

PADRÕES DE USO DE PROVÉRBIOS NA SOCIEDADE BRASILEIRA

ANA MARIA DE MORAES SARMENTO VELLASCO

Abstract

This paper is the result of an ethnographic research within the framework of Interactional Sociolinguistics. The main purpose was to study the patterns of the use of proverbs by the Brazilian society, through the analysis of the conditions of production and reception in which proverbs are used. The following three general assertions were postulated: (i) proverbs are used in the interactional process and establish a normative frame, in which the speaker assumes ascendancy over the interactant; such ascendancy comes from the traditional and the didactic senses inherent in proverbs; (ii) the persuasive function is a feature of the enunciation of a proverb and one of the components in the formation of the referred frame; and (iii) proverbs are used by Brazilians as a way to save face, to justify their beliefs and attitudes. The research was carried out face-to-face, through oral spontaneous interviews, in rural and urban areas of Brasília, the capital of Brazil, and in towns of the Federal District, and of the state of Goiás; and in the Southern of Rio de Janeiro area, in which the informants mentioned to me their most used proverbs as well as others that they could remember, illustrating the situations of use. In order for the sample to be significant, only native Brazilians, children of native Brazilians, born in the five regions of the country, were involved in the study, irrespective of gender, age, educational level and socioeconomic status. The analysis of the spontaneous conversational situations confirmed the postulated assertions.

Key words

Proverbs; ethnography; interactional sociolinguistics.

Introdução

Este trabalho é fruto de uma pesquisa etnográfica, fundamentada

no instrumental da sociolinguística interacional. O objetivo precípua foi verificar, em um estudo sincrônico, padrões de uso de provérbios na sociedade brasileira, nunca antes pesquisada nesse sentido, por meio da análise das suas condições de produção e recepção. Abordarei a metodologia da pesquisa etnográfica e descreverei os procedimentos realizados. Exporei alguns modelos de situações conversacionais espontâneas, narradas em vinhetas, em que se encontram provérbios contextualizados. Apontarei as conclusões pautadas no uso de provérbios, fruto das análises empíricas realizadas nas situações conversacionais, e apresentarei os resultados encontrados.

1. Pressupostos teórico-metodológicos

Os pressupostos teórico-metodológicos deste trabalho fundamentam-se no instrumental da sociolinguística interacional (Gumperz 1982, 1992; Figueroa 1994; Schiffrin 1994), que apresenta uma combinação de racionalidade com convencionalidade, está pautada na intenção do falante e no processo racional de inferência, e adota construtos das seguintes teorias:

1. teoria dos atos de fala (Austin, 1962-1990; Searle, 1969-1975, 1981), que considera a linguagem como uma forma de ação – todo dizer é um fazer – e passou a refletir sobre os diversos tipos de ações humanas que se realizam por meio da linguagem;
2. pragmática (Grice, 1975; Leech, 1983; Levinson, 1983, 1992; Brown & Levinson, 1978), que estuda os princípios da linguagem em situações de uso, a linguagem em ação, ou seja, os atos linguísticos e os contextos nos quais esses atos são usados e o sentido que é construído pelo falante, preocupando-se em reconstruir e perceber o sentido dos vários níveis da fala;
3. interacionismo sociológico (Goffman, 1972a, 1972b, 1974, 1976a, 1976b, 1985; Ribeiro, 1994), que, em uma

dimensão psicossociológica, estuda as interações da vida cotidiana como rituais de cenas, por meio das quais se constroem e se mantêm as identidades de cada um, em consonância com princípios universais de polidez (Brown & Levinson, 1978), para a preservação das faces;

4. etnografia da comunicação (Hymes, 1961, 1971, 1974, 1977; Gumperz e Hymes, 1964, 1972; Hammersley e Atkinson, 1983; Saville-Troike, 1982; Erickson, 1990; Bortoni, 1991; Figueroa, 1994; Schiffrin, 1994), cujo pressuposto teórico básico é a *competência comunicativa*, ou seja, a capacidade de se produzir e de se interpretar enunciados apropriados às múltiplas situações em uma dada cultura, e que é reflexo das preocupações de filósofos, lógicos e antropólogos sobre a língua, segundo as quais falar não é transmitir um conteúdo lingüístico, mas mostrar que se tem o direito de fazê-lo a partir de certas condições conversacionais, utilizando-se da metodologia de pesquisa etnográfica;
5. análise da conversação (Drew & Heritage, 1992; Marcuschi, 1986, 1994a, 1994b, 1995; Koch, 1990, 1993, 1995; Figueroa, 1994, Levinson, 1992; Goodwin & Duranti, 1992), que estuda as relações verbais (usos prosódicos, fonológicos, morfossintáticos e retóricos) e não-verbais (usos cinésicos) entre os sujeitos interactantes (ou interagentes) – de vez que os interagentes comunicam-se pelas suas emissões verbais, pelos seus silêncios, mímicas, postura, pelo seu modo de tomar alternativamente a palavra –, e a organização textual das interações.

A sociolingüística interacional (Gumperz, 1982, 1992) prioriza o contexto como fator determinante para o significado e a ação implicada

em um determinado ato de fala, e concebe-o como um construto dinâmico, não-determinado pelo espaço físico, mas sim pelo tópico abordado pelos interagentes e pela sua participação na interação. Nessa perspectiva, os enunciados e as ações dos interagentes são moldados pelo contexto e vice-versa. O enunciado forma o contexto imediato para a ação seguinte, em uma seqüência. Esse conceito de contexto não permite a sua concepção como algo exterior às ações dos participantes do processo interacional, como se ele preexistisse ao momento da interação. Contexto e identidade são inerentemente construídos e desenvolvidos, no ato da enunciação, passíveis de mudanças a qualquer momento. O conceito gumperziano de contexto é uma abordagem dinâmica, projeto e produto das ações dos falantes. O uso lingüístico tanto reflete como produz contextos. Gumperz propõe que a contextualização deve ser entendida com referência a uma teoria da interpretação.

O contexto é o momento da produção lingüística (ver Levinson, 1982, 1992), é o conjunto das características lingüísticas e não-lingüísticas, que determinam a produção de um ato de fala – como a condição social dos interlocutores, os dados sobre a situação cultural comuns aos dois, o que foi dito anteriormente, etc. O contexto de ocorrência de um evento discursivo é, pois, constituído pelos participantes da interação, pelos interagentes.

A noção de contexto envolve duas entidades justapostas: o evento em foco e o campo de ação em que se situa o evento (ver Goodwin & Duranti, 1992). São os atos de fala realizados na interação que permitem estabelecer, retroativamente, o sentido do contexto, cuja existência é, concomitantemente, pressuposta: o contexto não é simplesmente dado, mas constituído pelos interlocutores, em parte, por meio dos seus atos de fala, que são ao mesmo tempo interpretados à luz desse contexto. Nas pesquisas interacionais, o contexto é visto em duas dimensões: a configuração local imediata que precede uma atividade na qual um enunciado se realiza e, em um sentido mais amplo, o contexto da situação, ou seja, o contexto sociocultural, no qual a atividade está inserida e onde se encaixa aquela configuração (ver Koch, 1993).

Ressalvo que a dimensão discursiva de língua, por mim adotada, compreende um conjunto de traços de origem ideológica,

socioantropológica e cultural, funcionalista e interacional – ausentes em uma concepção de língua como sistema imanente e autônomo. Assim sendo, a língua transforma-se em um símbolo de identidade cultural de um povo: torna-se idioma, compartilha um conjunto de crenças e de valores que se traduzem em uma visão do mundo idiossincrática e única. Esse olhar sobre o mundo, à minha percepção, reveste-se de valores éticos, estéticos, sociais, econômicos e ideológicos, que se expressam no léxico, tanto por meio de criações neológicas como do uso de expressões populares cristalizadas ou não na língua, tais como provérbios, pseudoprovérbios, retomadas, anexins, frases proverbiais, frases feitas, superstições, pragas e assim por diante. Nesse sentido, o léxico de uma língua reflete a tensão dialética entre a tradição e a mudança.

2. A pesquisa interacional sobre o uso de provérbios

2.1 Justificativa da pesquisa

Considero os provérbios itens memoráveis, encontrados nas línguas naturais. Memoráveis, tanto no que tange às idéias que veiculam, como na sua construção sintática e na articulação entre a sua forma e o seu conteúdo. Todos somos capazes de citar de pronto e ao menos meia dúzia de provérbios. E se nos perguntarem onde os aprendemos, a não ser que os tenhamos ouvido amiúde de alguém, dificilmente seremos capazes de responder. Mas todos sabemos em que ocasião empregá-los e como nos podem favorecer. Por um lado, os provérbios dão-nos a sensação de que nos pertencem e que deles podemos fazer o que bem entendemos – de vez que se tornam intimamente vinculados às nossas próprias experiências. Por outro lado, os provérbios são-nos impostos e obrigam-nos a entrar em uma lógica, que vem da sociedade, ultrapassando as nossas opções pessoais.

Há várias justificativas para o estudo lingüístico dos provérbios. Uma delas é que os provérbios são partes, contextos de uma língua particular. Como simples palavras e expressões, são unidades de forma e significado que devem ser incluídas na descrição completa de uma língua. Integram o

léxico da língua e, portanto, o léxico de todos os falantes da comunidade. Do mesmo modo que não sabemos quantas palavras integram o nosso léxico, também não sabemos quantos provérbios e outras expressões populares, comuns à nossa comunidade de fala, há no nosso vocabulário. Nós os empregamos sem perceber, sem buscá-los. Os provérbios surgem na conversação, assim como surgem as palavras, em um processo natural da fala – nenhum falante pára, pensa, busca o provérbio e o cita: a expressão surge espontaneamente.

A natureza fundamentalmente oral-interacional dos provérbios é endossada unanimemente pelos paremiologistas, especialmente em estudos desenvolvidos por Taylor (1934, 1975a, 1975b, 1975c), Arewa & Dundes (1964), Bascom (1965), Abrahams (1968, 1969), Green (1975) e Schmidt-Radefelt (1984).

