete para que os espanhóis conquistassem os astecas, figura que simboliza sexualidade e traição, resistência e negociação, conhecimento e poder. Ao mesmo tempo, a *Malinche* também é a mãe vitimizada e explorada daquele que foi considerado o “primeiro mestiço”, seu filho Martín, com Hernán Cortés.

Já a figura da *Llorona* surge de uma história popular mexicana sobre uma jovem que se casa com um homem pertencente a uma classe superior e que, ao descobrir que o marido a trai com uma mulher de sua mesma classe social, decide afogar seus filhos no rio. A *Llorona* morre em seguida, à margem do rio, de tanto chorar pelas perdas. As três figuras femininas, chamadas de “as três mães”, marcam presença nas questões identitárias femininas de chicanas

e mexicanas, que passam por processos de negociação e rejeição entre as diversas abordagens sexuais e maternais que elas implicam.

É através do uso de simbolismos culturais, de efeitos linguísticos e de uma abertura para a reflexão sobre questões identitárias que a literatura chicana cresce e legitima vozes da comunidade hispânica nos Estados Unidos. Mas não só pelas mãos dos chicanos a comunidade é representada; entre os autores porto-riquenhos que utilizam “espanglês” em suas produções estão Rosario Ferré, Piri Thomas e Giannina Braschi, autora da primeira novela totalmente em “espanglês”, *Yo-yo boing!*, lançada em 1998.

### 3.10 CONTOS INFANTIS

O sucesso da representação hispânica na arte da literatura como exemplo a ser seguido pelas produções midiáticas passa a ser questionado quando o público alvo é o infantil. A literatura infantil voltada para a comunidade hispânica nos Estados Unidos é um dos gêneros que mais merecem atenção ao se tratar de representação identitária e cultural. O uso do “espanglês” e de outros instrumentos de representação na construção de personagens e situações direcionadas às crianças hispânicas possui grande responsabilidade em suas formações nas esferas privada e pública. Presentes em números significativos nas livrarias e muito usados em programas educacionais bilíngues, os livros infantis trazem temáticas construídas em torno do uso e opiniões no tocante ao fenômeno “espanglês”, o conceito de “língua padrão e pura” do espanhol, além de choques culturais e de gerações, constrangimentos identitários, tradições, contextos sociais, relações familiares cotidianas ou a distância e interações com anglo-estadunidenses.

Textos de ficção direcionados para um público infantil costumam ter por base a difusão de uma mensagem, moral, noção ideológica e modelo cultural, como um meio de abordar valores em caráter didático. Como pontuam Sharon Chappell e Christian Faltis (2007), mensagens ideológicas geralmente adquirem um tom de prescrição e assimilação cultural, embora algumas produções apresentem momentos de pluralismo cultural e linguístico. Tais histórias, ainda que pareçam simples e inocentes a um primeiro olhar, contribuem para censurar ou estimular comportamentos linguísticos e culturais em crianças hispânicas nos Estados Unidos. A representação de valores, comportamentos e crenças possui um papel crucial, incentivando os jovens leitores a se orgulhar das culturas de seus pais ou a relacionar a “americanização” e assimilação a um futuro de sucesso.

Como já comentado, a visão bipartida está sempre presente nas teorias e práticas humanas, não sendo surpresa o fato de as oposições entre bem e mal, certo e errado, serem ingredientes recorrentes na maioria das obras literárias infantis. Sharon Chappell e Christian Faltis (2007) destacam o fato de que modelos culturais usados em ficção didática reduzem as complexidades da vida a enredos normativos simplificados e polarizadores sobre modos de ser e pensar o mundo. Ambos os pesquisadores buscaram identificar modelos culturais em sete livros infantis voltados para a comunidade hispânica nos Estados Unidos, em 2007. Entre os livros analisados, quatro apresentavam contextos mexicano-estadunidenses, sendo eles: *I love Saturdays y domingos*, escrito por Alma Flor Ada em 2002, *Going home*, por Eve Bunting em 1996, *A gift from Papá Diego*, por Benjamin Alire Sáenz em 1998, e *Chato and the party animals*, por Gary Soto em 2000. Tais livros são bem conhecidos entre educadores e continuam em uso nas escolas bilíngues estadunidenses. As produções são em inglês com o uso do espanhol para efeitos textuais, o que permite a observação das mensagens passadas através da utilização do espanhol como marca de bilinguismo, como assinalam Chappell e Faltis (2007), que resumem os enredos:

*I love Saturdays y domingos*, por Ada (2002). Uma jovem visita os avós de ambos os lados da família, convivendo em um mundo todo em espanhol com um casal de avós e em outro mundo todo em inglês com o outro casal de avós.

[...]

*Going home*, por Bunting (1996). Uma família viaja de sua casa nos Estados Unidos para visitar parentes em um povoado no México. Essa visita faz a jovem protagonista questionar o significado de lar e felicidade.

[...]

*A gift from Papá Diego*, por Sáenz (1998). Um jovem que mora nos Estados Unidos deseja ver seu avô que mora no México. Um pedido de aniversário resulta em uma visita surpresa.

*Chato and the party animals*, por Soto (2000). Chato, um gato da vizinhança, organiza uma festa para seu amigo, Novio Boy, que nunca teve uma festa. Os moradores locais se unem para celebrar. (CHAPPELL; FALTIS, 2007, p. 255)

Os autores retratam os personagens de acordo com modelos culturais que guiam as ações e os conhecimentos presentes nas obras. Segundo Chappell e Faltis (2007), as produções textuais infantis seguem geralmente um dos quatro caminhos: 1) retratam crianças hispânicas desinformadas sobre suas heranças culturais e sobre as práticas sociais relacionadas a elas. Esse modelo cultural estimula funções assimilacionistas; 2) representam as crianças hispânicas como questionadoras das identidades transnacionais dos pais, modelo cultural que enfatiza a adoração aos Estados Unidos como pátria; 3) limitam o conhecimento cultural e suas práticas a termos culinários ou de parentesco, fortalecendo o modelo cultural que romantiza a cultura sem complexidades; 4) questionam a utilidade de manter um espanhol incorreto e ressaltam que a língua inglesa é a mais poderosa e difundida.

*I love Saturdays y domingos* (2002) difunde uma noção prescritiva da prática bilingue, separando os espaços geográficos e sociais nos quais o falante deve falar espanhol ou inglês. O enredo apoia-se no modelo cultural que censura o uso misturado do espanhol com inglês, defendendo que falantes bilíngues com alto nível de instrução não produzem “espanglês” e separam muito bem uma língua da outra. Como bem destacam Chappell e Faltis (2007), o uso das duas línguas juntas só ocorre em momentos da história nos quais as culturas se encontram em um mesmo espaço e os personagens adultos permitem tais ocorrências, como na passagem em que todos cantam “Happy Birthday” e, em seguida, “Las Mañanitas” (ADA, 2002, p. 26). Outro modelo cultural também observável é a valorização dos idiomas “padrões e puros”, considerando o “espanglês” como prática inferior.

Já nos livros *Going home* (1996) e *Chato and the party animals* (2000), o uso do “espanglês” é considerado um meio recorrente de comunicação, representando “intimidade e conexões étnicas”, nas palavras de Chappell e Faltis (2007, p. 257), que escolheram o exemplo de *Chato and the party animals*: “You guys are mi familia” (SOTO, 2000, p. 13). Exemplo esse que difunde o modelo cultural de que o *code-switching* das línguas entre falantes bilíngues denota a interação de amigos e conhecidos, rejeitando a ideia de que bilíngues necessariamente devem separar as línguas que dominam. Os dois livros em questão ajudam a derrubar a visão de que falantes de “espanglês” não são fluentes em ambas as línguas e que verdadeiros bilíngues se recusam a falar “espanglês”.

No livro *Going home* (1996), o personagem principal afirma tentar ensinar inglês para os pais, censurando-os quando falam uma palavra ou outra em espanhol; constata que eles não aprendem por trabalharem no campo, onde não se necessita do inglês. O comportamento do personagem associa o conhecimento da língua inglesa a maiores oportunidades de sucesso no futuro. No decorrer da história, o personagem visita o México e conclui que, embora pareça um “lugar mágico”, não oferece oportunidades, sendo sempre melhor ficar nos Estados Unidos (CHAPPELL; FALTIS, 2007).

Infelizmente, entre os sete livros analisados por Chappell e Faltis (2007), todos eles, com exceção de *Chato and the party animals* (2000), constroem a noção de que a assimilação à cultura anglo-estadunidense é um estágio final, comum e natural para os imigrantes nos Estados Unidos. Identidades híbridas e transnacionais são “desencorajadas, ausentes ou vistas como problemáticas” (CHAPPELL; FALTIS, 2007, p. 258). Estão ausentes os contextos híbridos e de interação com parentes que vivem a distância, através das diversas possibilidades de comunicação do mundo atual. A aposta parece ser, na maioria das vezes, em uma incansável reprodução de ideologias de assimilação, ou seja, de “americanização”.

Tópicos complexos acabam simplificados em visões bipartidas, rasas e transmitidas como inquestionáveis, moldando os pensamentos de forma superficial. Ideologias perigosas que passam a ser reproduzidas no cotidiano dos jovens leitores.

O trabalho de Chappell e Faltis (2007) chama atenção para o uso de materiais que possuem uma natureza de transição, distanciando o aluno da língua minoritária e promovendo o inglês como instrumento de comunicação principal. Tais materiais denunciam o caráter assimilacionista do ensino bilíngue nos Estados Unidos. A recorrência da adoção da maioria dos livros citados em salas de aula bilíngues ilustra a triste continuidade da aceitação de paradigmas identitários e modelos culturais nocivos à comunidade hispânica nos Estados Unidos.

### 3.11 REFLEXOS SOBRE A REPRESENTAÇÃO

Com o fim crescente dos sistemas divinos e religiosos, ocorreram transformações nos modos de “aprender o mundo” e “pensar a nação”. Benedith Anderson (2008) destaca a importância do papel da imprensa no fenômeno denominado por ele como “capitalismo editorial”. O romance e o jornal proporcionaram os meios técnicos ideais para “representar” uma comunidade imaginada. Assim, o material impresso serve de instrumento para consolidar uma nação:

[...] a convergência do capitalismo e da tecnologia de imprensa sobre a fatal diversidade da linguagem humana criou a possibilidade de uma nova forma de comunidade imaginada, a qual, em sua morfologia básica, montou o cenário para a nação moderna. (ANDERSON, 2008, p. 82)

Dessa forma, o jornal lida com o presente e, por pressupor uma ideia de continuidade, lida também com o futuro, enquanto o romance contribui para construir uma noção de passado em comum e identificado. Essa conexão e reiteração do passado e presente são as bases de uma comunidade imaginada e usada como forma de autenticar identidades, como explicado no capítulo 1.