Ficou-me evidenciada a necessidade de desenvolver um estudo dos provérbios em um quadro de referência no qual estejam contextualmente situados, sendo material autêntico da linguagem falada, de modo a permitir a análise do seu uso, para que se entenda o estilo expressivo de grupos específicos e os modos como os provérbios estão relacionados com a estrutura de valores da comunidade brasileira. Verifiquei ser esse um estudo importante, tanto no âmbito da lingüística como no da paremiologia, da sociologia, da antropologia e, também, do folclore, especialmente no que concerne à sociedade brasileira, nunca antes pesquisada nesse sentido.

2.2 Os provérbios

As evidências encontradas no estudo que realizei nos *corpora* deste trabalho, levam-me a asseverar que os provérbios são itens tradicionais do folclore de uma comunidade, frutos da experiência do povo; são afirmações concisas e impessoais de verdades gerais – a sua formulação é genérica e o seu valor de verdade é universal, atemporal e alocativo, mas refutável por provérbios antagônicos. Partem do senso comum, da fidedignidade a um contexto de vida específico, da simplicidade. Lidam com sentimentos e interesses primários do ser humano, como o amor e

o ódio; a vida e a morte; a paz e a luta; a juventude e a velhice; a fome e o alimento; a saúde e a doença; o trabalho e a brincadeira; a verdade e a mentira; Deus e o diabo. São coloridos, plenos de senso de humor e, especialmente, de natureza moral. O seu efeito é elevar uma afirmação de um nível simplório para um nível enfático, com o intuito de ensinar, elogiar, persuadir, consolar, estimular ou, contrária e alternativamente, prevenir, admoestar, advertir, envergonhar, restringir ou desencorajar atitudes. Refletem maneiras de pensar universais; possuem forma fixa, cristalizada na língua, com recursos lingüísticos que favorecem a sua memorização; podem ser ou não metafóricos; lidam com relações lógicas, mas não são verdades axiomáticas. O anonimato da sua autoria e o seu caráter de tradicionalidade são-lhes características precípuas (ver Vellasco, 1996a, 1996b, 2000a, 2000b).

Cumprime-me referir ao fato de que, por mais que eu tentasse definir o provérbio, por meio das suas características lingüísticas formais, em um enunciado único, no sentido de ser viabilizada a sua identificação, foi-me impossível. Não obstante isso e para essa impossibilidade encontrei respaldo nos trabalhos dos paremiologistas a que tive acesso, expressamente: Abrahams & Babcock-Abrahams (1975); Abrahams (1968 a, 1969, 1972); Albig (1931); Arewa & Dundes (1964); Arnaud & Moon (1993); Arora (1996); Barley (1972, 1974a, 1974b); Bascom (1965); Bonser-Stephens (1930); Buridant (1976); Cerquiglini & Cerquiglini (1973); Coppens d'Eeckenbrugge (1988); Dundes (1963, 1975); Firth (1926); Green (1975); Gréssillon & Maingueneau (1994); Hoffman & Honeck (1985); Holbeck (1970); Honeck (1980); Kleiber (1988); Mota (1991); Maranda (1971); Meschonnic (1976); Mieder & Mieder (1977); Mieder (1978); Milner (1969); Mota (1974); Quasthoff (1978); Russomano (1938); Schmidt-Radefelt (1994), Taylor (1934, 1975a, 1975b, 1975c, 1996); Whiting (1932), e Zolkovskij (1978).

Uma definição única e genérica que proporcione a identificação do provérbio foi-me inviabilizada, como o tem sido aos que dedicaram ou vêm dedicando parte das suas vidas a estudar os provérbios, essa forma concisa portadora da experiência milenar dos povos. A meu ver, isso decorre do fato de que não se pode trazer todos os vários tipos de provérbios

para uma só categoria: um provérbio não reúne todas as características atribuídas aos provérbios como um todo. Concluí que os provérbios devem ser encarados como uma classe geral, em analogia aos substantivos, por exemplo, com subclasses. Há que ser feita uma taxionomia dos provérbios, no sentido de selecioná-los em categorias e descrevê-los não-somente por suas características formais, como pelos seus padrões de uso (ver Vellasco, 1996b).

2.3 Hipóteses levantadas

Tracei como objetivo precípua da pesquisa verificar padrões de uso de provérbios na sociedade brasileira, por meio da análise das condições de produção (quem, por que, em que situação e com que intenção os utiliza) e recepção de provérbios.

As três asserções básicas postuladas foram as seguintes:

1. Os provérbios são utilizados no processo interacional e estabelecem um enquadre normativo, no qual o falante assume ascendência sobre o interlocutor. Tal ascendência decorre da tradicionalidade e da carga didática inerentes aos provérbios.
2. A função persuasiva é própria da enunciação de um provérbio e um componente de formação do referido enquadre.
3. Os provérbios são utilizados pelos brasileiros no trabalho da preservação das faces, com o objetivo de justificar as suas crenças e atitudes.

2.4 O tipo de metodologia dessa pesquisa

A metodologia adotada para este estudo foi a metodologia da pesquisa etnográfica. A etnografia é um método de pesquisa desenvolvido por antropólogos e as suas origens remontam ao século XIX. Nessa época, os antropólogos interessavam-se em organizar relatórios detalhados sobre comunidades desconhecidas e denominaram-nos “etnografia”. Desde

então, o termo etnografia passou a designar narrativas de cunho científico, que procuram explicar o modo de vida de comunidades estudadas (ver Erickson, 1990).

O objetivo primário da pesquisa etnográfica é a descrição de culturas. Nesse tipo de pesquisa, o(a) pesquisador(a) envolve-se com a comunidade, por meio da observação participante, com a postura ética de quem nada conhece a respeito do mundo no qual imergirá, passando, paulatinamente, a uma postura êmica, em um processo de integração àquele universo particular.

A etnografia tomou emprestados da teoria tagmêmica de Pike os conceitos ético e êmico. De acordo com Pike (citado em Kindell, 1981: 9-10), o comportamento humano, de que a linguagem faz parte, é estruturado e convém estudá-lo de dois pontos de vista diferentes: (i) o ético e o (ii) êmico. O ponto de vista ético é a visão de alguém que, alheio ao comportamento de um determinado sistema social, o observa, do lado de fora, como um sistema divergente do seu. O ponto de vista êmico, pelo contrário, resulta da visão de alguém que conhece o comportamento do sistema e está familiarizado com ele.

A metodologia da pesquisa etnográfica proporciona a intimidade e a participação necessárias para a compreensão das ações dos envolvidos, ações essas plenas de significado. A observação participante permite-nos aprender a cultura ou subcultura dos sujeitos que são estudados, levando-nos a interpretar o mundo da mesma forma como eles o fazem.

Erickson (1990) esclarece que uma técnica de pesquisa não é um método de pesquisa. Ao referir-se à pesquisa de campo, o autor faz-nos atinar com que ela envolve: (i) participação intensa em situação de campo; (ii) registro cuidadoso do que está acontecendo; e (iii) reflexão analítica dos registros.

Para Erickson (1990: 83-5), a pesquisa etnográfica requer uma atitude meticulosa e reflexiva, não- apenas na descrição dos eventos, como também na tentativa de identificar o significado das ações desses acontecimentos, do ponto de vista dos próprios interagentes, em razão de:

1. a invisibilidade do dia-a-dia: é necessário estranhar

o óbvio. As questões que se impõem são: *O que está acontecendo aqui? O que está acontecendo especificamente na ação social que acontece neste contexto particular?* O antropólogo Clyde Kluckhohn (citado em Erickson, 1990: 83) ilustrou esse ponto com o seguinte aforismo: “O peixe é a última criatura a descobrir a água.”;

2. a necessidade de uma compreensão específica de detalhes concretos da prática, por meio da documentação (registro). A questão que se impõe é: *o que essas ações significam para os interagentes, no momento em que elas acontecem?*;
3. a necessidade de se considerar os *significados locais* que os acontecimentos possuem, para as pessoas neles envolvidas. Quando uma pergunta de pesquisa pondera a distinção do significado local que os interagentes possuem uns para os outros, em uma determinada cena, a pesquisa de campo é um método apropriado. As questões que se impõem são: *Como estão organizados os padrões de organização social e como são aprendidos os princípios culturais para a conduta da vida cotidiana?* Em outras palavras: *Como reagem as pessoas umas às outras e o que significam esses acontecimentos para os interagentes?*;
4. a necessidade de compreender e comparar diferentes contextos sociais. A questão que se impõe é *Que significado possui o que está acontecendo no contexto como um todo?*, para explicar a relação com os acontecimentos de outros níveis do sistema, dentro e fora do contexto;
5. a necessidade de compreender e comparar o que existe além das circunstâncias imediatas do contexto local. A questão que se impõe é: *Como está organizado este contexto de vida cotidiana comparado a outros conjuntos de contextos de vida social organizada, de outros lugares e em outros tempos?*

Não obstante a vivência do(a) pesquisador(a) no meio social pesquisado, a influência da sua presença sobre os sujeitos observados é um fato constatado. Logo, as reações dos sujeitos em observação devem transformar-se em dados a mais da pesquisa. A solução para essa influência consiste no reconhecimento do caráter reflexivo da pesquisa social, isto é, no reconhecimento de que o(a) pesquisador(a) faz parte do mundo social que estuda (ver Hammersley & Atkinson, 1983).

Cumpr-me ressaltar o caráter de flexibilidade da pesquisa etnográfica. Essa metodologia de pesquisa viabiliza alterações no direcionamento do trabalho, ao longo do processo, caso sejam necessárias reformulações nos pressupostos e afirmações. Por outro lado, a utilização de fontes variadas permite ao(ã) pesquisador(a) comparar os diversos tipos de dados, registrados em anotações e fitas de áudio e vídeo. Deve-se considerar, outrossim, que o desenvolvimento do trabalho etnográfico, conforme proposto por Erickson (1990), prevê a triangulação. Os dados da interação focalizada devem ser conferidos durante o trabalho de campo, diante dos sujeitos da pesquisa.

Interessando-se mais pelo processo do que pelo produto, a etnografia tem-se mostrado um método de pesquisa eficaz em várias áreas, especialmente na lingüística.

2.5 Informantes

Para que a amostra fosse significativa e retratasse padrões de uso de provérbios na sociedade brasileira, o alvo da pesquisa foram brasileiros, descendentes de brasileiros, nascidos nas cinco regiões do Brasil, de ambos os sexos, e faixa etária, nível de escolaridade e socioeconômico diversos.

2.6 A coleta de dados

A coleta de dados deu-se por meio de entrevistas orais informais, nas zonas rural e urbana do Distrito Federal e entorno. É importante ressaltar que, no Distrito Federal, encontram-se radicados brasileiros provenientes de todas as regiões do Brasil, mantendo hábitos e atitudes

das culturas regionais de origem. Posteriormente, pesquisei, do mesmo modo, nas zonas rural e urbana de cidades do Estado de Goiás e na zona sul do Rio de Janeiro.

Os sujeitos da pesquisa foram escolhidos aleatoriamente e a amostra foi heterogênea, no que concerne às variáveis sociais (idade, sexo, nível de escolaridade, etc.), em razão de o objetivo traçado ter sido o de verificar padrões de uso de provérbios e outras expressões populares na sociedade brasileira como um todo.

Nas entrevistas informais, os informantes citaram-me os provérbios que mais empregavam e de que se recordavam, ilustrando algumas situações de uso, isto é, contextualizando-os. Devido à grande dificuldade que encontrei para registrar situações de uso de provérbios em conversações espontâneas, em fitas de áudio e vídeo, a alternativa que me restou foi anotar as informações que me foram relatadas pelos sujeitos da pesquisa e as atividades de fala a que assisti e, posteriormente, transcrevê-las em vinhetas, para viabilizar a análise interacional pretendida.

Foram, portanto, analisadas situações conversacionais espontâneas, a mim relatadas por sujeitos da pesquisa, ou a que assisti. Dada a natureza do uso de provérbios e dada a necessidade de coletar dados espontâneos, foi-me inviabilizado o registro em áudio ou vídeo das interações face-a-face, em que as parênteses foram citadas. Assim sendo, retratei as situações de fala em vinhetas elaboradas a partir das notas de campo, do modo mais fidedigno possível, com o objetivo precípua de verificar padrões de uso de provérbios na sociedade brasileira.

Abro um parêntese para ressaltar que estou utilizando o termo *conversação*, neste trabalho, como definido em Marcuschi (1986: 15), no sentido de “uma interação verbal centrada, que se desenvolve durante o tempo em que dois ou mais interlocutores voltam a sua atenção visual e cognitiva para um interesse comum”.

2.7 *Corpora*

Ao coletar provérbios, evidenciou-se-me um fato. A maioria dos meus informantes, mesmo os de nível universitário, não distinguia

um provérbio de uma superstição, por exemplo, menos ainda de um aforismo, um clichê, uma frase feita, uma frase proverbial, uma máxima, um slogan, que discuto e nomeio em trabalho anterior (ver Vellasco, 1996b). Destarte, ao *corpus*, que se propunha ser de provérbios, somaram-se outras formas concisas da língua: expressões populares que integram a fraseologia brasileira.

No que tange à fraseologia, cumpre-me fazer uma ressalva: os provérbios são itens à parte. Lê-se em Jean Dubois e outros:

“Chama-se geralmente de fraseologia a uma construção própria de um indivíduo, de um grupo ou de uma língua. Contudo, como o termo *idioleto* serve freqüentemente para designar o fenômeno lingüístico próprio de um indivíduo, reserva-se, seguidamente, o termo fraseologia para a evocação de uma construção própria de uma língua. Um dicionário fraseológico tem por objeto o recenseamento e a apresentação das expressões vinculadas especificamente a uma língua. Em princípio, ele não registra os provérbios, já que representam unidades frásticas completas.”

(Dubois & Giacomo & Guespin & Marcellesi & Marcellesi & Mevel, 1993: 293)

Diante dos dados obtidos, foram criados dois *corpora* um de provérbios e outras expressões populares brasileiras descontextualizados, e outro no qual estão contextualizados, retratando situações de uso. Mantive no *corpus* descontextualizado desta pesquisa todos os dados coletados, independentemente da sua classificação quanto ao gênero folclórico. O primeiro *corpus* viabilizou uma análise lingüístico-descritiva; o *corpus* de dados contextualizados viabilizou análises empíricas sociolingüístico-interacionais e os resultados aqui evidenciados.

3. Amostra de situações conversacionais narradas em vinhetas

3.1 Da dói, pidi incói; Cada um é que sabe a fundura da sua lagoa.

Atividade de fala: conversa informal entre familiares, na fazenda do Sr. Lázaro, zona rural de Luziânia, GO.

Interagentes: Sr. Lázaro, 53 anos; D. Conceição, 54 anos; Sr. Antônio, 56 anos; D. Fininha, 67 anos; Rosa, 39 anos, e Sebastiana, 43 anos.

Idade de quem citou os provérbios: 56 e 52 anos, respectivamente.

Naturalidade: sítio situado na zona rural de Luziânia, GO.

O sr. Lázaro possui uma pequena porção de terra na zona rural de Luziânia, herdada do pai, fruto da divisão da antiga fazenda de seu avô por dezessete filhos, que, por sua vez, redividiram as terras para os seus descendentes. É uma pessoa bastante simples e de pouca escolaridade – cursou até a terceira série do Ensino Fundamental, denominado Curso Primário, em sua época de estudante. Lê com dificuldade, mas é bom em Matemática – faz contas muito bem, segundo ele. Luta com dificuldade para manter os poucos animais que possui, que se alimentam apenas pastando nas redondezas do sítio. Vive com a mulher, d. Sebastiana, e com Matias, um filho de 28 anos, com problema de glaucoma e bôcio muito desenvolvido. O sr. Lázaro sustenta a família por meio da produção de milho, mandioca, hortaliças e frutas: laranja e limão e frutas de época, como a jabuticaba, etc., de ovos e um pouco de leite.

Fumando um cigarro de palha e de prosa (conversando) com o seu irmão, o sr. Antônio, vulgo Toinho, e as suas respectivas mulheres, o sr. Lázaro contava-lhes, feliz da vida, que um candidato a prefeito de Luziânia, havia estado na casa dele visitando-o, para inteirar-se dos estragos que a seca deste ano fizera na sua terrinha – os poucos animais estavam magros, com os “quartos” (na sua linguagem) de fora, e dois bezerrinhos não haviam resistido. O político dissera-lhe que fosse procurá-lo, no escritório em Luziânia, para que ele lhe emprestasse dinheiro, sem juros, para recuperar a plantação e comprar ração para os animais. O sr. Toinho argumentou, que se fosse ele não iria procurar o candidato, porque, como diz o dito, “da dói, pidi incói”. D. Sebastiana interveio, dizendo ao sr. Toinho que

vergonha era roubar, que o político havia feito a proposta e que não era um pedido do marido, como ela testemunhara. O sr. Lázaro respondeu à sua mulher dizendo-lhe: “É, Bastiana, cê tá certinha da sirva, o Toinho tem certa razão e eu vou seguir o dito que diz que ‘cada um é que sabe a fundura da sua lagoa’.”

3.2 A colher é que sabe a quentura da panela; Cada um é que sabe onde o sapato aperta.

Atividade de fala: despedida de uma vizinha, após visita por ocasião do Natal, ao portão da casa de Iva, Valparaíso, GO.

Interagentes: Iva, 37 anos, e sua vizinha Consuelo, 40 anos.

Naturalidade de de quem citou os provérbios: Curvelo, MG, e Goiânia, GO, respectivamente.

Iva estava passando por muitos problemas. O marido tinha-se apaixonado por outra, mudara-se para Belo Horizonte e sequer contribuía para o sustento dos quatro filhos. Sem condições de pagar uma empregada doméstica, Iva trabalhava quarenta horas semanais como professora de séries iniciais do Ensino Fundamental e ainda conseguia desincumbir-se com proficiência das suas funções de mãe, dona-de-casa e costureira dos filhos. Suas contas eram pagas pontualmente. A sua vizinha Consuelo, desorganizada por excelência, fora fazer-lhe uma visita pelo Natal e, quando despediu-se, ao portão, elogiou a organização da casa de Iva, as iguarias, a educação dos rapazes e assim por diante. Mas, em tom malicioso, disse a Iva que ela parecia estar levando uma vida de ricos e perguntou-lhe o que ela fazia para que o seu dinheiro rendesse tanto. Iva respondeu suavemente: “Ô Consuelo, como diz o ditado, ‘a colher é que sabe a quentura da panela’.” Consuelo refletiu rapidamente e disse: “É, Iva, você tem razão, tem outro ditado que diz que ‘cada um é que sabe onde é que o sapato aperta.’”

3.3 Só o tempo cura queijo.

Atividade de fala: conversa informal entre irmãos, ao saírem da Delegacia do Guará, DF.

Interagentes: Vera Lúcia e Evaristo.

Faixa etária dos interagentes: 24 e 29 anos, respectivamente.

Idade de quem citou o provérbio: 29 anos.

Naturalidade: fazenda situada na zona rural de Luziânia, GO.

Vera Lúcia atropelara um rapaz, em frente a um ponto de ônibus do Guará 2, Distrito Federal, apesar de estar dirigindo com prudência e em baixa velocidade. O rapaz surgira repentinamente diante do seu carro, tendo-se precipitado na pista pela frente de um ônibus. Não houve como se evitar o acidente. O rapaz não se machucara muito e Vera prestara-lhe o devido socorro. Dias após, Vera Lúcia foi depor sobre o ocorrido, na Delegacia do Guará, acompanhada de seu irmão Evaristo. Muito consternada por não ter tido como evitar a situação, comentou com o irmão que a tristeza e a sensação de desconforto que a acompanhavam desde o dia do acidente jamais a abandonariam. O irmão, abraçando-a com carinho, disse-lhe: “Vera, lembre-se de que ‘só o tempo cura queijo’; você vai ver como isso vai passar.”