Anderson exemplifica:

[...] existe um tipo específico de comunidade contemporânea que apenas a língua é capaz de sugerir – sobretudo na forma de poemas e canções. Tomemos o exemplo dos hinos nacionais, cantados nos feriados nacionais. Por mais banal que seja a letra e medíocre a melodia, há nesse canto uma experiência de simultaneidade. Precisamente nesses momentos, pessoas totalmente desconhecidas entre si pronunciam os mesmos versos seguindo a mesma música. A imagem: o uníssono. Cantar a Marselhesa, a Waltzing Matilda e a Indonesia Raya oferece a oportunidade do uníssono, da realização física e eco da comunidade imaginada. (O mesmo ao se

ouvir [e talvez acompanhar em silêncio] a declamação de poesias cerimoniais, como, por exemplo, passagens do *Book of common prayer*.) Como parece desprendido esse uníssono! Se sabemos que, além de nós, há outras pessoas cantando essas canções exatamente no mesmo momento e da mesma maneira, não temos ideia de quem podem ser, ou até onde estão cantando, se fora ou não do alcance do ouvido. Nada nos liga, a não ser o som imaginado. (ANDERSON, 2008, p. 203-204)

Dialogando com Anderson, a crítica argentina Beatriz Sarlo em sua obra *Cenas da vida pós-moderna* (2004) explora em detalhes como a mídia, dando destaque à televisão, constrói uma sociedade eletrônica, vendendo ideais de democracia ao lidar com fragmentos culturais de origens diversas. Para a autora, a mídia tem como propósito criar uma comunidade imaginária na qual todos possam sentir que o que ela oferece é objeto de apropriação e desfrute. Todos os membros da sociedade parecem capazes de se reconhecer e identificar seus gostos e desejos no que a autora chama de “consumo imaginário”. Tal consumo reforma a maneira pela qual os variados setores populares percebem suas experiências, linguagem, ideais de beleza e saúde, política e mercado:

A televisão joga com transparência e, nesse jogo, responde a uma demanda por rapidez, eficácia, intervenção personalizada, atenção às manifestações da subjetividade e particularismo que seu público não encontra em outra parte. Os sujeitos televisivos adoram a proximidade (mesmo sendo uma proximidade imaginária), e a televisão lhes repete que ela, a única, está sempre perto. Na tormenta relacional das grandes cidades, a televisão promete comunidades imaginárias, e nelas vivem aqueles que hoje estão céticos quanto à possibilidade de fundar ou fortalecer outras comunidades.

Há inclusive quem pense que o ato de partilhar de um aparelho de televisão, instalado na sala ou na cozinha como um totem tecnológico, une com novos laços aqueles que estão sentados diante do mesmo vídeo. Videofamílias, às quais o enfraquecimento das relações de autoridade, paternidade e filiação tradicionais teria lançado ao limite da dissolução, voltariam a unir-se no calor da luz cromática. (SARLO, 2004, p. 79)

De fato, comunidades imaginadas que antes pareciam mais resistentes às mudanças por obedecerem aos poderes violentos, sexistas e intolerantes da nação e seus valores econômicos e simbólicos, hoje resultam de movimentos de poder distintos. Como bem destaca Sarlo (2004), muitas comunidades perderam seu caráter territorial. No caso das migrações, os laços culturais acabam sendo replantados ao entrar em conflito com outras comunidades ou com aspectos novos das culturas locais.

Vale atentar para a importância da língua em todos esses processos. Tendo como certo que língua e cultura caminham juntas e que a cultura é a principal responsável pela criação de comunidades imaginadas, Anderson (2008) descreve o mecanismo essencial das nações:

[...] desde o começo, a nação foi concebida na língua, e não no sangue, e que as pessoas podem ser “convidadas a entrar” na comunidade imaginada. Assim, hoje,

mesmo as nações mais isoladas aceitam o princípio da naturalização (que palavra magnífica!), por mais que possam dificultá-la na prática.

Vista como uma fatalidade histórica e como uma comunidade imaginada através da língua, a nação apresenta-se aberta e, ao mesmo tempo, fechada. (ANDERSON, 2008, p. 204)

Esse mecanismo de abertura e fechamento da nação administrado pela língua, ao gerar exclusão e aceitação, possibilita que outras identidades sejam construídas de acordo com a resposta recebida após a tentativa de adaptação do sujeito. O imigrante hispânico ao sofrer rejeição por seu sotaque e características físicas nos Estados Unidos, encontra no “espanglês” um elemento de união em comunidade com outros hispânicos, mesmo que originados de países e culturas diferentes. O “espanglês” como expressão linguística funciona como instrumento de construção de identidades, formadas por culturas híbridas: “Uma coletividade pode perfeitamente funcionar admitindo em seu seio uma certa pluralidade cultural. O que cria a separação, a ‘fronteira’, é a vontade de se diferenciar e o uso de certos traços culturais como marcadores de sua identidade específica” (CUCHE, 1999, p. 200). Tal concepção vai contra os desejos e objetivos do Estado-nação, como argumenta Denys Cuche (1999):

O Estado moderno tende à monoidentificação, seja por reconhecer apenas uma identidade cultural para definir a identidade nacional (é o caso da França), seja por definir uma identidade de referência, a única verdadeiramente legítima (como no caso dos Estados Unidos), apesar de admitir um certo pluralismo cultural no interior de sua nação. A ideologia nacionalista é uma ideologia de exclusão das diferenças culturais. Sua lógica radical é a da “purificação étnica”. (CUCHE, 1999, p. 188)

O nacionalismo e o racismo ao caminharem de mãos dadas são detonadores de conflitos sociais. Como complementa Benedith Anderson (2008):

O nacionalismo pensa em termos de destinos históricos, ao passo que o racismo sonha com contaminações eternas, transmitidas desde as origens dos tempos por uma sequência interminável de cópulas abomináveis: fora da história. Os negros, devido à nódoa invisível do sangue, serão sempre negros; os judeus, devido ao sêmen de Abraão, serão sempre judeus, não importam os passaportes que usem ou as línguas que falem e leiam. (Assim, para o nazista, o alemão judeu era sempre um impostor.) (ANDERSON, 1999, p. 208-209)

A prática racista se aprende com os pais, na escola, através da mídia ou com a observação e interação em sociedades multiétnicas. O discurso racista midiático costuma enfatizar pontos negativos sobre imigrantes, como a imigração ilegal, crime, violência, mitigando tópicos positivos como a contribuição da comunidade hispânica para a economia, a diversidade cultural e o trabalho árduo realizado por seus integrantes. Um racismo que, segundo Paul Gilroy, “evita ser reconhecido como tal, porque é capaz de alinhar ‘raça’ com nacionalidade, patriotismo e nacionalismo” (GILROY, 1992, p. 87).

A utilização do nacionalismo e racismo pela mídia fica clara quando se discutem materiais produzidos para os mais distintos públicos dos Estados Unidos. Embora a comunidade hispânica já esteja presente em várias produções midiáticas nos Estados Unidos, o problema aparece na maneira pela qual a representação dessa identidade está sendo trabalhada através de uma ferramenta tão poderosa nos dias atuais: a mídia.

Como indica Sarlo (2004), a televisão exerce o mesmo sentimento de simultaneidade e união que Anderson (2008) atribui às canções e poemas:

Em algumas horas do dia ou da noite, milhões de pessoas estão vendo televisão na mesma cidade ou no mesmo país. Isso gera algo mais do que pontos de audiência a mais. Gera, sem dúvida, um sistema retórico cujas figuras passam para o discurso cotidiano: se a televisão fala como nós, nós também falamos como a televisão. Na cultura cotidiana de consumo mais fugaz, as piadas, as maneiras de dizer, as personagens de televisão fazem parte de uma caixa de ferramentas cujo domínio assegura um pertencimento; quem não as conhece ou é esnobe ou vem de fora. (SARLO, 2004, p. 80)

Sarlo comenta o processo identificatório da televisão que gera um círculo hermenêutico ao sondar o público com suas opiniões diante do que foi produzido, para então tornar a registrar e generalizar até submetê-lo a uma nova sondagem. Por estar presa aos níveis de audiência, a televisão propõe uma “cultura de espelho”, na qual ela “constrói seu público a fim de poder refleti-lo, e o reflete para poder construí-lo” (SARLO, 2004, p. 83). É como o “fluxo que nasce ‘entre’ os corpos” (ROLNIK, 1989, p. 47). O devir no campo social, resultado da segmentação dura e da segmentação maleável do ser, como já exposto por Deleuze (1996).

Denys Cuche (1999) debate a noção de “cultura de massa”, defendendo que não existe uma “assimilação” passiva da produção da mídia, pois os consumidores se apropriam dos conteúdos e os reinterpretem segundo suas próprias lógicas culturais. É preciso atentar para o fato de que “cultura de massa” refere-se à produção cultural da mídia que se assemelha à produção industrial, uma cultura criada pela mídia com o propósito de alcançar um vasto número de consumidores. Um produto oferecido pela mídia, mesmo que tenha sido extremamente padronizado, não garantirá uma recepção uniforme, pois tal processo depende das particularidades culturais e das situações que cada grupo vive num dado momento. Cuche (1999) explica: “Não é porque certa massa de indivíduos recebe a mesma mensagem que esta massa constitui um conjunto homogêneo. É evidente que há uma certa uniformização da mensagem midiática, mas isto não nos permite deduzir que haja uniformização da recepção da mensagem” (CUCHE, 1999, p. 158).

Como corrobora Van Dijk (2008), cada membro de determinados grupos possui uma liberdade relativa ao receber as mensagens produzidas pela cultura dominante e disseminadas através da mídia, podendo ignorá-las ou construir opiniões alternativas. O efeito de tais mensagens não costuma ser automático, mas a depender das condições e frequência com que são reiteradas, o conteúdo de certas mensagens pode ser penetrante e nocivo. A mídia possui responsabilidade na construção de imagens não só para representar a comunidade hispânica diante dos outros, mas também dentro da própria comunidade, na medida em que ela aceita ou rejeita a representação.

### 3.12 PRECONCEITOS DISFARÇADOS

Para Teun van Dijk, em *Elite Discourse and Racism* (1993), uma teoria do discurso racista precisa levar em conta o que ele chama de “competência da minoria”, ou seja, a avaliação do discurso como preconceituoso dada por aqueles que de fato já enfrentaram situações de racismo e preconceito. A postura de Dijk (1993) vai contra a análise tradicional que ignorava a opinião das comunidades minoritárias, rotulando-as como tendenciosas. Como alternativa, ele defende que os membros dessas comunidades realizam um exame meticuloso dos aspectos que podem ser considerados preconceituosos, por estarem sempre em alerta ao serem possíveis alvos de tais práticas. Entretanto, nem todos os membros de comunidades minoritárias estão no mesmo nível de habilidade de avaliação das nuances nos discursos aos quais são expostos.

Jane H. Hill (1995) comentou a frequência com a qual falantes de inglês nativos dos Estados Unidos costumam discordar da afirmação de que “Mock Spanish” seria uma prática preconceituosa, argumentando que já receberam cartões comemorativos dos próprios amigos mexicano-estadunidenses ou porto-riquenhos contendo textos humorísticos em “Mock Spanish”. Hill (1995) não duvida de tais ocorrências, tendo presenciado, ao longo de sua carreira como antropóloga e linguista, reações que demonstram entretenimento por parte de membros da comunidade hispânica ante o uso de “Mock Spanish”. Hill (1995) ressalta, no entanto, que aqueles que percebem as práticas de “Mock Spanish” como mero entretenimento costumam ser mexicano-estadunidenses muito jovens ou relativamente ingênuos ou de baixa escolaridade. Os mais velhos reagem negativamente de forma imediata e alguns são capazes de dar exemplos próprios de situações em que se sentiram ofendidos ao serem chamados de “amigo” ou perguntados “compreende?” por falantes de inglês nativos dos Estados Unidos. Em seu artigo “Mock Spanish: a Site for the Indexical Reproduction of Racism in American

English”, Jane H. Hill (1995) também cita alguns exemplos de seus colegas acadêmicos mexicano-estadunidenses que percebem o “Mock Spanish” como prática preconceituosa e criticam o seu uso pela mídia.

Para que seja possível identificar traços de preconceito nos discursos da mídia, o espectador ou consumidor precisa ter acesso às imagens negativas associadas ao espanhol e seus falantes em contexto estadunidense. Como exemplo, a fabricante de salgadinhos *Frito-Lay* dos Estados Unidos (conhecida no Brasil como *Elma Chips*), fundada em 1961, decidiu lançar em 1967 um personagem em desenho como mascote da marca. Apelidado de “*Frito Bandito*”, o desenho representava um “*cowboy* mafioso mexicano”, com sombreiro, bigodes longos, barba por fazer, um dente de ouro e duas pistolas, uma em cada lado do cinto. Criado pela agência publicitária *Foote, Cone & Belding*, o personagem apresentava um forte sotaque mexicano em materiais de publicidade audiovisual, com a voz de Mel Blanc, um dublador estadunidense cujos trabalhos antecessores incluíam outros personagens com estereótipos hispânicos.

A principal atividade de “*Frito Bandito*” nos materiais publicitários da *Frito-Lay* era roubar os salgadinhos das pessoas, uma referência ao estereótipo do “bandido mexicano” dos filmes de faroeste. Vale frisar que, diferentemente dos outros materiais analisados neste trabalho, o alvo do personagem “*Frito-Bandito*” no final da década de 1960 não era a comunidade hispânica, mas sim o público em geral, o que não deixa de ilustrar uma má representação da comunidade a que sua imagem remete. Após pressão do Comitê de Antidifamação Nacional Mexicano-Americano, o visual do personagem foi remodelado, eliminando a barba por fazer e o dente de ouro.

A reação negativa por parte da comunidade hispânica continuou significativa o suficiente até 1971, quando o personagem foi removido por completo da publicidade da marca. Dentre vários *jingles* e comerciais de televisão gravados e divulgados durante os cinco anos de presença do “*Frito Bandito*” como mascote da marca, os dois exemplos abaixo ilustram os principais elementos usados com conteúdo preconceituoso:

#### TRANSCRIÇÃO 11: Frito-Lay – “Frito Bandito Raise Your Hands”

<b>Texto-fonte:</b>
I <i>h-am</i> the Frito Bandito. I’ve just found out the Frito Bureau of Investigation looks for me. They say I <i>h-am</i> a bad man, that I steal many bags of Fritos Corn Chips and eat them all myself. It hurts me to hear these things because it’s not true. I never touch a Frito that does not belong to me. It is true I love Fritos <i>mucho</i> because they are so good to <i>champ-er</i> , a little salty, a lot crunchy... but many people love <i>the</i> Fritos. You don’t believe me? I’ll show you! How many <i>peoples</i> here got the

bag of Fritos with them right now raise their *right-er* hand. *Uno, dos, três, cuatro...* Forty-three *peoples* got the Fritos with them, what do you think of that? Now, *señores*, if you just raise the other hand...

\*Takes the two pistols aiming to the audience and shows grin with gold tooth\*

**Tradução:**

Eu sou o Frito Bandito. Acabei de saber que o Serviço de Investigação Fritos está atrás de mim. Eles dizem que sou um cara mau, que roubo muitos sacos de salgadinhos Fritos e como todos eles sozinho. Dói ouvir essas coisas que não são verdade. Nunca toco em um Frito que não é meu. É verdade que amo *mucho* (muito) Fritos porque são bons de mastigar, salgados e bem crocantes... mas muitas pessoas amam os Fritos. Não acredita? Vou provar! Quantas pessoas aqui estão com um saco de Fritos, levantem agora mesmo a mão direita. *Uno, dos, três, cuatro...* (um, dois, três, quatro...) Quarenta e três pessoas comendo Fritos, que tal? Agora, *señores* (senhores), basta levantar a outra mão...

\*Pega as duas pistolas apontando para o público e mostra um sorriso com dente de ouro\*

**TRANSCRIÇÃO 12: Frito-Lay – “Frito Bandito Song”**

**Texto-fonte:**

I heard you want to be a Frito Bandito like me! You Do? Then you must sing the Bandito song. Let's sing together. You just follow the bouncing Fritos Corn Chips Bag.

\*The chips bag indicates the lyrics on screen, karaoke style\*

Ai Yi Yi Yi, I am the Frito Bandito. I like Fritos Corn Chips I love them, I do! I want Fritos Corn Chips I'll get them from you!

Ai Yi Yi Yi, I am the Frito Bandito. Give me Fritos Corn Chips and I'll be your friend. The Frito Bandito you must not offend!

Now boys and girls you are Frito Banditos too! You sing the Frito Bandito's song and you're *loco* (crazy) for crunchy Fritos Corn Chips! That's nice! Munch, munch, munch a bunch of Fritos Corn Chips!

**Tradução:**

Soube que você quer ser um Frito Bandito como eu! Quer? Para isso você precisa aprender a canção do Bandito. Vamos cantar juntos. Siga o saco de salgadinhos pulante.

\*O saco de salgadinhos indica a letra na tela, estilo karaokê\*

Ai, Ai, Ai, Ai, eu sou o Frito Bandito. Eu gosto de Salgadinhos Fritos, amo com certeza! Quero Salgadinhos Fritos e vou roubá-los de você!

Ai, Ai, Ai, Ai, eu sou o Frito Bandito. Serei seu amigo se você me der Salgadinhos Fritos. O Frito Bandito é melhor você não ofender!

Meninos e meninas, agora vocês também são Fritos Banditos! Já sabem a canção do Frito Bandito e estão *locos* (loucos) pelos salgadinhos crocantes da Fritos. Muito bem! Mastiguem, mastiguem, mastiguem um monte de salgadinhos Fritos!

A primeira transcrição é de um comercial para televisão difundido nos Estados Unidos durante os anos 60, trazendo “*Frito Bandito*” com sua aparência original. Como

destacado na transcrição, as palavras são pronunciadas com forte sotaque, construções gramaticais estranhas para o inglês e algumas palavras em espanhol pronunciadas com hiperanglicismos, como “señores”. A letra do *jingle* foi criada por cima da música tradicional mexicana “Cielito Lindo”. O segundo exemplo já traz o mascote com seu visual remodelado, na década de 1970, mas as referências a roubo e amizades por interesse continuam presentes e difíceis de ser dissociadas do personagem em si, que traz o nome de “Bandito”, do inglês “bandit” com a adição do “o” em um “Mock Spanish”.

Se na década de 70, a voz da comunidade hispânica nos Estados Unidos foi forte o bastante para conseguir a remoção do mascote da *Fritos-Lay*, nos dias atuais, em tempos de supervalorização da opinião pública através da *internet*, a avaliação da própria comunidade alvo de preconceito, como defendido por Van Dijk (1993), possui ainda mais valor. O que constitui o grande problema do cenário que envolve práticas preconceituosas e de não reconhecimento de identidades não é mais a possibilidade de rechaçar e banir tais evidências na mídia e nas interações sociais em geral; a grande questão é como a comunidade recebe, percebe, aceita ou rejeita práticas que possuam traços difamatórios e estigmas perigosos para a sua identidade.

Diversamente do que ocorreu na década de 70, um comercial contendo racismo de maneira tão declarada provavelmente não seria difundido atualmente, quando a globalização é a maior defensora do politicamente correto. Em contrapartida, a inviabilidade de veiculação de um material com racismo mais direto dá lugar ao racismo mascarado, ainda mais grave e difícil de controlar.

Como pontua Jane H. Hill (1995), respaldada por Van Dijk (1993), Essed (1991) e Goldberg (1993), o preconceito não precisa ser intencional para estar presente. Práticas de preconceito disfarçado passam despercebidas se o receptor não possuir conhecimento sobre os estereótipos e estigmas invocados e ainda mais fáceis de ser absorvidos e perpetuados. O discurso racista é ainda mais perigoso quando vem mascarado com boas intenções, trazendo indexicalidade indireta, como as produções da mídia voltadas ao público hispânico que buscam ser representativas, mas em algumas situações acabam por revelar sérios problemas de preconceito e falso reconhecimento. Ou como visto através do “Mock Spanish”, tratado “inocentemente” pelos anglo-estadunidenses como forma de produzir humor ou demonstrar habilidade em uma língua não nativa.

## CONCLUSÃO

Ao mesmo tempo em que geram exclusão, a identidade e a diferença podem ser usadas como instrumentos de celebração da diversidade. Como visto, as identidades são fluidas e mutantes, entretanto, tal noção não é compatível com a sustentação de sistemas políticos construídos em redes de poder, como comenta Woodward (2000). Alguns sistemas políticos originam-se na cultura dominante, e para velar por seus interesses apoiam-se em essencialismos, na história e em traços em comum vistos como estáticos. A prática da exclusão provoca nas minorias um sentimento de vinculação à coletividade que leva a uma tentativa de reapropriação dos meios que definem sua identidade, ao invés da simples aceitação de uma identidade estática concedida pelo grupo dominante. Essa transformação de uma identidade negativa em identidade positiva leva a um risco, segundo Cuche (1999):

Quanto maior for a necessidade da solidariedade de todos na luta pelo reconhecimento, maior será a identificação com a coletividade. O risco é, no entanto, de sair de uma identidade negada ou desacreditada para cair, por sua vez, em uma identidade que seria exclusiva, análoga à identidade dos que pertencem ao grupo dominante, e na qual todo indivíduo considerado como membro do grupo minoritário deveria se reconhecer, sob pena de ser tratado como traidor. Este fechamento em uma identidade etnocultural, que em certos casos apaga todas as outras identidades sociais de um indivíduo, será mutilante para ele, na medida em que ela leva à negação de sua individualidade. (CUCHE, 1999, p. 191)

A comunidade hispânica está exposta a diversas manifestações de racismo nos Estados Unidos, sendo o racismo mascarado utilizado pela mídia um ponto que merece grande atenção para a construção das identidades dos hispânicos no país. A ambivalência está sempre presente: dos estereótipos até a própria denominação de “comunidade hispânica”. Ao aceitarem uma representação midiática que trata todos os hispânicos provenientes de diversos países e culturas como uma só comunidade, os hispânicos enfrentam o apagamento de suas diversidades em prol do fortalecimento de uma voz unida e mais poderosa para reivindicar questões sociais e políticas. A criação dessa comunidade hispânica nos Estados Unidos desliga as culturas aos seus locais geográficos de origem, fazendo do novo local de referência os próprios Estados Unidos.