3.4 Agulha sem fundo não arrasta linha.

Atividade de fala: Reunião de professores, em um Centro Educacional da Fundação Educacional do Distrito Federal.

Interagentes: professores de Ensino Médio.

Idade de quem citou o provérbio: 38 anos.

Naturalidade: Jequié, BA.

O diretor eleito de um Centro Educacional da Fundação Educacional do Distrito Federal havia renunciado. Todos os professores do estabelecimento de ensino haviam sido convocados para uma reunião, na qual o diretor explicaria as razões da sua atitude. Discursos para cá, discursos para lá, o diretor alegou problemas de ordem pessoal e retirou-se, mas ficou notório a todos que a verdadeira razão pautava-se na carga de trabalho, que lhe estava sendo muito pesada. Imediatamente após a saída do diretor da sala de reuniões, Petrônio, um professor baiano e muito espirituoso, colocou um ponto final na reunião, levantando-se e exclamando: “Ó chente, não adianta continuarmos discutindo. Todo

mundo sabe que *agulha sem fundo não arrasta linha!*” E Petrônio foi aplaudido de pé pelos colegas.

3.5 Mais vale um gosto, que um carroção de abóbora.

Atividade de fala: conversa informal entre amigos, em um clube, em Brasília, DF.

Interagentes: Zeca, Alex, Dênis, Andréa e Néelson.

Faixa etária dos interagentes: 40 anos.

Idade de quem citou o provérbio: 38 anos.

Naturalidade: São Paulo, SP.

Dênis contava aos amigos que estava economizando dinheiro para comprar um apartamento, mas que não havia resistido à tentação e decidira comprar uma lancha. Zeca, em atitude solidária ao amigo, disse: “*Mais vale um gosto, que um carroção de abóbora.*”. Ninguém retrucou.

4. Conclusões pautadas nas análises empíricas realizadas nas situações conversacionais

4.1 O aprendizado de provérbios

As análises retrataram que, quando um adulto cita um provérbio para uma criança, geralmente dá-lhe uma explicação sobre o enunciado proverbial – especialmente quando o provérbio é figurado. Algumas situações conversacionais comprovaram o fato de que o raciocínio, para a compreensão dos provérbios, particularmente no que concerne aos provérbios de sentido figurado, é induzido e adquirido por um processo de desenvolvimento mental, aliado aos conceitos culturais de uma determinada comunidade de fala. A competência proverbial é adquirida, pautada na negociação dos significados da comunidade de fala que a criança integra. Isso traduz que a metodologia para que uma criança alcance o significado de um provérbio é heurística, por meio de modelos de uso de provérbios.

4.2 Os intróitos proverbiais

No que tange à sua utilização no contexto, na linha melódica do discurso, o provérbio é demarcado do texto que o precede pelo contorno entonacional (ver Schmidt-Radefelt, 1994). O(a) falante tem a consciência de que quer chamar a atenção para o fato de que não é ele(a) que fala, mas que está apenas procedendo a uma citação.

Constatai que o(a) interlocutor(a) sabe que, ao citar um provérbio, o(a) falante cita a voz da experiência ancestral, uma verdade consensual tradicional. Ao usar provérbios, os falantes geralmente introduzem-nos no contexto, por meio de expressões tais como: *como diz o ditado...*; *como dizia a minha avó...*; *tem um provérbio que diz...*; *como todo mundo sabe...*; *há um dito que diz que...*, e assim por diante. Denomino essas expressões “intróitos proverbiais”. Elas são comumente usadas pelos brasileiros com a intenção de fazer com que os interlocutores atinem com a “verdade” que proferirão, para induzi-los a identificar a citação proverbial, em uma estratégia conversacional de persuasão.

Os intróitos proverbiais e a mudança de entonação podem ser considerados como estratégias de dissociação do(a) falante na asserção proverbial. Embora a responsabilidade pela asserção seja do(a) falante, percebi que a estratégia funciona e que, muito raramente, um(a) interlocutor(a) contradiz quem cita uma parêmia, uma verdade ancestral. Quando o faz, é por meio de uma outra parêmia.

Em rigor, o(a) falante é o responsável pelo enunciado proverbial e o aplica à atividade de fala em curso. Contudo e de fato, é apenas uma parte da situação interacional. O(a) falante é quem cita o provérbio, mas a ênfase do enunciado proverbial está no(a) interlocutor(a). A realização da parêmia está na competência comunicativa dos interlocutores em perceber a troca de código lingüístico, a implicatura conversacional, e captar o significado do enunciado proverbial e a intenção de quem fala ao citar o provérbio. Caso o(a) interlocutor(a) não possua competência comunicativa, aliada à competência proverbial, e caso algum vocábulo do provérbio seja-lhe desconhecido, o enunciado proverbial falhará. O(a) interlocutor(a) sempre evidencia a compreensão ou não do enunciado. E a compreensão ou não

do provérbio é sempre trazida à tona na conversação pelo resultado da percepção, certa ou errada, do(a) interlocutor(a).

4.3 Competência para reconhecer e usar provérbios

Os provérbios são constantemente repetidos e as repetições fazem com que um membro de uma determinada comunidade de fala reconheça-os de pronto. O pronto reconhecimento de um provérbio denomina-se “proverbialidade” (ver Taylor, 1934). Há pois uma competência receptiva e competência produtiva para as habilidades de entender e usar os provérbios. Todos os falantes possuem uma competência proverbial. A competência proverbial está pautada na forma peculiar do provérbio e na natureza do seu enunciado – termos vagos, genéricos, conteúdo aparentemente verdadeiro, significação geralmente metafórica e coerência textual específica (ver Schmidt-Radefelt, 1994).

As habilidades de entender e usar os provérbios vêm de transações conversacionais, que possibilitam o reconhecimento, pelo(a) falante, de como os provérbios podem ser empregados. A conversação é estruturada de tal modo que aprendemos a reconhecer o momento em que um provérbio pode ser empregado, sem que necessariamente conheçamos o item ou os itens que podem ser usados de maneira bem-sucedida. De fato, vários provérbios podem ser empregados em um mesmo contexto. Além disso, muitos dos adágios são tão profundamente integrados no nosso conhecimento metafórico, que podemos reconhecê-los em interações, sem tê-los contatado com frequência. Uma pessoa não pode compreender um provérbio, a menos que esteja apta a usá-lo apropriadamente, ou a reconhecê-lo quando outra pessoa o emprega. Alguns prolóquios são muito usados, enquanto outros são-no raramente. Muitas parêmias são tão conhecidas, que os que integram a mesma cultura conhecem o seu significado e estão aptos a julgar se elas estão sendo aplicadas a uma situação social apropriada. Velhos ditados, como *Água mole, em pedra dura, tanto bate até que fura* ou *De raminho em raminho, o passarinho faz seu ninho* são itens ativos no nosso repertório verbal – todos sabemos o que significam, como têm sido efetivamente empregados e situados no passado. A identificação

de um provérbio não depende de características do provérbio, mas da experiência do(a) ouvinte.

4.4 Os provérbios e a comunidade de fala

Ao citar um provérbio, um(a) falante cita um item tradicional do folclore da sua comunidade de fala, no qual estão incluídos os preconceitos, estereótipos e mitos, e tudo o mais que indica vivência popular.

Uma consequência da citação de um provérbio é o seu valor ao sinalizar para um membro de um determinado grupo. A esse respeito, os provérbios são como os clichês, gracejos, alusões: são partes do que pode levar à ligação entre as pessoas, ao cultivar uma intimidade com enunciados preconcebidos. Um(a) falante pode perceber outro membro do seu grupo e identificar a comunidade à qual o outro pertence, por meio do estoque dialetal de provérbios. Ao citar provérbios, os falantes também sinalizam a sua identidade com unidades nacionais. Além disso, na compreensão e na percepção da citação proverbial o(a) interlocutor(a) também sinaliza a sua aceitação e a sua identificação com o(a) falante e o grupo em questão.

A esse propósito, Holbeck (1970) considera que uma das características mais proeminentes evidenciadas no uso dos provérbios é a lacuna de uma aplicação concreta, pois o provérbio perde o seu efeito quando o(a) falante tem que dar explicações ao(à) ouvinte. Decidi-me, pois, por testar essa asserção. Escolhi o provérbio *Aspa mole, boi gordo*, que me foi mencionado por um gaúcho. Usar aspa por chifre é característico dos habitantes do interior do estado do Rio Grande do Sul. Citei esse provérbio para uma carioca, um goiano, duas mineiras e uma paulista, todos na faixa etária de quarenta a cinquenta e cinco anos, com pós-graduação na área de Letras e trânsito por culturas variadas, nacional como internacionalmente. Os meus interlocutores não manifestaram as reações de praxe diante desse provérbio – calar-se, citar outro provérbio, ou responder com um “É...”, ou um “É verdade” ou outra observação do gênero. Ao contrário, perguntaram-me o significado do vocábulo *aspa*. Alguns, inclusive, inferiram ser tal significado o singular do sinal gráfico

“aspas”. Os meus interlocutores mudaram o tópico da conversa para a questão de regionalismos, não mais retornando ao tópico anterior. Assim sendo, constatei a veracidade da asserção de Holbeck, pois o impacto que o provérbio com termos desconhecidos causa nos interlocutores é nulo.

4.5 Os provérbios e o contexto

Por que um determinado provérbio aflora muito freqüentemente em certos ambientes de tensão na nossa vida social e por que esse provérbio se encaixa prontamente em uma determinada situação? As respostas vinculam-se ao contexto e ao enunciado proverbial, concomitantemente. Todas as características da forma e do uso do provérbio afloram, simultaneamente, para dar-lhe um sentido de poder. A forma do provérbio, associada aos sentidos didático e tradicional, que lhe são inerentes, habilitam-nos a reconhecer a importância da dimensão do uso de provérbios. E, também, a compreender as pistas de contextualização ou dicas, pelas quais esses itens podem ser destacados de situações sociais do dia-a-dia e serem empregados em um amplo número de contextos expressivos.