A representação acaba muitas vezes como forma de reforçar estereótipos, e nela reside o grande desafio para a comunidade hispânica-estadunidense durante o processo de construção de uma consciência a respeito desses estereótipos. Ao reconhecer o caráter negativo existente na divulgação de estereótipos, a comunidade exercita uma visão crítica para avaliar a qualidade das representações.

Como foi constatado pelo presente trabalho, ainda existem muitos equívocos, dúvidas e mal-entendidos quando o assunto é “espanglês”, uma ferramenta de grande importância na construção de uma identidade linguística para a comunidade. Muitos hispânicos ainda associam o “espanglês” apenas a um “espanhol pobre”, veem o fenômeno como ameaça ao espanhol ou não sabem de fato identificar quando o *code-switching* é usado como ferramenta identitária por falantes bilíngues ou como muleta por falantes que possuem deficiência em inglês ou espanhol. O “espanglês” também sempre corre o risco de ser confundido com o “Mock Spanish”.

Seria até certo ponto compreensível que os episódios de mal-entendidos e desconhecimentos surgissem somente entre os anglo-estadunidenses. Mas ainda é dentro da própria comunidade hispânica que podem ser encontradas atitudes de desconhecimento diante do “espanglês”, o que prejudica a união mediante o fenômeno e a defesa do seu uso. A mídia contribui para essa atmosfera de dúvidas e equívocos ao veicular produções que divulgam um “espanglês” sem sentido ou atrapalhado, impossível até mesmo de ser interpretado em alguns casos. É esperado que a presença do “espanglês” na mídia seja um meio de standardizar termos e formas, mas isso parece raramente acontecer, pois o que se vê é um uso ainda bastante aleatório e pouco fundamentado.

A pesquisa constatou que o grande problema do “espanglês” nos Estados Unidos são os níveis diferentes de educação linguística e consciência do que é “espanglês” não só pelos anglo-estadunidenses como também pela própria comunidade hispânica. Isso acontece porque, como destaca Antonio Torres (2004), a linguística, diferentemente de outras disciplinas, possui limites frágeis entre o científico e o popular. “Como a língua é produto social compartilhado por todos, em todos desperta interesse e suscita reflexão e debate. Esse debate se desenvolve tanto entre os próprios especialistas como entre os que não possuem qualquer formação específica na área” (TORRES, A., 2004, p. 8). Enquanto o “espanglês” surge como vários outros fenômenos de *code-switching* em todo o mundo, como o “portuñol” na fronteira entre Uruguai e Brasil, seu enorme alcance territorial e importância identitária para uma comunidade tão ampla o torna um caso especial e digno de atenção para estudiosos de linguística. Já sua popularização também é responsável por dividir opiniões em debates longe do viés científico.

Foi possível verificar que, quando usado pela mídia como meio de alcançar a comunidade hispânica, o “espanglês” levanta polêmicas, algumas produções são rejeitadas pelo mau uso do fenômeno, gerando questionamentos e colocando em risco o sucesso do material. Foram textos sem sentido, contorcionismos linguísticos, exageros e repetições que

acabaram por causar desconforto ao invés de reconhecimento. A inclusão do “espanlês” em produções estadunidenses pareceu ter maior sucesso na música, sendo mais aceita e até mesmo requisitada pelos consumidores que aprovam canções mesclando inglês e espanhol, utilizando o *code-switching* para representar o encontro de culturas.

Já os estereótipos visuais não pareceram causar tanta rejeição e são mais propensos a ser encarados como engraçados, como revelou a pesquisa. Embora os hispânicos estejam em alerta para discernir indícios de racismo mascarado e imposições culturais equivocadas, mesmo possuindo meios de difundir suas opiniões através da *internet*, ainda parece haver certo receio de que suas críticas negativas levem ao desaparecimento da representação de sua comunidade na mídia. A comunidade hispânica nos exemplos analisados parece sentir obrigação de consumir aquilo que lhe é oferecido em nome da divulgação de suas identidades, mesmo quando não tão bem representadas.

A pesquisa demonstrou que, apesar do foco da sociedade atual estar nos meios de comunicação – o que facilitaria o diálogo na luta por reconhecimento possibilitando a rejeição de produções midiáticas que não criam empatia com o público –, no caso da comunidade hispânica nos Estados Unidos, a necessidade de divulgação de identidades e da presença de uma representação na mídia que sirva como autodifusão ainda possui grande peso. A comunidade parece carecer de confiança quanto a sua presença e participação nas produções estadunidenses, o que de certa forma prejudica o fortalecimento do poder de controle da qualidade de suas representações. Já existem rejeição e indignação a algumas produções em nome de um melhor reconhecimento, entretanto também existe aceitação pelo simples fato de estarem sendo representados. O futuro deverá definir se os hispânicos nos Estados Unidos desenvolverão um melhor controle sobre suas representações e se de fato o “espanlês” passará a ser compreendido, utilizado e respeitado pelos falantes e pela mídia.

## REFERÊNCIAS

ABBOT, P. *Authority*. Screen, v. 20, n. 2, Summer, 1979. p. 15-16.

ABC DOMESTIC TV. *Devious Maids*. Lifetime Channel, season 1, 2013.

ACHUGAR, H. ¿Existe un lugar para el intelectual latinoamericano?. In: FIGUEIREDO, E.; REIS, L. (orgs.). *América Latina: integração e interlocução*. Rio de Janeiro: 7Letras; Santiago, Chile: Usach, 2011.

ADA, A. F. *I love Saturdays y domingos*. New York: Atheneum Books for Young Readers, 2002.

AGENCIABODYART. *Promo Dr Pepper, “La Vida a la 23”, 2009*. Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=3KCupQkiDok>>. Acesso em 10 set. 2015.

ALURISTA. *Floricanto en Aztlán*. Los Angeles, Chicano Cultural Center, University of California, poema 1, 1971.

ALVAR, M. *Pretendido bilingüismo*. Por los caminos de nuestra lengua. Alcalá de Henares: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Alcalá de Henares, 1995. p. 233-235.

ANDERSON, B. *Comunidades imaginadas: reflexões sobre a origem e a difusão do nacionalismo*. Tradução de Denise Bottmann. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.

ANLE. Academia Norteamericana de la Lengua Española – *Nuestra Misión*. Net, 2015. Disponível em <<http://www.anle.us/87/Nuestra-mision.html>> Acesso em 8 jul. 2015.

ANZALDÚA, G. *Borderlands/ La frontera: the new mestiza*. San Francisco: Spinster/Aunt Lute, 1987.

APARICIO, F. On Sub-Versive Signifiers: Tropicalizing Language in the United States. In: APARICIO, F.; CHÁVES-SIL VERMAN, S. *Tropicalizations*. Transcultural Representations of Latinidad. Hanover/London: UP of New England, 1997.

ARFUCH, L. *El espacio biográfico*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica de Argentina, 2002.

ARTEAGA, A. *Chicano Poetics: Heterotexts and Hybridities*. Cambridge: Cambridge University Press, 1997.

ASSY, B.; FERES JÚNIOR, J. Reconhecimento. In: BARRETTO, V. de P. (coord.). *Dicionário de filosofia do direito*. São Leopoldo: Unisinos; Rio de Janeiro: Renovar, 2006.

ASSIS MORAES JÚNIOR, J. Para uma análise cartográfica da subjetividade na escola a partir de Nietzsche, Deleuze e Guattari. *Saberes Revista Interdisciplinar de Filosofia e Educação*. N. 6, 2011.

Disponível em <<http://www.periodicos.ufrn.br/saberes/article/view/936>>. Acesso em 7 jun. 2015.

AUSTIN, J. L. *Como hacer cosas con palabras*. Barcelona: Paidós, 1998.

BAKER, V.; PRYS JONES, S. (eds.). *Encyclopedia of bilingualism and bilingual education*. Clevedon: Multilingual Matters, 1998.

BARROS, L. P.; KASTRUP, V. Cartografar é acompanhar processos. In: PASSOS, E.; KASTRUP, V.; ESCÓSSIA, L. (Orgs.). *Pistas do método da cartografia: pesquisa-intervenção e produção de subjetividade*. Porto Alegre: Sulina, 2009. p. 52-75.

BASTIDAS COLINAS, S. *Romper la frontera de cristal*. Net, 23 fev. 2010. Disponível em <[http://internacional.elpais.com/internacional/2010/02/23/actualidad/1266879612\\_850215.html](http://internacional.elpais.com/internacional/2010/02/23/actualidad/1266879612_850215.html)>. Acesso em 26 ago. 2015.

BASTIDE, R. O princípio de corte e o comportamento afro-brasileiro. In: *Congresso Internacional de Americanistas*, Anais: São Paulo, v.1, 1955. p. 493-503.

\_\_\_\_\_. *La causalité externe et la causalité interne dans l'explication sociologique*. Cahiers internationaux de sociologie, n. 21, 1956. p. 77-99.

\_\_\_\_\_. *A aculturação formal*. *América Latina*, Rio de Janeiro, v. 6, n. 3, 1963. p. 3-14.

BAUMAN, Z. *Identidade*. Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2005.

BECHI, D. Luta por reconhecimento e a formação da identidade na teoria crítica de Axel Honneth. In: *Revista Espaço Acadêmico*, n. 165, fev. 2015. p. 64-73.

BENEDICT, R. *O crisântemo e a espada*. São Paulo: Perspectiva, 1972.

BETTI, S. *El Spanglish, ¿medio eficaz de comunicación?* Bolonia: Pitagora, 2008.

\_\_\_\_\_. La vida entre dos lenguas y culturas: Reflexiones sobre el fenómeno del spanglish. *Boletín de la Academia Norteamericana de la Lengua Española* 12-13, 2009-2010. p. 130-80.

\_\_\_\_\_. El Spanglish en los Estados Unidos: ¿estrategia expresiva legítima? *Lenguas Modernas* 37. Universidade de Chile, Primer Semestre 2011. p. 33-35.

\_\_\_\_\_. En la frontera... *Revista Glosas Academia Norteamericana de la Lengua Española*. Vol. 8, N. 6, dez. 2014. p. 24-40

BHABHA, H. K. Culture's in-between. In: HALL, Stuart. DU GAY, Paul. *Questions of cultural identity*. London: SAGE, 1996. p. 53-60.

\_\_\_\_\_. *O local da cultura*. Tradução de Myriam Ávila. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 1998.

BOAS, F. The Limitation of Comparative Method of Anthropology. *Science*, N. S., vol. 4, 1896.

\_\_\_\_\_. *Race, Language and Culture*. New York: Macmillan, 1940.

- BOETTICHER, B. *Buchanan Rides Alone*. Columbia Pictures Corporation, 1958.
- BUENO, B. The Growing Hispanic Population Means Big Business for These 7 Sectors. *IBIS World / Nielsen Media Research*. Net, aug. 2011. Disponível em: <<http://latinocollaborative.com/wp-content/uploads/2012/12/IBIS-The-Growing-Hispanic-Population-Big-Business-for-7-Sectors-August-2011.pdf>>. Acesso em 29 ago. 2015.
- BUNTING, E. *Going home*. New York: Joanna Cotler Books, Harper Children's Books, 1996.
- BUTLER, J. *Corpos que pesam: sobre os limites discursivos do "sexo"*. In: LOPES LOURO, G. (org.). *O corpo educado*. Pedagogias da sexualidade. Belo Horizonte: Autêntica, 1999: p. 151-172.
- CAMERON, J. *Terminator*. Hemdale Film, 1984.
- CANDELARIA, C. *La Malinche, Feminist Prototype*. Frontiers, 1980.
- \_\_\_\_\_. *Letting La Llorona Go, or Re/reading History's Tender Mercies*. Heresies, 1993.
- CAÑAS, D. Los latinos en USA: una nación virtual. *Revista Número 14* [online]. 1997. Disponível em <<http://www.revistanumero.com-14latin.htm>>. Acesso em 25 ago. 2015.
- CANCLINI, N. *Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade*. Tradução de Ana Regina Lessa e Heloísa Pezza Cintrão. São Paulo: Edusp, 1997.
- CARVALHO, J. R. A construção da identidade de uma nação por meio da língua escrita e falada. IN: *Revista Fórum Identidades*, ano 2, vol. 4, julho-dezembro 2008. p. 83-90.
- CAUQUELIN, A. *L'exposition de soi: du journal intime aux webcams*. Paris: Éditions Eshel, 2003.
- CBS TELEVISION. *Jane The Virgin*. The CW TV, season 1, 2014.
- CAUX, L. P. de; VALENTE, J. L. *O que é a teoria do reconhecimento*. Net, grupo de estudos em Teoria do Reconhecimento da Faculdade de Direito de Minas Gerais, 2009. Disponível em: <[http://xa.yimg.com/kq/groups/24783186/352757336/name/O-que-e-a-Teoria-do-Reconhecimento%5BLuiz-Philippe-de-Caux\\_e\\_Julia-Valente%5D.pdf](http://xa.yimg.com/kq/groups/24783186/352757336/name/O-que-e-a-Teoria-do-Reconhecimento%5BLuiz-Philippe-de-Caux_e_Julia-Valente%5D.pdf)>. Acesso em 7 jun. 2015.
- CHAMBERS, V.; LELAND, J. Lovin' La Vida Loca. In: *Newsweek*, vol. 133, Issue 22, 21 mai 1999.
- CÉSAR, A. L. S.; COSTA, S. L. (orgs.). *Pesquisa e escola: experiências em educação indígena na Bahia*. Editora Quarteto, 1. ed. Salvador: Editora Quarteto, 2013.
- CHANDLER, R. *The Long Goodbye*. New York: Vintage Books, (1953) 1981.

CHAPPELL, S.; FALTIS, C. Spanglish, Bilingualism, Culture and Identity in Latino Children's Literature. IN: *Children's Literature in Education*, December 2007, Volume 38, Issue 4. pp. 253-262.

CHMIEL, S. El milagro de la eterna juventud. In: MARGULIS, M. (ed.). *La juventud es más que una palabra: Ensayos sobre cultura y juventud*. Buenos Aires: Biblos, 1996. p. 85-101.

CHRISTIAN, D. *Spanish Voices DVD*. Disponível em <<http://www.ncsu.edu/linguistics/talkingnc/products/spanishvoices.php>>. Acesso em 28 de abril de 2014.

CISNEROS, S. *Woman Hollering Creek and Other Stories*. New York: Random House, 1991.

\_\_\_\_\_. *Caramelo*. New York: Knopf, 2002.

COBO, L. Are bicultural artists like Luis Fonsi the key to reviving lost latin revenue? In: *Billboard*, vol.123, Issue 12, 30 abr. 2011.

\_\_\_\_\_. The Marketing Science Behind Spanglish Remixes. In: *Billboard*, vol. 126, Issue 34, p. 53-55, 18 out. 2014.

COLLINS, E. *Why Hispanics are thanking Donald Trump*. Net, 19 set. 2015. Disponível em: <<http://www.politico.com/story/2015/09/donald-trump-hispanics-213831>>. Acesso em 10 out. 2015.

COMMERCIALZONE. *Toyota Hybrid Commercial*. Disponível em <<http://www.youtube.com/watch?v=2zqPcAcAlr4>>. Acesso em 22 mar. 2011.

COUTO, M. Três fantasmas mudos para um orador luso-afônico. In: VALENTE, A. (Org.). *Língua portuguesa e identidade: marcas culturais*. Rio de Janeiro: Editora Caetés, 2009. p. 11-22.

COVARRUBIAS, J. I. *ANLE transmite diariamente por MundoFox*. Net, ago. 2012. Disponível em: <<http://www.anle.us/524/2012-08-ANLE-transmite-diariamente-por-MundoFox.html>>. Acesso em 30 jul. 2015.

CRIADO, M. J. Percepciones y actitudes en torno la lengua española en Estados Unidos. *Migraciones Internacionales*. Tijuana, México, Colegio de la Frontera Norte, 2004. p. 123-158.

CUCHE, D. *A noção de cultura nas ciências sociais*. Tradução de Viviane Ribeiro. Bauru: EDUSC, 1999.

DANNY DAVIS. *The Frito Bandito Corn Chips song*. Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=FbYj7ZyqjYY>>. Acesso em 10 set. 2015.

DEGENOVA, N.; RAMOS-ZAYA, A. *Latino Crossings: Mexicans, Puerto Ricans, and the Politics of Race and Citizenship*. New York: Routledge, 2003.

DELEUZE, G. *Espinosa: Filosofia prática*. Tradução de Daniel Lins e Fabien Pascal. São Paulo: Escuta, 2002.

DELEUZE, G.; GUATTARI, F. *Mil Platôs: capitalismo e esquizofrenia*, vol. 3. Tradução de Aurélio Guerra Neto, Ana Lúcia de Oliveira, Lúcia Cláudia e Suely Rolnik. São Paulo: Ed. 34, 1996.

DERRIDA, J. *La escritura y la diferencia*. Barcelona: Anthropos, 1989.

\_\_\_\_\_. *Limited Inc*. Campinas: Papiros, 1991.

DOUZET, F. O pesadelo hispânico de Samuel Huntington. In: LACOSTE, Y; RAJAGOPALAN, K. *A geopolítica do inglês*. Tradução de Marcos Marcionilo. São Paulo: Parábola Editorial, 2005.

DOYLE, J. Haunting the Borderlands: La Llorona in Sandra Cisneros's Woman Hollering Creek. IN: *Frontiers: A Journal of Women Studies* (University of Nebraska Press), 1996.

DUMITRESCU, D. Sobre Hablando bien se entiende la gente 2 y la necesidad del buen uso del español en los Estados Unidos. *Revista Glosas Academia Norteamericana de la Lengua Española*. Vol. 8, N. 6, dez. 2014. p. 4-16

DUANY, J. “El spanglish” y los “nuyoricans”. Net, 14 ago. 2012. Disponível em: <<http://laventana.casa.cult.cu/noticias/2012/08/14/el-spanglish-y-los-nuyoricans/>>. Acesso em 25 ago. 2015.

DUCAR, C. Bilingual and heritage language education: invisible linguistic hegemony in the United States. In: MOTA, K.; SCHEYERL, D. (Orgs.). *Espaços linguísticos: resistências e expansões*. 2. ed. Salvador: EDUFBA, 2009. p. 339-355.

EDGYBOOK. *MTV Tr3s Shower Ad*. Disponível em <<http://www.youtube.com/watch?v=jjixB62IDEc>>. Acesso em 29 ago. 2010.

\_\_\_\_\_. *MTV Tr3s Commercial Spot Marisol Tamez and Daddy Yankee*. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=iuTOGcCgFx4>>. Acesso em 29 ago. 2010.

EHRENKRANZ, M. ‘Devious Maids’ Racist? Eva Longoria, producers accused of racism; What do you think? Net, 21 jun. 2013. Disponível em <<http://www.digitaltimes.com/devious-maids-racist-eva-longoria-producers-accused-racism-what-do-you-think-video-359333>>. Acesso em 5 set. 2015.

EL UNIVERSAL. El “spanglish” no existe: Jaime Labastida. 3 jun. 2012, Net. Disponível em <<http://archivo.eluniversal.com.mx/notas/853212.html>>. Acesso em 6 mai. 2015.

ENNIS, S. R.; RÍOS-VARGAS, M.; ALBERT, N. G. The Hispanic Population: 2010 Census Briefs. *United States Census Bureau*. Net, mai. 2011. Disponível em: <<http://www.census.gov/prod/cen2010/briefs/c2010br-04.pdf>>. Acesso em 19 ago. 2015.

ESCANDELL VIDAL, M. V. Aportaciones de la pragmática. In: J. SÁNCHEZ LOBATO; SANTOS GARGALLO, I. (orgs.). *Enseñar español como segunda lengua (L2)/lengua*

*extranjera (LE)*. Vademécum para la formación de profesores, Madrid, SGEL, 2004. p. 179-198.

ESSED, P. *Understanding Everyday Racism*. Newbury Park, CA: Sage Publications, 1991.

ESTEFAN CHANNEL. *We're All Mexican – Official Music Video*. Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=9So7iSDgxIQ>>. Acesso em 3 out. 2015.

ESTEVEZ, D. *Debunking Donald Trump's Five Extreme Statements About Immigrants And Mexico*. Net, 3 set. 2015. Disponível em <<http://www.forbes.com/sites/doliaestevez/2015/09/03/debunking-donald-trumps-five-extreme-statements-about-immigrants-and-mexico/>>. Acesso em 5 set. 2015.

FIERROS, A. *Spanglish: hacia una tercera lengua*. Net, 18 jun. 2009. Disponível em <<http://www.hispanicla.com/spanglish-tercera-lengua-2815>>. Acesso em 27 jun. 2015.

FIGUEIREDO PORTILHO, C. Sobrevivendo à fronteira: o Spanglish como estratégia de resistência na literatura chicana. IN: *Tabuleiro de Letras*, n. 7, Salvador: UNEB, 2013.