Os provérbios deixam o(a) falante fora do contexto. Invocando a tradição e a comunidade como um todo, o(a) falante não apenas desaparece como um agente direto, como impõe ao(à) interlocutor(a) o peso das sanções sociais. O caráter de tradicionalidade confere autoridade ao enunciado proverbial, que empresta a sua força diretiva às situações interacionais, enquanto permitem que o(a) falante desapareça frente à opinião consensual geral.

Os provérbios, sendo unidades lingüísticas preconcebidas ao momento da conversação e itens tradicionais do folclore, trazem conseqüências para os significados interacionais que realizam nos contextos. Optando por um enunciado já pronto e de consenso geral, o(a) falante evita a necessidade de emitir, por si mesmo(a), um enunciado original. Isso é útil, especialmente em situações desfavoráveis ou em situações nas quais o(a) falante quer assegurar, granjear a força das convenções sociais.

4.6 Os provérbios como atos de fala indiretos

Uma das razões pela qual os falantes fazem uso de atos de fala indiretos é devido ao dilema psicológico cotidiano de que você é criticado (a) – complica-se e aborrece-se – pelo que diz e faz e pelo que não diz e não faz. O uso de provérbios e outras expressões populares é uma estratégia comunicativa muito usada para despersonalizar o que é dito e permitir maior indiretividade.

A importância do provérbio como ato de fala indireto está no fato de permitir que, ao citá-lo, o(a) falante disfarce os seus verdadeiros sentimentos. Para o(a) falante os provérbios representam um caminho de fuga e para o(a) interlocutor(a) oferecem opções que apontam para um consenso real ou imaginário.

Nesse sentido, os falantes também recorrem aos provérbios em situações de duplo sentido, como, por exemplo, quando são solicitados a tecer um julgamento sobre algo que pode vir a magoar alguém ou revelar as suas preferências íntimas e para evitar comprometimentos e refutações pessoais.

Dada uma situação particular de discurso, o provérbio constitui um julgamento particular do(a) falante, acerca de um tópico especificado naquela atividade de fala. O provérbio é uma atividade de linguagem, um ato de fala, cujos referentes são o(a) enunciador(a) e o(a) re-enunciador(a), na sua relação com uma situação.

4.7 A citação de um provérbio gera uma implicatura conversacional

Ao serem citados, os provérbios geram uma implicatura conversacional, por violarem o princípio de cooperação – o princípio geral que explica a cooperação entre os falantes em situação de comunicação – e, conseqüentemente, as máximas conversacionais griceanas, especialmente a máxima da qualidade. Considerando-se a observação do princípio da cooperação, o que um provérbio comunica no contexto é: (1) o resultado do que é dito, ou seja, do conteúdo lógico, necessário, para que se especifiquem

as condições de verdade da sentença; (2) o que é implicado, isto é, o significado inferido, por meio de uma atitude cooperativa do ouvinte; e (3) a especificação das condições de felicidade do enunciado – as condições que tornam o enunciado aceitável no contexto.

As citações de provérbios geram implicaturas conversacionais, porque mesmo quando o(a) falante os emite em nível literal intenta algo mais e o(a) interlocutor(a) tem que alcançar a implicação pretendida, isto é, decifrar qual é a intenção comunicativa do(a) falante. Conseqüentemente, como em outros casos de citações e atos de fala indiretos, o(a) falante pode refutar, negar a responsabilidade pelas implicações, ficando o dito por não-dito.

Há estratégias de polidez implícitas, ou indiretas, pelas quais a intenção do(a) falante não se torna clara (ver Brown & Levinson, 1978). Nessas estratégias, o objetivo consiste em evitar-se imposições diretas. Os enunciados implícitos são usos essencialmente indiretos da língua. O(a) interlocutor(a) tem que inferir para descobrir qual foi, de fato, a intenção do(a) falante. São estratégias implícitas: o uso de metáforas, a ironia, as questões retóricas, as evasivas. Os provérbios incluem-se nessas estratégias, que violam as máximas conversacionais de Grice provocando implicaturas ou gatilhos de inferências. Contudo, o(a) falante sempre sinaliza para o(a) interlocutor(a) que inferência deve ser feita. Em outras palavras, os atos de fala são indiretos e dependentes da situação de fala ou contexto, gerando as pistas de contextualização ou dicas para que o(a) interlocutor(a) faça inferências.

Do enunciado do provérbio *Quem não chora, não mama*, citado por Taíssa a Thiana, quando essa lhe contou que tivera que insistir dois dias para que a mãe a deixasse viajar, deduz-se que mamar é uma conseqüência de chorar e que o significado não-literal do provérbio é *quem não insiste, não consegue o que quer*.

4.8 Os provérbios como itens emoldurados (*frame*) pela troca de código (*code-switching*)

Quando citamos um provérbio, ocorre uma troca de código (*code-switching*) junto a um diferente conjunto de expectativas do que havia

até então na conversação. Essa mudança de código, que ocorre com a citação do provérbio, não se restringe à citação de uma expressão diferente: possui uma moldura (*frame*) diferente. A construção proverbial leva-nos a uma mudança radical no modo de interpretar e impõe-nos a dedução do significado do item emoldurado. A troca para o provérbio leva-nos a focalizar, concomitantemente, tanto no estilo da mensagem como na mensagem em si, invocando a nossa competência comunicativa. O(a) interlocutor(a) tem que efetuar uma transferência no processo de interpretação dos provérbios, em um dado contexto e em cada caso, uma vez que o provérbio é sempre usado, interpretado e transmitido como texto-citação.

Geralmente, na conversação, operacionalizamos sob a ficção de que focalizaremos quase que exclusivamente a dimensão da essência do que está sendo discutido. A troca para o provérbio muda essa convenção, levando-nos a focalizar, concomitantemente, tanto no estilo da mensagem como na mensagem em si, invocando a nossa competência comunicativa. A ótica de que os provérbios são unidades mínimas envolvidas nas interações do dia-a-dia corrobora a teoria de que são estratégias conversacionais.

4.9 Os provérbios como estratégias conversacionais

Os provérbios são cultura eminentemente oral, transmitida boca-a-boca, geração a geração – de natureza conversacional, portanto. Têm estado envolvidos em várias das mais importantes áreas de discussão, apoiados no conhecimento tradicional, personificados no cerne da sabedoria popular. Mas essa sabedoria tem sido confundida com verdade absoluta. Tem-se a idéia de que um provérbio possui apenas um significado, que é uma verdade transcendental que subjaz além do comportamento atual, em um processo contínuo entre dois ou mais seres que se comunicam. Todavia, o que muitos provérbios sugerem pode ser contrariado por provérbios antagônicos, como *Faltando familiaridade, falta amizade; Acaba a amizade, quando começa a familiaridade*. Assim sendo, compreende-se que, na discussão, os provérbios são estratégias pelas quais os indivíduos tentam perseguir uma direção de argumento.

A utilização de um provérbio em um contexto constitui um ato de referência e propõe que uma das funções implícitas nos provérbios é a função de citação. Greimas (1960: 56) fala a respeito de um código particular. Entende os provérbios como formas finitas integrantes de um sistema de significação fechado, propondo, para o seu estudo, uma descrição do plano do significante como o caminho para explicar as configurações do significado. E escreve: “Temos a impressão de que o locutor abandona voluntariamente a sua voz e se apropria de uma outra para proferir um segmento da palavra que não lhe pertence, que ele apenas cita.”¹. A função de citação está ligada ao caráter metalingüístico do provérbio – como algo que é alheio, como o que se diz em língua estrangeira, evidenciado pela entonação no texto como em um metanível.

É essencial para o estudo dos provérbios que o dado seja contextualizado. A função de uma parêmia não pode ser apreendida meramente pela tradução literal do seu enunciado, tampouco pela livre versão das palavras que integram o seu enunciado. A função de um provérbio é esclarecida, quando o enunciado proverbial vem acompanhado da situação social, do contexto em que ele foi empregado: a razão para o seu uso, o seu efeito e o seu significado na interação.

A aproximação das dimensões positiva e negativa de uma situação-problema pessoal, nomeada pelo provérbio, dá-nos algumas indicações de como a citação empregada na interação permanece uma estratégia significante no nosso sistema de comunicação. Um provérbio personifica uma mensagem social, muitas vezes com mais de um significado. Ao nomear um problema recorrente, um provérbio sugere soluções sob negociação.

Mesmo em um contexto em que argumentos personificados na verdade consensual proverbial são encorajados, o provérbio depende de ser empregado apropriadamente para parecer que personifica a sabedoria. Os provérbios são, desse ponto de vista, uma parte do repertório social das estratégias de persuasão disponíveis para aqueles que desejam usá-los de maneira bem-sucedida, como parte de uma discussão na qual o domínio moral está sendo negociado e o falante está tentando afetar a atitude e as futuras ações dos seus interlocutores (ver Abrahams & Babcock-Abrahams, 1975).

Marcuschi (1995a: 2-3), em um estudo sobre a citação de fala na interação verbal como fala idealizada, propõe que “a fala reportada não passa de uma parcela de diálogo construído pelo falante como estratégia discursiva, para o enquadramento da informação, com o objetivo de criar envolvimento e eficácia comunicativa, entre outras coisas”. Procedendo à diferenciação de discurso direto e indireto, manifesta que o discurso direto é a reprodução de discursos prévios, a literalidade do dito. Isto considerado, concluí que a citação de um provérbio dá-se por discurso direto (*oractio recta*), de vez que reproduz literal e fidedignamente uma fala anteriormente citada.

Os provérbios configuram-se como estratégias metaconversacionais, nos sentidos metalingüístico e metacomunicativo. São metalingüísticos, por chamarem a atenção tanto para o seu emprego na língua, como para as palavras que estão sendo usadas. São metacomunicativos, pela sua habilidade de chamar a atenção não-somente para eles mesmos, como unidades emolduradas do comportamento verbal, como também para o problema social, que sugere o seu emprego, e para a relação entre o(a) falante que usa a estratégia e o(a) interlocutor(a) para quem o provérbio é endereçado.