FOUGHT, C. Language as a representation of Mexican American identity. *English Today*, Vol. 26, N. 3, Sept. 2010, Cambridge University Press, 2010, p. 44-48.

\_\_\_\_\_. *Chicano English in Context*. New York: Palgrave/Macmillan Press, 2003.

\_\_\_\_\_. Language as a representation of Mexican American identity. *English Today*, Vol. 26, N. 3, Sept. 2010, Cambridge University Press, 2010. p. 44-48.

FRASER, N. Rethinking recognition. *New Left Review*, II (3), 2000. p. 107-120.

\_\_\_\_\_. Social justice in the age of identity politics: redistribution, Recognition, and participation. In: FRASER, N; Honneth, A. *Redistribution or recognition: a political-philosophical exchange*, Londres/Nova York, Verso, 2003a. p. 7-109.

\_\_\_\_\_. Distorted beyond all recognition: a rejoinder to Axel Honneth. In: FRASER, N; Honneth, A. *Redistribution or recognition: a political-philosophical exchange*, Londres/Nova York, Verso, 2003b. p. 198-236.

FOX, G. *Hispanic nation: Culture, politics, and the construction of identity*. Secaucus, NJ: Birch Lane, 1996.

GEERTZ, C. *Interpretação das culturas*. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.

GELLNER, E. *Nations and Nationalism*. Oxford: Blackwell, 1983.

GILROY, P. *The end of anti-racism*. In: Donald. J. e Rattansi, A. (orgs.). "Race", Culture and Difference. Londres: Sage, 1992.

GIRAUD, M. Mythes et stratégies de la "double identité". *L'Homme et la société*, n. 83, 1987. p. 59-67.

GLISSANT, E. *Não há fronteira que não se ultrapasse*. Net, 1 out. 2006. Disponível em <<http://diplomatie.uol.com.br/acervo.php?id=1962&tipo=acervo>>. Acesso em 25 jul. 2015.

GOLDBERG, D. T. *Racist Culture*. Oxford: Blackwell's, 1993.

GONZALEZ, L. *¡Viva Spanglish! In Praise of Blended Language*. Net, Texas Monthly, 2001. Disponível em: <<http://www.pbs.org/speak/seatosea/americanvarieties/spanglish/viva/>>. Acesso em 15 ago. 2015.

GONZALES, M. D. Crossing Social and Cultural Borders: The Road to Language Hybridity. In: GALINDO, D. L. and GONZALES, M. D., eds. *Speaking Chicana: Voice, Power and Identity*. Tucson: University of Arizona Press. 1999, p. 13-35.

GROW, B. Hispanic Nation. *Business Week Online*, 14 mar. 2004, Net. Disponível em <<http://www.bloomberg.com/bw/stories/2004-03-14/hispanic-nation>>. Acesso em 20 jul. 2015.

GUATTARI, F. *Caosmose: um novo paradigma estético*. Tradução de Ana Lúcia de Oliveira e Lúcia Cláudia Leão. São Paulo: Ed. 34, 1992.

GUATTARI, F.; ROLNIK, S. *Micropolítica: cartografias do desejo*. Petrópolis: Vozes, 1986.

HALL, S. Quem precisa de identidade? IN: *Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais*. TADEU DA SILVA, T. (org.). HALL, S.; WOODWARD, K. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000. p. 103-133

HALL, S.; SOVIK, L. (org.). *Da diáspora: Identidades e mediações culturais*. Belo Horizonte: Editora UFMG; Brasília: Representação da Unesco no Brasil, 2003.

\_\_\_\_\_. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Tradução de Tomaz Tadeu da Silva e Guacira Lopes Louro. DP&A Editora, 2001.

HAWKINS, K. ABC Sitcom 'Cristela' isn't racist, but it relies on one too many sitcom cliches. Net, 10 out. 2014. Disponível em <<http://www.bustle.com/articles/43620-abc-sitcom-cristela-isnt-racist-but-it-relies-on-one-too-many-sitcom-cliches>>. Acesso em 5 set. 2015.

HERSKOVITS, M. J. *The significance of the study of acculturation for anthropology*. *American Anthropologist*, 39,1937.

\_\_\_\_\_. *Acculturation: The Study of Culture Contact*. New York: J. E Augustin, 1938.

HILL, J. H. Mock Spanish: a site for the indexical reproduction of racism in American English. IN: Glick, D. J. (ed.). *Language & Culture: Symposium 2*, 1995. Disponível em: <<http://language-culture.binghamton.edu/symposia/2/part1/>>. Acesso em 9 jul. 2015.

HISSA, C. E. V. *Entrenotas: compreensões de pesquisa*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2013.

HOBSBAWM, E.; RANGER, T. (org.). *A Invenção das Tradições*. Paz e Terra, 1999.

HONNETH, A. Redistribution as recognition: a response to Nancy Fraser. In: FRASER, N; Honneth, A. *Redistribution or recognition: a political-philosophical exchange*, Londres/Nova York, Verso, 2003. p. 110-197.

\_\_\_\_\_. *Luta por reconhecimento: a gramática moral dos conflitos sociais*. Ed. 34. SP, 2009.

HUNTINGTON, S. P., The Hispanic Challenge, Foreign Policy, março-abril de 2004. *Who Are We? The Challenges to America's National Identity?* New York: Simon & Schuster, 2004.

JENNIFER. Latin-Know: The Latino Marketing Report. *MTV ventures into Spanglish*. Net, 4 abr. 2006. Disponível em <<http://www.latin-know.com/category/biculturalism/>>. Acesso em 23 jun. 2010.

JMARTINEZV11. *Blue cross Blue sheild webisode 1*. Disponível em <<http://www.youtube.com/watch?v=d7X3wCe0o1Q>>. Acesso em 8 ago. 2010.

\_\_\_\_\_. *Blue cross Blue sheild webisode 3*. Disponível em <<http://www.youtube.com/watch?v=q5R8bqd3vYY>>. Acesso em 8 ago. 2010.

JOHNSON, F. L. *Speaking culturally: language diversity in the United States*. London: Editora Sage, 2000.

JOHNSON, M. A. *How ethnic are U.S. ethnic media: The case of Latina Magazines*. IN: *Mass Communication & Society*, 3(2&3), 2000. p. 229-248.

KALI, L. *Under Construction... Until I Say So*. Bud Light's Latest (and Awful) Spanish Language Advertisements in the NYC Subway System. Net, 15 ago. 2007. Disponível em: <<http://lucikali.wordpress.com/2007/08/15/bud-lights-latest-and-awful-spanish-language-advertisement/>>. Acesso em 9 ago. 2015.

\_\_\_\_\_. *Under Construction... Until I Say So*. Follow-Up #1: The Anheuser-Busch "Spanish" Ads Saga Continues. Net, 15 ago. 2007. Disponível em <<http://lucikali.wordpress.com/2007/08/26/follow-up-1-the-anheuser-busch-spanish-ads-saga-continues/>>. Acesso em 9 ago. 2015.

KARAMANIAN, A. P. La internacionalización del español como segunda "lingua franca", un bien intangible en continuo crecimiento. *Revista Glosas Academia Norteamericana de la Lengua Española*. Vol. 8, N. 6, dez. 2014. p. 17-24

KASTRUP, V. O funcionamento da atenção no trabalho do cartógrafo. In: PASSOS, E.; KASTRUP, V.; ESCÓSSIA, L. (Orgs.). *Pistas do método da cartografia: pesquisa-intervenção e produção de subjetividade*. Porto Alegre: Sulina, 2009. p. 32-51.

KHOURI, M. M. E. *Rizoma e educação: contribuições de Deleuze e Guattari*. Universidade Federal do Ceará (UFC), 2011. Net, Disponível em: <[http://www.abrapso.org.br/siteprincipal/images/Anais\\_XVENABRAPSO/198.%20rizoma%20e%20educa%C7%C3o.pdf](http://www.abrapso.org.br/siteprincipal/images/Anais_XVENABRAPSO/198.%20rizoma%20e%20educa%C7%C3o.pdf)>. Acesso em 16 jul. 2015.

KROEBER, A. O superorgânico. In: Donald Pierson (org.). *Estudos de organização social*. São Paulo: Livraria Martins Editora, 1949.

KULZICK, K. *Jane The Virgin is respectful, complicated, and utterly charming*. Net, 13 out. 2014. Disponível em: <<http://www.avclub.com/review/jane-virgin-respectful-complicated-and-utterly-cha-210337>>. Acesso em 5 set. 2015.

LA FOUNTAIN-STOKES, L. *La política queer del espanglish*. Net, 2006. Disponível em: <<http://www.debatefeminista.com/PDF/Articulos/lapoli182.pdf>>. Acesso em 4 set. 2015.

LACLAU, E.; MOUFFE, C. *Hegemony & socialist strategy: Towards a radical democratic politics*. London: Verso, 1987.

LARAIA, R. B. *Cultura: um conceito antropológico*. 14. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2001.

LEE, M. J. *Macy's dumps Donald Trump*. Net, 1 jul. 2015. Disponível em: <<http://edition.cnn.com/2015/07/01/politics/donald-trump-macys/>>. Acesso em 10 jul. 2015.

LÉVI-STRAUSS, C. *Anthropologie structurale*. Paris: Plon, 1958.

LILIEQUIST, M.; MÜHR, U. *Coexistencia de lenguas: spanglish y spanenska*. In: Mälardalens högskola. Akademin för utbildning, kultur och kommunikation, 2012.

LIPOVETSKY, G. *Les temps hypermodernes*. Paris: Grasset, 2004.

LIPSKI, J. M. The Construction pa(ra) atrás in Bilingual Spanish-English Communities. *Revista/Review Interamericana* 15, 1985.

\_\_\_\_\_. The Construction Pa(ra) Atrás Among Spanish-English Bilinguals: Parallel Structures and Universal Patterns. *Iberoamericana* 28/29, 1987. p. 87-96.

\_\_\_\_\_. El español de América en contacto con otras lenguas. In: LACORTE, M. (Coord.). *Lingüística aplicada del Español*. Colección Bibliotheca Philologica. Dirección de Lidio Nieto Jiménez. Madrid, Espanha: Arco Libros, 2007.

LOMELÍ, F. A. Artes y letras chicanas en la actualidad: más allá del barrio y las fronteras. IN: *Káñina*, vol. XX (1), 1996. p. 39-45.

LOPEZ, D.; ESTRADA, V. A ameaça hispânica: o espanhol ameaça o inglês dos Estados Unidos?. In: LACOSTE, Y.; RAJAGOPALAN, K. *A geopolítica do inglês*. Tradução de Marcos Marcionilo. São Paulo: Parábola Editorial, 2005. p. 56-64.

LOWRY, B. *TV Review: "Rodeo Girls, Tequila Sisters"*. Net, 8 dec. 2013. Disponível em <<http://variety.com/2013/tv/reviews/tv-review-rodeo-girls-tequila-sisters-1200910457/>>. Acesso em 9 set. 2015.