4.10 O provérbio de sentido figurado

Ficou-me evidenciado que os provérbios de sentido figurado trazem metáforas simples, declarações evidentes, como em *Macaco que muito mexe quer chumbo* e *A primeira pancada é que mata a cobra*. O uso da metáfora é mais um modo de estabelecer-se a generalidade das regras que subjazem aos provérbios. A metáfora é também uma maneira de estabelecer-se o caráter de afirmação geral de uma emissão proverbial, só refutável por um provérbio antagônico, como *Antes só que mal acompanhado, Ruim com ele, pior sem ele*.

As metáforas nos provérbios fazem parte da vida do dia-a-dia da população rural – muitas delas nem mesmo referem-se a uma cultura específica, de uma determinada comunidade de fala. Por isso, a parte central do vocabulário de uma comunidade, a ancestral, é a mais usada, e

o empréstimo de palavras mais novas do que as do século XIX dificilmente é neles encontrado (ver Holbeck, 1970). O estilo dos provérbios não difere do discurso dos falantes de uma comunidade, especialmente a rural.

O sentido figurado dos provérbios depreende-se no contexto em que são citados e a sua finalidade é sintetizar uma situação, retratá-la e dar-lhe uma essência, quando se emite um julgamento. Por exemplo, *Mais vale um pássaro na mão que dois voando* pode referir-se ao fato de ser melhor ter-se um emprego certo do que dois incertos; ser melhor possuir-se pouco dinheiro em vez de jogá-lo na loteria esperando aumentá-lo e perdê-lo, e assim por diante. Assim, em um dado contexto, em que a referência foi fixada, o provérbio citado será a síntese do julgamento pessoal do falante sobre algo, ou alguém, ou uma dada situação. Nesses termos, deve-se pensar nos provérbios metafóricos como uma predicação referente a algo, a alguém, ou a uma situação.

4.11 Pseudoprovérbios

Quando um dado enunciado é moldado em uma das formas proverbiais, pode ocorrer um falso reconhecimento. Todavia, se um falante citar um pseudoprovérbio, como *A vida é como a cebola, se descasca chorando*, se tal citação funcionar como provérbio no contexto interacional, não é importante se se trata ou não de um falso provérbio. A mesma coisa pode acontecer quando alguém ouve um provérbio pela primeira vez. Pelo padrão proverbial, o(a) ouvinte percebe que o que ele(a) está ouvindo é uma parêmia e assume o enunciado, por associação. A proliferação de certas famílias de provérbios deriva desses tipos de processos cognitivos, que facilitam a aceitação pelo(a) ouvinte de provérbios que não lhe são familiares e encorajam a invenção de novos adágios, ou variantes dos existentes (ver Arora 1995). Vários pseudoprovérbios foram-me citados por informantes. Apesar de os enunciados estarem em estilo proverbial, de pronto eu os reconheci como pseudoprovérbios, em razão de o seu conteúdo e por estar claro que as afirmações não são tradicionais, mas atuais.

Um dos maiores indicadores de proverbialidade é a metáfora, que sempre provoca uma implicatura conversacional, colocando o provérbio

fora do contexto. A metáfora é pois um marcador semântico-proverbial, porque estamos acostumados a associar os provérbios a metáforas e, de fato, a maioria dos provérbios é metafórica. Mesmo quando os provérbios são literais, geralmente possuem o efeito de uma metáfora, ao predicar uma situação.

4.12 A retomada de provérbios

Há uma tendência internacional, especialmente no Brasil, a revisitar-se provérbios, sobretudo para deles fazer-se um uso lúdico. Na sociedade brasileira, para *Depois da tempestade vem a bonança* ouve-se *Depois da tempestade vem o lamaçal*; *Quem espera sempre alcança* tornou-se *Quem espera desespera*; *Não há mal que sempre dure, nem bem que nunca se acabe* foi metamorfoseado em *Não há mal que sempre dure, nem mal que sempre se ature*, e assim por diante. Em uma referência a políticos brasileiros, *Antes só do que mal acompanhado* foi transformado para *Antes só do que Malan² acompanhado*, por estudantes de economia da Universidade de Brasília, que também tomaram *De grão em grão, a galinha enche o papo* para *De Fernando em Fernando, o Brasil vai se afundando³*.

Para a prática de revisitar provérbios, Gréssillon & Maingueneau (1994) propõem o termo *détournement*, que traduzo como *retomada*, propondo-o para o português do Brasil. A retomada é um precedente discursivo, que consiste em produzir um enunciado com as mesmas marcas lingüísticas de uma enunciação proverbial, mas que não faz parte do estoque de provérbios tradicionais conhecidos. Os autores pontuam que essa prática é feita sob dois regimes diferentes: *retomada lúdica*, referente ao jogo de palavras, à brincadeira, e *retomada militante*, que visa a colocar o enunciado proverbial, que é dotado de autoridade, a serviço de interesses de diversas ordens, como de uma ideologia, da política, etc. São exemplos de retomadas: *A cavalo comprado se olha tudo*; *A cavalo dado não se olha o dente nem se cheira o hálito*; *A cavalo roubado se espera que ele corra muito do dono*; *A grandes males, remédios ótimos*; *Bom camelo não bebe*; *Com bêbado e com leão não se discute*; *De galinha em galinha o cozinheiro enche a pança*; *De médico, professor, poeta e louco todos nós temos alguém na família*; *Dor de dente em boca alheia não dói nada, mesmo cheia*;

Em casa de carpinteiro o espeto é de ferro; Em terras de surdos os cegos são mudos; Mais vale uma mão do que três cotovelos; Nunca deixe para amanhã o que você pode fazer depois de amanhã; Quem conta um conto contou o cruzeiro, o cruzado e o real; Quem madruga dorme cedo; Quem não vai ao sol não descasca; Quem sai aos seus não sai aos meus; Quem semeia vento não colhe coisa nenhuma.

4.13 Os provérbios como textos

Os provérbios ocorrem em grandes textos, como, por exemplo, conversações do dia-a-dia, editoriais de jornais e sermões. Podem ocorrer, outrossim, como textos completos, em slogans, inscrições em edificações, acompanhando figuras em cartuns, etc.

O provérbio é sintaticamente autônomo, pois irrompe no discurso em forma canônica, cristalizada, fixa, congelada, petrificada, como uma sentença independente e de sentido completo, um texto completo nele mesmo, integrando-se ao contexto (ver Arnaud & Moon, 1993). O provérbio é, ainda, discursivamente autônomo: a sua irrupção no discurso independe de uma mudança de tópico conversacional e, fora do discurso, possui um valor de verdade consensual geral.

Devido à natureza do seu enunciado – termos vagos, genéricos, conteúdo aparentemente verdadeiro, significação metafórica – e da sua coerência textual específica, o provérbio apresenta-se como um tipo de texto autônomo e singularmente flexível quanto às suas contextualizações (ver Schmidt-Radefelt, 1994).

4.14 O poder nos provérbios

Nos provérbios está contido um poder social, que ameaça os indivíduos. A qualidade de encaixe do provérbio na conversação dá ao provérbio um sentido de poder, por embuti-lo em um cenário dramático preexistente: caso o(a) interlocutor(a) não acate a recomendação contida no provérbio, caso não aja do modo como a experiência ancestral determina, talvez acabe por arcar com as conseqüências prenunciadas pelo adágio (ver Arewa & Dundes, 1964; Holbeck, 1970; Abrahams & Babcock-Abrahams, 1975).

4.15 Os provérbios veiculam uma ideologia social

A autoria dos provérbios é da comunidade lingüística e cultural, que veicula, por meio deles, uma experiência coletiva, um saber coletivo ou uma ideologia social.

5. Considerações finais

5.1 As asserções postuladas

Para alcançar o objetivo de verificar, em um estudo sincrônico, quais os padrões de uso de provérbios na sociedade brasileira, propus-me testar três hipóteses. A análise empírica dos dados coletados levou-me a corroborar as três asserções postuladas.

5.1.1 Hipótese 1

Os provérbios são utilizados no processo interacional e estabelecem um enquadre normativo, no qual o(a) falante assume ascendência sobre o(a) interlocutor(a). Tal ascendência decorre da tradicionalidade e da carga didática inerentes aos provérbios.

O estudo do uso de provérbios por meio de situações conversacionais revelou-me que, ao citar um provérbio, o(a) falante sinaliza com um significado interacional, com a intenção de funcionar como conselheiro(a) ou professor(a) do(a) seu(sua) ouvinte. Com uma citação proverbial, o(a) falante demonstra que possui o direito de aconselhar e ou advertir o(a) seu(sua) interlocutor(a), ou ao menos que, naquele relacionamento, está em condição de igualdade com ele(a), ou, ainda mesmo que momentaneamente, está-lhe em posição assimétrica superior, pela posse da verdade ancestral consensual. Os provérbios são citados como papéis avaliativos do comportamento e, por isso, possuem teor didático. É característico do discurso didático dar instruções, dizer como as coisas devem ser feitas.

Todas as situações conversacionais revelaram que, mesmo quando a relação entre os interagentes é simétrica, no momento em que o(a) falante cita

um provérbio passa a uma posição normativa, de ascendência sobre os seus interlocutores. A função precípua da citação de um provérbio é a didática, normativa, ligada à argumentação. Todas as análises ratificam essa asserção.

5.1.2 Hipótese 2

A função persuasiva é própria da enunciação de um provérbio e um componente de formação do referido enquadre.

A função persuasiva é própria da enunciação de um provérbio e um componente de formação do referido enquadre, como demonstram todas as análises. As interações face-a-face evidenciaram-me que a primeira intenção do(a) falante ao citar um provérbio é persuadir o(a) seu(sua) interlocutor(a) da situação que o enunciado proverbial nomeia. O caráter didático e o caráter de tradicionalidade estão embutidos nas parênticas.

Os provérbios são atos de citação, cotados socialmente. Como itens citados de um repertório comum, os provérbios carregam a força da sabedoria testada pelo tempo e trazem no seu bojo o sentido didático. Dessa forma, na conversação, o(a) falante impõe a sua autoridade sobre o(a) interlocutor(a).

O caráter de tradicionalidade dos provérbios traduz-se em caráter de autoridade. O peso da tradição da verdade consensual geral inculca autoridade na emissão dos provérbios e, por isso, os ouvintes tendem a reagir aos enunciados proverbiais como se eles fossem asserções irrefutáveis. Por exemplo, o provérbio *É melhor prevenir do que remediar*, que parece carregar uma força semelhante a uma verdade imperativa como *Pense bem antes de agir*. O provérbio bíblico (atribuído ao rei Salomão) “Se a palavra vale prata, o silêncio vale ouro” pode expressar o mesmo significado pragmático que *Por favor, fique quieto*, ou *Fale pouco* ou, ainda, *Cale-se*. A tradicionalidade, o uso repetido do provérbio é, portanto, responsável pelo caráter didático e pelo caráter de autoridade contidos nos provérbios.

A citação de um provérbio sempre gera um enquadre (*frame*) normativo-persuasivo. As situações conversacionais respaldam-me a afirmação de que os provérbios possuem uma arquifunção: a função didático-persuasiva.

5.1.3 Hipótese 3

Os provérbios são utilizados pelo(a) falante no trabalho da preservação das faces, com o objetivo de justificar as suas crenças e atitudes.

As situações interacionais revelaram-me que os brasileiros utilizam provérbios como uma estratégia para a preservação da sua face interna (a preservação do território íntimo da pessoa e da liberdade contra a imposição) e da sua face externa (auto-imagem positiva ou personalidade reivindicada pelos interagentes), das faces do(a) interlocutor(a) e da face da interação.

Os resultados das análises tornam-me lícito asseverar que a intenção do(a) falante brasileiro(a) ao citar o provérbio é, geralmente, no sentido de argumentar de modo a justificar as suas crenças e atitudes e funcionar como agente normativo em uma determinada atividade de fala. A destreza do(a) brasileiro(a) em usar o provérbio certo, no momento certo, evidenciou-me a motivação interna do(a) falante para com o tópico em pauta.

5.2 Padrões de uso de provérbios na sociedade brasileira

Foram analisadas vinte e nove interações, a mim relatadas por sujeitos da pesquisa, ou a que assisti, em que foram citados trinta e cinco provérbios, três frases feitas e duas superstições. As análises empíricas das situações interacionais demonstraram-me, por amostragem, que os brasileiros, além de utilizar os provérbios com sentido didático-persuasivo e para o trabalho de preservação das faces, usam-nos como estratégias interacionais, para: aconselhar o(a) interlocutor(a); admoestar o(a) interlocutor(a); angariar apoio do(a) interlocutor(a); consolar-se; avaliar uma situação; consolar o(a) interlocutor(a); disfarçar os seus verdadeiros sentimentos; endossar a opinião do(a) interlocutor(a); expressar solidariedade ao(à) interlocutor(a); impor autoridade; intimidar o(a) interlocutor(a); mitigar um ato de ameaça à face cometido; persuadir o(a) interlocutor(a) a mudar de opinião; preservar a face da interação; preservar a face do(a) falante; preservar a face do(a) interlocutor(a); reforçar a auto-argumentação, resolver conflitos e tranquilizar o(a) interlocutor(a).

Referências bibliográficas

- Abrahams, R. D. & Babcock-Abrahams, B. A sociolinguistic approach to proverbs. *Midwestern Journal of Language and Folklore*, 1: 60-64, Austin: The University of Texas, 1975.
- Abrahams, R. D. A rhetoric of everyday life: traditional conversational genres. *Southern Folklore Quarterly*, 32: 44-59, 1968.
- Abrahams, R. D. Proverbs and proverbial expressions. In: Dorson, R. M. (ed.) *Folklore and folklife*. Chicago: University of Chicago Press, 1962, pp. 117-127.
- Abrahams, R. D. The complex relations of simple forms. *Genre*, 2: 104-128, 1969.
- Albig, W. Proverbs and social control. *Sociology and Social Research*, 15: 528, 1931.
- Arewa, E. O. & Dundes, A. Proverbs and the ethnography of speaking folklore. *American Anthropologist*, 66(6): 70-85, Part 2, 1964.
- Arnaud, P. & Moon, R. Fréquence et emploi des proverbes anglais et français. In: Chapitrein, J. L. & Plantin, C. (orgs.) *Lieux communs, topoi, stéréotypes, clichés*. Paris: Kimé, 1993, pp. 322-341.
- Arora, S. L. The perception of proverbiality. In: Flonta, T. (ed.) *De Proverbio: an Electronic Journal of International Proverb Studies*. URL: <<http://info.utas.edu.au/docs/flonta/>>, 1(1), 1995.
- Austin, J. L. *Quando dizer é fazer: palavras e ação*. Trad. D. M. de Souza Filho. Porto Alegre: Artes Médicas, 1990.
- Barley, N. A structural approach to the proverb and maxim with special reference to the Anglo-Saxon corpus. *Proverbium*, 20: 737-750, 1972.
- Barley, N. Structural aspects of the Anglo-Saxon riddle. *Semiotica*, 10: 143-175, 1974b.
- Barley, N. The proverb and related problems of genre-definition. *Proverbium*, 23: 880-884, 1974a.
- Barthes, R. *Mitologias*. 7ª ed. São Paulo: Difel, 1987.
- Bascom, W. R. Stylistic features of proverbs, a comment. *I Journal of American Folklore*, 78:69, 1975.
- Bascom, W. R. Stylistic features of proverbs, a comment. *Journal of American Folklore*, 78: 69, 1965.

- Bonser, S. Proverb literature. *Folk-Lore Society*, LXXXIX: 21-37, 1930.
- Brown, P. & Levinson, S. Universals in language usage: politeness phenomena. In: Goody, E. N. (ed.) *Questions and politeness – Strategies in social interaction*. Cambridge: Cambridge University Press, 1978, pp. 56-324.
- Buridant, C. Nature et fonction des proverbes dans les Jeux-Partis. *Revue des Sciences Humaines*, XLI (163): 378-418, 1976.
- Cerquiglini, J. & Cerquiglini, B. L'écriture proverbiale. *Revue des Sciences Humaines*, XLI (163): 18-36, 1976.
- Coppens d'Eeckenbrugge, M. Petits proverbes, grands effects... De l'usage des proverbes dans la publicité contemporaine. In: Gertrud Greciano (ed.): *Europhras* 88. Phraséologie contrastive. Acts du colloque international, 12-16 mai 1988, Klingenthal/Strasbourg. Strasbourg: Université des Sciences Humaines, Département d'Etudes Allemandes, 1988, pp. 51-63.
- Drew, P. & Heritage, J. Analysing talk at work: an introduction. In: Drew, P. & Heritage, J. *Talk at work: interaction in institutional settings*. Cambridge: Cambridge University Press, 1992, pp. 3-65.
- Dubois, J. & Giacomo, M. & Guespin, L. & Marcellesi, C. & Marcellesi, J. B. & Mevel, J. P. *Dicionário de lingüística*. São Paulo: Cultrix, 1993.
- Erickson, F. Qualitative methods. In: *Research in Teaching and Learning*, Vol. 2. New York: Macmillan Publishing Company, 1990, pp. 75-194.
- F., E. John Gumperz and interational sociolinguistics – intentionality, interpretation and social meaning. In: Figueroa, E. *Sociolinguistic metatheory*. New York: Elsevier, 1994, pp. 111-142.
- Fillmore, C. Pragmatics and the description of discourse. In: Cole, P. (ed.) *Radical pragmatics*. New York: Academic Press, 1981, pp. 143-166.
- Firth, R. Proverbs in native life, with special reference to those of the Maori. *Folklore*, 37: 134-153 & 245-270, 1926.
- Goffman, E. On face work: an analysis of ritual elements in social interaction. In: Laver, J. & Hutcheson, S. (eds.). *Communication in face-to-face interaction*. Harmondsworth: Penguin, 1972a, pp. 319-346.
- Goffman, E. Footing. In: Laver, J. & Hutcheson, S. (eds.) *Communication in face-to-face interaction*. Harmondsworth: Penguin, 1972b, pp. 124-159.

- Goffman, E. *Frame analysis*. New York: Harper and Row, 1974.
- Goffman, E. Alienation from interaction. In: Laver, J. & Hutcheson, S. (eds.) *Communication in face-to-face interaction*. Harmondsworth: Penguin, 1976a, pp. 347-363.
- Goffman, E. Replies and responses. In: Laver, J. & Hutcheson, S. (eds.) *Communication in face-to-face interaction*. Harmondsworth: Penguin, 1976b, pp. 5-75.
- Goffman, E. *A representação da vida cotidiana*. 3ª. ed. Petrópolis: Vozes, 1985.
- Goodwin, C. & Duranti, M. H. Rethinking context: an introduction. In: Duranti, A. e Goodwin, C. (eds.): *Rethinking context: language as an interactive phenomenon*. Cambridge, Cambridge University Press, 1992.
- Green, G. M. Nonsense and reference; or the conversational use of proverbs. In: *Papers from the Eleventh Regional Meeting of the Chicago Linguistic Society*, 1975, pp. 226-239.
- Greimas, A. J. Idiotismes, proverbes et dictons. *Cahiers de Lexicologie*, 2: 41-62, 1960.
- Gréssillon, A. & Maingueneau, D. Poliphonie, proverbe et détournement ou Un proverbe peut en cacher un autre. *Langages*, 73: 112-125, 1994.
- Grice, P. Logic and conversation. In: Cole, P. & Morgan, J. L. (eds.). *Syntax and semantics*. Vol. 3. *Speech acts*. New York, San Francisco, London: Academic Press, 1975, pp. 41-78.
- Gumperz, J. & Hymes, D. The ethnography of communication. *American Anthropologist*, 66: 46-61, 1964.
- Gumperz, J. & Hymes, D. *Directions in sociolinguistics: the ethnography of speaking*. New York: Holt & Reinhart & Winston, 1972.
- Gumperz, J. Contextualization and understanding. In: Duranti, A. e Goodwin, C. (eds.): *Rethinking context: language as an interactive phenomenon*. Cambridge, Cambridge University Press, 1992, pp. 229-252.
- Gumperz, J. *Discourse strategies*. Cambridge: Cambridge University Press, 1982.
- Hammersley, M. e Atkinson, P. *Ethnography: principles in practice*. London: Routledge, 1983.
- Hoffman, R. R. & Honeck, R. P. Proverbs, pragmatics, and the ecology of abstract categories. In: *The psychology of metaphoric transformations*.