LUCYHUTO. *Frito Bandito TV Commercial 1960s*. Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=KSVkOl-5dZw>>. Acesso em 10 set. 2015.

MACATEE, R. *Eva Longoria defends Devious Maids: It's not stereotyping latinas!* Net, 8 mai 2013. Disponível em: <<http://www.eonline.com/news/416123/eva-longoria-defends-devious-maids-it-s-not-stereotyping-latinas>>. Acesso em 5 set. 2015.

MARIANALERMA. *AT&T Ricky Martin*. Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=373E7ABjkxA>>. Acesso em 10 set. 2015.

MARKELL, P. The recognition of politics: a comment on Emcke and Tully. *Constellations*, 7 (4), 2000. p. 496-506.

\_\_\_\_\_. *Bound by recognition*. Princeton, Princeton University Press, 2003

MARX, A.; ESCOBAR ULLOA, E. Interview with Ilan Stavans. *Barcelona Review* 40 [online]. Jan.-Fev. 2004. Disponível em <[http://www.barcelonareview.com/40/e\\_is\\_int.htm](http://www.barcelonareview.com/40/e_is_int.htm)>. Acesso em 20 ago. 2015.

MEAD, G. H. *Mind self and society from the standpoint of a social behaviorist*. Chicago, University of Chicago, 1934.

MEAD, M. *Macho e Fêmea – Um estudo dos sexos num mundo em transformação*. Petrópolis, Vozes, 1971.

MENDONÇA, G. P. S. *Desigualdades Raciais no Brasil: os Desafios da “Luta por Reconhecimento” para o Constitucionalismo*. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, 2007.

MENDONÇA, R. F. Dimensão intersubjetiva da autorrealização: em defesa da teoria do reconhecimento. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*. v. 24, n. 70, São Paulo, jun. 2009.

MIGNOLO, W. *Histórias locais projetos globais: colonialidade, saberes subalternos e pensamento liminar*. Trad. Solange R. de Oliveira. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003.

MONTES-ALCALÁ, C. Attitudes Towards Oral and Written Code-switching in Spanish English Bilingual Youths. In ROCA, A., ed. *Research on Spanish in the United States*. Somerville: Cascadilla Press, 2000. p. 218-227.

\_\_\_\_\_. Hispanics in the United States: More Than Spanglish. *Camino Real*, 2009. p. 97-115.

Disponível em

<<http://www.institutofranklin.net/sites/default/files/fckeditor/Hispanics%20in%20the%20United%20States.pdf>> Acesso em 21 set. 2015.

MORALES, E. *Living in Spanglish: The search for Latino identity in America*. New York: St. Martin's Press, 2002.

MORENO FERNÁNDEZ, F. Panorama interdisciplinario del español en los Estados Unidos. *Tribuna Norteamericana*. N. 14, outubro 2013. p. 1-6.

NCLLP. *Spanglish*. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=nYMnNifSMC0>>. Acesso em 5 set. 2015.

ORTEGA, L. Rethinking foreign language education: Political dimensions of the profession. In: K. A. DAVIS. *Foreign Language Teaching and Language Minority education*. Honolulu: University of Hawaii, Second Language Teaching and Curriculum Center, 1999a.

\_\_\_\_\_. Language and Equality: Ideological and structural constraints in foreign language education in the U.S. In: T. HUEBNER; K. A. DAVIS. *Sociopolitical perspectives on language policy and planning in the USA*. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company, 1999b. p. 243-266.

OTHEGUY, R. A Reconsideration of the Notion of Loan Translation in the Analysis of U.S. Spanish. In: ROCA, A; LIPSKI, J. (eds.) *Spanish in the United States: Linguistic Contact and Diversity*. Berlin, Mouton de Gruyter, 1993. p. 21-45.

\_\_\_\_\_. Convergencia conceptual y la sobrestimación de la presencia de elementos estructurales ingleses en el español estadounidense. In: PIÑA-ROSALES, G.; DUMITRESCU (eds.). *El español en los Estados Unidos: E Pluribus Unum? Enfoques multidisciplinares*. Nueva York: Academia Norteamericana de la Lengua Española. 2013. p. 129-49.

OTHEGUY, R.; STERN, N. On So-Called Spanglish. *International Journal of Bilingualism* 15.1, 2011. p. 85-100.  
Disponível em <<http://www.anle.us/usr/docs/on-so-called-spanglish.pdf>>. Acesso em 25 jun. 2015.

PARAQUETT, M. A América Latina e materiais didáticos de espanhol como LE. In: SCHEYERL, D.; SIQUEIRA, S. *Materiais didáticos para o ensino de línguas na contemporaneidade: contestações e proposições*. Salvador: EDUFBA, 2012. p. 379-404.

PARK, R. E. Human Migration and the Marginal Man. In: *American Journal of Sociology* 33, 1928. p. 881-893.

PASTOR, B. *Hispanicos en EE.UU.: ¿Hacia una nueva definición de comunidad?* Net, 2004. Disponível em: <[http://cvc.cervantes.es/obref/debates\\_brown/ponencia04.htm](http://cvc.cervantes.es/obref/debates_brown/ponencia04.htm)>. Acesso em 18 set. 2015.

PEÑUELAS, M. C. *Cultura hispánica en Estados Unidos: Los chicanos*, Madrid, Ediciones de Cultura Hispánica (2ed), 1978.

PEREZ, E. Sexuality and Discourse: Notes from a Chicana Survivor. In: ZAVELLA, P.; ALARCÓN, N.; CASTRO, R.; PEREZ, E.; PESQUERA, B. *Chicana Critical Issues*, Berkeley: Third Woman Press, 1993. pp. 159-184

PERKINS, L. *Donald Trump Sues Univision For \$500 Million*. Net, 8 jul. 2015. Disponível em <<http://www.npr.org/sections/thetwo-way/2015/06/30/418990895/donald-trump-sues-univision-for-500-million>>. Acesso em 10 jul. 2015.

PEW RESEARCH CENTER. *Hispanic Trends. Bilingualism – Fact Sheet*. Net, 19 mar. 2004. Disponível em: <<http://www.pewhispanic.org/2004/03/19/bilingualism/>>. Acesso em 26 ago.

2015.

\_\_\_\_\_. *Between Two Worlds: how young Latinos come of age in America. IV. Language Use.* Net, 11 dez. 2009. Disponível em <<http://www.pewhispanic.org/2009/12/11/iv-language-use/>>. Acesso em 26 ago. 2015.

\_\_\_\_\_. *Hispanic Media: Faring Better than the Mainstream Media. State of the News Media 2011.* Net, 2011. Disponível em <<http://www.stateofthemedias.org/2011/hispanic-media-faring-better-than-the-mainstream-media/>>. Acesso em 26 ago. 2015.

\_\_\_\_\_. *A majority of English-speaking Hispanics in the U.S. are bilingual.* Net, 25 mar. 2015. Disponível em <<http://www.pewresearch.org/fact-tank/2015/03/24/a-majority-of-english-speaking-hispanics-in-the-u-s-are-bilingual/>>. Acesso em 26 ago. 2015.

\_\_\_\_\_. *Hispanic Media: Fact Sheet. State Of The News Media 2015.* Net, 29 abr. 2015. Disponível em <<http://www.journalism.org/2015/04/29/hispanic-media-fact-sheet/>>. Acesso em 26 ago. 2015.

PEYTON, J. K.; RANARD, D. A.; MCGINNIS, S. *Heritage languages in America: Preserving a national resource.* McHenry, IL, and Washington, DC: Delta Systems and Center for Applied Linguistics, 2001.

PIÑA-ROSALES, G.; COVARRUBIAS, J. I.; SEGURA, J.; FERNÁNDEZ, D. (eds.) *Hablando bien se entiende la gente: Consejos de la Academia Norteamericana de la lengua española para mejorar su español.* Nueva York/Doral: ANLE/Santillana USA, 2010.

PIÑA-ROSALES, G.; COVARRUBIAS, J. I.; DUMITRESCU, D. (eds.) *Hablando bien se entiende la gente 2: Consejos de la Academia Norteamericana de la lengua española para mejorar su español.* Nueva York/Doral: ANLE/Santillana USA, 2014.

PMONJE1211. *Blue Cross Blue Shield\_Mom.mov.* Disponível em <<http://www.youtube.com/watch?v=rnJcphUZpIs>>. Acesso em 29 ago. 2010.

\_\_\_\_\_. *Blue Cross Blue Shield\_Man.mov.* Disponível em <[http://www.youtube.com/watch?v=oh\\_hVNP15f4](http://www.youtube.com/watch?v=oh_hVNP15f4)>. Acesso em 29 ago. 2010.

PONCE, M. H. *Calle Hoyt: recuerdos de una juventud chicana,* Anchor Books. 1995.

POPLACK, S. (1988) *Contrasting patterns of code-switching in two communities.* In: TRUDGILL, P. and CHESHIRE, J., eds. *The Sociolinguistics Reader, vol. 1.* Londres: Arnold, 1988, p. 44-61.

PRESTO, M. *Spanglish: Mi Vida Remixed Documentary.* NBC Universo (Mun2), 2007.

PRICE, T. *What is Spanglish? The phenomenon of code-switching and its impact amongst US Latinos.* *Revista Début: the underground journal of languages, linguistics and area studies*, Vol. 1, N. 1, Southampton, UK: Subject Centre for Languages, Linguistics and Area Studies, 2010. p. 25-33.

PRIETO OSORNO, A. Spanglish: una patria, una identidad. Net, 25 mai. 2004. Disponível em:  
<[http://cvc.cervantes.es/el\\_rinconete/antiores/mayo\\_04/25052004\\_01.htm](http://cvc.cervantes.es/el_rinconete/antiores/mayo_04/25052004_01.htm)>. Acesso em 7 jun. 2015.

PULVER, A. *Donald Trump denounced by Alejandro González Iñárritu*. Net, 9 nov. 2015. Disponível em:  
<<http://www.theguardian.com/film/2015/nov/09/donald-trump-denounced-by-alejandro-gonzalez-inarritu>>. Acesso em 15 nov. 2015.

QUINTANA, A. E. *Home Girls: Chicana Literary Voices*, Philadelphia: Temple University Press, 1996.

RAMIREZ, T. L. Eva Longoria's Devious Maids is a wasted opportunity. Net, 5 mar. 2013. Disponível em: <[http://www.huffingtonpost.com/tanisha-l-ramirez/eva-longorias-devious-maids\\_b\\_3210204.html](http://www.huffingtonpost.com/tanisha-l-ramirez/eva-longorias-devious-maids_b_3210204.html)>. Acesso em 6 set. 2015.

RICOEUR, P. *Percurso do reconhecimento*. Tradução de Nicolás Nyimi Campanário. São Paulo: Loyola, 2006.