- Norwood, NJ: Ablex Publishing Company, 1985, pp. 27-33.
- Holbek, B. Proverb style. *Proverbium*, 15: 54-56, 1970.
- Honeck, R. P. Proverbs, meaning, and group structure. In: Honeck, R. P. & Hoffmann, R. R. (eds.) *Cognition and figurative language*. Hillsdale, NJ: Erlbaum. 1980, pp. 127-161.
- Hymes, D. On communicative competence. In: Hymes, D. *Foundations in sociolinguistics: an ethnographic approach*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 1974, pp. 269-293.
- Hymes, D. The ethnography of speaking. In: Gladwin e Stutevant (eds.) *Anthropology and human behavior*. Washington, D. C.: Anthropological Society of Washington, 1961, pp. 99-138.
- Hymes, D. Toward ethnographies of communication. In: Hymes, D. *Foundations in sociolinguistics: an ethnographic approach*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press, pp. 3-28.
- Hymes, D. Ways of speaking. In: Bauman, R. & Sherzer, J. (eds.) *Explorations in the ethnography of speaking*. New York: Cambridge University Press, 1977, pp. 433-475.
- Hymes, D. *On communicative competence*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 1971, pp. 269-293.
- Kindell, G. T. *Guia de análise fonológica*. Brasília, Summer Institute of Linguistics, 1981.
- Kleiber, G. Sur la définition du proverbe. In: Gréciano, G. (ed.), *Europhras* 88: 233-252. Phraséologie contrastive, Acts du Colloque International, 12-16 mai, Klingenthal/Strasbourg, Strasbourg: Université des Sciences Humaines, Département d'Etudes Allemandes, 1988.
- Koch, I. G. V. & Silva, M. C. P. de S. A dimensão ilocutória. In: Castilho, A. T. (org.) *Gramática do português falado*. Vol. III. Campinas: FAPESP, 1993, pp. 19-30.
- Koch, I. G. V. *A inter-ação pela linguagem*. 2ª ed. São Paulo: Contexto, 1995.
- La Rochefoucauld, F. D. de. *Reflexões, sentenças e máximas morais*. Rio de Janeiro: Garnier, 1923.
- Leech, G. N. *Principles of pragmatics*. London, New York: Longman, 1983.
- Levinson, S. C. Activity types and language. In: *Analysing talk at work: an introduction to talk at work*. Cambridge: Cambridge University Press, 1992, pp. 66-102.

- Levinson, S. C. *Pragmatics*. Cambridge: Cambridge University Press, 1983.
- Marcuschi, L. A. *Análise da conversação*. São Paulo: Ática, 1986.
- Marcuschi, L. A. Contextualização e explicitude na relação entre fala e escrita. Texto da conferência apresentada no I Encontro Nacional sobre Língua Falada e Ensino, na Universidade Federal de Alagoas (UFAL), Maceió, AL, 14-18 de março, 1994a, mimeo.
- Marcuschi, L. A. O tratamento da oralidade no ensino da língua. *In*: Programa de Pós-Graduação em Letras e Linguística, Universidade de Pernambuco, Recife, 1994b, mimeo.
- Marcuschi, L. A. Oralidade e escrita. Texto da conferência pronunciada no I Colóquio Franco-Brasileiro sobre Linguagem e Educação, na Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), Natal, 26-28 de junho de 1995: (1995a), mimeo.
- Marcuschi, L. A. Citação de fala na interação verbal como fala realizada. Texto final da comunicação feita no I Colóquio de Analistas do Discurso, Caracas, fevereiro de 1995, (1995b) mimeo.
- Meleuc, S. Structure de la maxime. *Langages*, 13: 14-31, 1969.
- Mieder, B. & Mieder, W. Tradition and innovation: proverbs in advertising. *Journal of Popular Culture*, 11: 309-319, 1977.
- Mieder, W. Proverbial slogans are the name of the game. *Kentucky Folklore Record*, 24: 49-53, 1978.
- Milner, G. B. What is a proverb? *New Society*, 332: 199-202, 1969.
- Mota, L. *Adagiário brasileiro*. 2ª ed., Edição Comemorativa do Centenário do Autor. Fortaleza, CE: Divisão de Mecanografia do Banco do Nordeste do Brasil, 1991.
- Quasthoff, U. The uses of stereotype in everyday argument. *Journal of Pragmatics*, 2: 1-48 North-Holland Publishing Company, 1978.
- Rezende, A. *Phrases e curiosidades latinas: colecionadas por Arthur Rezende*. 5ª ed. Rio de Janeiro: Serviço Gráfico do IBGE, 1955.
- Ribeiro, B. T. Analysing discourse: frame and choice coherence. *In*: Ribeiro, B.T. *Coherence in psychotic discourse*. New York, Oxford, Oxford University Press, 1994, pp. 49-76.
- Russomano, V. *Adagiário gaúcho*. Porto Alegre: Livraria do Globo, 1938.
- Saville-Troike, M. *The ethnography of communication: an introduction*. Oxford: Basil Blackwell, 1982.
- Schiffrin, D. *Approaches to discourse*. Cambridge: Blackwell Publishers, 1994.

- Schmidt-Radefelt, J. Descrição semântica e funções semanfóricas do provérbio. In: Herculano, J. G. & Schmidt-Radefelt, J. (orgs.) *Estudos de lingüística portuguesa*. Coleção Lingüística, Vol. I. Coimbra: Editora Coimbra, 1994, pp. 213-235.
- Searle, J. R. Indirect speech acts. In: Cole, P. & Morgan, J. L. (eds.) *Syntax and Semantics*. Vol. 3. *Speech acts*. New York, San Francisco, London: Academic Press, 1975, pp. 59-82.
- Searle, J. R. *Os actos de fala*. Coimbra: Almedina, 1981.
- Taylor, A. & Whiting, B. J. & Bradley, F. & Jente. R. & Tilley. M. P. The study of proverbs. *Modern Language Forum*, 24: 57-83, 1939 (Reprinted from Wolfgang M. (ed.) *Selected writings on proverbs*. Helsinki: Archer Taylor, Suomalainen Tiedeakatemia, 1975a, pp. 40-67).
- Taylor, A. Problems in the study of proverbs. *Journal of American Folklore*, Vol. 47, 183: 1-21, 1934.
- Taylor, A. The origins of the proverb. In: Flonta, T. (ed.) *De proverbio, an electronic journal of international proverb studies*. University of Tasmania, Australia. URL: <<http://info.utas.edu.au/docs/flonta>>, 2 (1), 1996.
- Taylor, A. & Whiting, B. J. & Bradley, F., Jente, R. & Tilley, M. P. The study of proverbs. *Modern Language Forum*, 24: 57-83, 1939. (Reprinted in Taylor 1975b, pp. 40-67).
- Taylor, A. Problems in the study of proverbs. *Journal of American Folklore*, 47 (183): 1-21, 1934. (Reprinted from Mieder, W (ed.). *Selected writings on proverbs*. Helsinki: Archer Taylor, Suomalainen Tiedeakatemia, 1975c, pp. 15-39).
- Theveau, P. & Lecomte, J. *Vocabulaire pratique de la littérature*. Paris: Classique Roudil, 1968.
- Varrón. *De lingua latina*. Madrid: MEC-Antrophos, VII, 31, 1990.
- Vellasco, A. M. de M. S. Coletânea de provérbios e outras expressões populares brasileiras. In: Flonta, T. (ed.) *Journal Eletronic De Proverbio, an Electronic Book Publisher*, University of Tasmania, Austrália, Internet, URL: <http://info.utas.edu.au/docs/flonta/DPbooks>, ISBN 1 875943 09 9, maio, 1996a.
- Vellasco, A. M. de M. S. *Um estudo dos padrões de uso de provérbios na sociedade brasileira*. Brasília, DF, Universidade de Brasília, dissertação de mestrado inédita, 1996b.
- Vellasco, A. M. de M. S. A modalidade de discurso em uma lista de

- discussões da Internet: oral ou escrita? *Lusorama*, 37: 6-39, 1998.
- Velasco, A. M. de M. S. O tipo de modalidade de discurso em uma lista de discussões de brasileiros na Internet. *Cadernos de Linguagem e Sociedade (Papers in Language and Society, International Journal about the Study of Discourse and Text in their Sociohistorical Context)*, 3 (2): 101-143, 1999.
- Velasco, A. M. de M. S. O uso de provérbios na sociedade brasileira: uma análise sociolinguístico-interacional. In: Gärtner, E. & Hundt, C. & Schönberger, A. (eds.) *Estudos de lingüística textual do português*. Frankfurt am Main, Alemanha: TFM, 2000a, pp. 267- 313.
- Velasco, A. M. de M. S. & Magalhães-Almeida, C. O falar candango: versão preliminar da linguagem dos jovens candangos em uma abordagem semântico-lexical. In: Große, S. & Zimmermann, K. (eds.) *O português brasileiro: pesquisas e projetos*. Frankfurt am Main, Alemanha: TFM, 2000b, pp. 297-315.
- Whiting, B. J. The nature of proverb. *Harvard University Studies and Notes in Philology and Literature*, 13: 273-307, 1932.
- Zolkovskij, A. K. At the intersection of linguistics, paremiology and poetics: on the literary structure of proverbs. *Poetics*, 7: 309-332, North-Holland Publishing Company, 1978.

Notas

- ¹ “On a l’impression que le locuteur abandonne volontairement sa voix et en emprunte une autre pour proférer un segment de la parole qui ne lui appartient pas en propre, qu’il ne fait que citer.” (Tradução minha)
- ² Ministro da Economia do Brasil, na ocasião.
- ³ Referência aos presidentes do Brasil:* Fernando Collor e Fernando Henrique Cardoso.