RIVERA, Z. *'Tequila Sisters' chronicles upscale Mexican-American family*. Net, 5 dec. 2013. Disponível em <<http://www.nydailynews.com/entertainment/tv-movies/tequila-sisters-chronicles-upscale-mexican-american-family-article-1.1538478>>. Acesso em 5 set. 2015.

ROBINS, K. Tradition and translation: national culture in its global context. In: Corner, J.; Harvey, S. (orgs.), *Enterprise and Heritage: Crosscurrents of National Culture*. Londres: Routledge, 1991.

RODRIGUEZ, C. Y. *"Devious Maids": The controversy behind the new Lifetime drama*. Net, 24 jun. 2013. Disponível em:  
<<http://edition.cnn.com/2013/06/23/showbiz/devious-maids-controversy/index.html>>. Acesso em 5 set. 2015.

RODRÍGUEZ ORTIZ, R. Disidencia literaria en la frontera México-Estados Unidos. *Andamios Revista de Investigación Social*. Colegio de Humanidades y Ciencias Sociales dela Universidad Autónoma de la Ciudad de México Volumen 5. N. 9 dez. 2008. p. 113-37.

\_\_\_\_\_. Deconstrucción del uso de la lengua materna en la literatura fronteriza. *Semiosis*. Tercera época vol. 7. N. 13, jan.-jun. 2011. p. 143-64.

ROGUE ATLAS. *Tequila Sisters*. TV Guide Network, season 1, 2013.

ROLNIK, S. *Cartografia sentimental: transformações contemporâneas do desejo*. São Paulo: Estação Liberdade, 1989.

\_\_\_\_\_. Uma insólita viagem à subjetividade: fronteiras com a ética e a cultura. In: LINS, Daniel (org.). *Cultura e subjetividade: saberes nômades*. Campinas, SP: Papyrus, 1997.

SÁENZ, B. *A gift from Papá Diego*. El Paso, TX: Cinco Punto Press, 1998.

- SAID, E. *Culture and imperialism*. New York: Random House/Vintage Books, 1994.
- SÁNCHEZ, R.; VILLAR RASO, M. *Literatura Chicana. Reflexiones y Ensayos Críticos*. Granada: Editora Comares, 2000.
- SAPIR, E. *Language*. Nova York: Harcourt Brace, 1921.
- SARLO, B. *Cenas da vida pós-moderna: intelectuais, arte e videocultura na Argentina*. Tradução Sérgio Alcides. 3. ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2004.
- SCHNAPPER, D. Centralisme et fédéralisme culturels: les émigrés italiens en France et aux Etats-Unis. *Annales ESC*, set. 1974. p. 1.141-1.159.
- SCHNEIDER, D. *American Kinship: A Cultural Account*. Nova Jersey: Prentice Hall, 1908.
- SCHWARTZ, M. Advertisers see need for a “Spanglish” pitch. In: *Christian Science Monitor*, vol. 88, Issue 131, 6 mar. 1996.
- SHEPHERD, J. E. *5 latinas discuss Cristela, Jane The Virgin and representation on TV*. Net, 21 nov. 2014. Disponível em <[http://jezebel.com/5-latinas-discuss-cristela-jane-the-virgin-and-repres-1661374834?sidebar\\_promotions\\_icons=testingoff&utm\\_expid=66866090-67.e9PWeE2DSnKObFD7vNEoqg.1](http://jezebel.com/5-latinas-discuss-cristela-jane-the-virgin-and-repres-1661374834?sidebar_promotions_icons=testingoff&utm_expid=66866090-67.e9PWeE2DSnKObFD7vNEoqg.1)>. Acesso em 5 set. 2015.
- SILVERSTEIN, M. Shifters, linguistic categories and cultural description. In: BASSO, K. H.; SELBY, H. A. (Ed.). *Meaning in Anthropology*. Albuquerque, NM: University of New Mexico Press, 1976. p. 11-55.
- SIMON, P.J. *Ethnocentrisme*. Pluriel-recherches, cahier n. 1, 1993. p. 57-63.
- SIQUEIRA, S. O papel do professor na desconstrução do “mundo plástico” do livro didático de língua estrangeira. In: ASSIS-PETERSON, A. A.; BARROS, S. *Formação crítica de professores de línguas, desejos e possibilidades*. São Carlos, SP: Pedro & João Editores, 2010. p. 225-253
- \_\_\_\_\_. World Englishes, World English, Inglês como língua internacional, Inglês como língua franca. In: LAGARES, X. C.; BAGNO, M. (Org.). *Políticas da norma e conflitos linguísticos*. São Paulo: Parábola Editorial, 2011. p. 333-354.
- SIQUEIRA, S.; CAMARGO, A. Estimulando a democratização e a desmistificação de novas tecnologias no ensino de línguas estrangeiras. In: MOTA, K.; SCHEYERL, D. (Org.). *Recortes interculturais na sala de aula de línguas estrangeiras*. Salvador: EDUFBA, 2004. p. 265-300.
- SOKOL, N. *Ilan Stavans: Eight Conversations*. Madison: University of Wisconsin Press, 2004.
- SOMMER, D. El contrapunteo latino entre el inglés y el español: notas para una nueva educación sentimental. *Revista Iberoamericana* LXVI, 193, Octubre-Diciembre 2000. p. 863-876.

- SOTO, G. *Chato and the party animals*. New York: G. P. Putnam's Sons, 2000.
- SOUZA, E. M. Janelas Indiscretas. In: LOPES, L. P. M. e BASTOS, L. C. (orgs.). *Para além da identidade*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2010.
- SPERBER, D.; WILSON, D. *Relevance: communication and cognition*. 2ª ed. Oxford: Blackwell Publishers, 1995.
- STAVANS, I. *Spanglish: The Making of a New American Language*. New York: Harper Collins Publishers, 2003.
- STREIGHT, J. *Emilio Estefan counters Trump with "We're all Mexicans" video*. Net, 21 set. 2015. Disponível em: <<http://www.inquisitr.com/2438063/emilio-estefan-counters-trump-with-were-all-mexican-video/>>. Acesso em 1 nov. 2015.
- TADEU DA SILVA, T. A produção social da identidade e da diferença. In: *Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais*. TADEU DA SILVA, T. (org.). HALL, S.; WOODWARD, K. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000. p. 73-102
- TAYLOR, Charles. The politics of recognition. In: GUTMANN, Amy (Ed.). *Multiculturalism: Examining the politics of recognition*. Princeton: Princeton University Press, 1994. p. 25-73.
- TÍO, S. Teoría del espanglish. *A fuego lento, cien columnas de humor y una conrisa*. Río Piedras: Universidad de Puerto Rico, 1954. p. 50-65.
- TORIBIO, A. J. Spanish-English code-switching among US Latinos. *International journal of the sociology of language*, 2002. p. 158, 89-119 .
- TORRES, A. *El Spanglish, un proceso especial de contacto de lenguas*. Paper presented at the First International Conference on Spanglish, Amherst College, Amherst, MA, 2-4 apr. 2004. Disponível em <<http://www3.amherst.edu/~spanglish/Torres>>. Acesso em 2 set. 2015.
- \_\_\_\_\_. *Culturas latinas en Estados Unidos*. Net, 2001. Disponível em <<http://www.ub.edu/filhis/culturele/torres.html>>. Acesso em 2 set. 2015.
- TORRES, L. *Puerto Rican Discourse: A sociolinguistic study of a New York Suburb*. New Jersey: Lawrence Erlbaum, 1987.
- \_\_\_\_\_. The Study of U.S. Spanish Varieties: Some Theoretical and Methodological Issues. In: KLEE, C.A. and RAMOS-GARCÍA, L. A., eds. *Sociolinguistics of the Spanish-Speaking World: Iberia, Latin America, United States*. Arizona: Bilingual Press, 1991, p. 255-265.
- \_\_\_\_\_. Puerto Ricans in the United States and language shift to English. *English Today*, Vol. 26, N. 3, Cambridge, UK: Cambridge University Press, Sept. 2010. p. 49-54.
- TORRES, S. *Nosotros in USA: literatura, etnografia e geografias de resistência*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2001.

TWENTIETH CENTURY FOX. *Cristela*. ABC Television, season 1, 2014.

TYLOR, E. *Primitive Culture*. Londres, John Mursay & Co. Nova York: Harper Torchbooks, 1958.

VALDÉS, G. Social interaction and code-switching patterns: a case study of Spanish/English alternation. In: AMASTAE, J.; ELÍAS-OLIVARES, L. (eds.). *Spanish in the United States: Sociolinguistic Aspects*, New York, Cambridge University Press, 1982.

VALDES-RODRIGUEZ, A. Opinion: The problem with “Devious Maids” goes far beyond Hollywood. Net, 6 jul. 2013. Disponível em: <<http://nbclatino.com/2013/06/07/opinion-the-problem-with-devious-maids-goes-far-beyond-hollywood/>>. Acesso em 6 set. 2015.

VALION. *The Globalization Rapporteur*. Spanglish Fun: Dr. Pepper. Net, 27 nov. 2009. Disponível em <<http://www.globalcontentstrategy.com/2009/11/spanglish-fun-dr-pepper.html>>. Acesso em 8 ago. 2015.

VAN DIJK, T. A. *Elite Discourse and Racism*. Newbury Park, CA: Sage Publications, 1993.

\_\_\_\_\_. (org.). *Racismo e discurso na América Latina*. São Paulo: Contexto, 2008.

VATTIMO, G. *A Sociedade Transparente*. Tradução de Hossein Shooja e Isabel Santos. Lisboa: Relógio D’Água, 1992.

WAGNER, Roy. *A invenção da cultura*. Tradução Marcela Coelho de Souza e Alexandre Morales. São Paulo: CosacNaify, 2010.

WALSH, C. Interculturalidad y colonialidad del poder. Un pensamiento y posicionamiento otro desde la diferencia colonial. In: WALSH C., GARCÍA LINERA, A.; MIGNOLO, W.: *Interculturalidad, descolonización del Estado y del conocimiento*. Buenos Aires: Editorial Signo, 2006. p. 21-70.

WENTZ, L. Dr Pepper learns how to speak a third language. In: *Advertising Age*, vol. 80 Issue 21, 6 ago. 2009.

WILLIAMS, R. *Marxism and Literature*. Oxford: Oxford University Press, 1977.

WOODWARD, K. Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. In: *Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais*. TADEU DA SILVA, T. (org.). HALL, S.; WOODWARD, K. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000. p. 7-72

WYATT, J. On Not Being La Malinche: Border Negotiations of Gender in Sandra Cisneros's “Never Marry a Mexican” and “Woman Hollering Creek”. In: *Tulsa Studies in Women's Literature* (University of Tulsa), 1995.

ZENTELLA, A.C. *Growing Up Bilingual: Puerto Rican Children in New York*. Oxford: Blackwell, 1997.

\_\_\_\_\_. José, can you see? Latin responses to racist discourse. In: Sommer, D. (ed.) *Bilingual aesthetics*. New York: Palgrave Press, 2003. p. 51-66.