

O DISCURSO E CONSTRUÇÃO SOCIAL DA IDENTIDADE DO MENDIGO

Virginia Maria Nuss¹

Resumo: Este artigo tem como objetivo apresentar uma análise sobre a construção identitária do sujeito mendigo por meio do discurso. A teoria que respalda este trabalho é a teoria da Análise Crítica do Discurso (ACD). Para isso foram verificados discursos veiculados em campanhas realizadas em prol do mendigo por diferentes instituições não governamentais, as quais são compostas por textos verbo-visuais. As análises abordam tanto o material linguístico quanto o imagético. Os resultados obtidos foram de que os mendigos recebem uma construção discursiva oriunda de uma cultura que exclui este tipo de sujeito da sociedade, mesmo quando há a tentativa de ajudá-lo, resultando em uma imagem negativa do mendigo pela sociedade. Já a imagem que o mendigo constrói de si pode coincidir ou não com a imagem que a sociedade, dependendo da situação na qual o mendigo se encontra, e da forma como ele se posiciona discursivamente, visando construir uma imagem de si para o outro, a fim de obter algo.

Palavras-chave: Mendigo. Análise crítica do discurso. Construção identitária.

THE DISCOURSE AND SOCIAL CONSTRUCTION OF IDENTITY OF THE BEGGAR

Abstract: This article has as objective to present a review on the subject's identity construction beggar through the discourse. The theory that supports this

¹ Mestranda do Programa de Pós-graduação em Letras (PLE) / UEM (programa conceito 5 no CAPES). Linha de pesquisa: descrição linguística. Endereço eletrônico: virnuss@hotmail.com.

works is the theory of the critical analysis of the Discourse (CAD). For this reason were verified discourses conveyed in campaigns carried out in favor of the beggar by different non-governmental institutions, which are composed of texts verb-visual. The analyzes addressing both the linguistic material as the imaging. The results obtained were that the beggars receive a discursive construction come from a culture which excludes this type of subject of society, even when there is an attempt to help it, resulting in a negative image of the beggar by society. Already the image that the beggar builds of si can match or not with the image that society, depending upon the situation in which the beggar is, and how it positions itself discursively, seeking to build an image of himself to the other, for the purpose of obtain something.

Key-words: Beggar. Critical analysis of the discourse. Identity construction.

Introdução

Vivemos em mundo globalizado, em que informações são transmitidas em tempo recorde, e, muitas vezes, a transmissão de uma informação acontece concomitantemente ao fato. Diante de tanta informação veiculada, de tantos discursos que circulam em os mais diversos meios de comunicação e esferas sociais, muitas vezes somos impelidos por uma gama discursiva da qual, muitas vezes, não nos damos conta. Toda essa multiplicidade de dizeres traspassados ideologicamente que perpassam no meio social por meio de discursos já existentes visa à criação de novos discursos, muitas vezes se construindo de forma a corroborar os anteriores. Há os discursos e as informações que se destinam a determinadas classes sociais e culturais, e aí fica clara a distinção entre diversos assuntos, classes sociais, culturais, faixas etárias, ideologias cotidianas, etc. São estes critérios, muitas

vezes, determinantes sobre a forma como determinada informação será veiculada discursivamente pela mídia.

Neste trabalho, objetivamos abordar a forma como as informações veiculadas sobre os mendigos — em jornais, reportagens, campanhas publicitárias, etc. criam uma identidade de mão dupla, ou seja, temos a identidade que o mendigo tem de si enquanto sujeito social, e temos a identidade que é construída do mendigo, por meio de campanhas publicitárias e propagandas. Com base na proposta da análise do discurso e da análise crítica do discurso, serão abordadas algumas questões acerca da temática da identidade do mendigo.

A construção da identidade

De acordo com Fernandes e Alves (2008) os discursos produzidos em uma sociedade tornam possível a verificação das características atribuídas a grupos sociais, culturais e/ou as pessoas, formando um conceito acerca dos sujeitos assim distribuídos, e imputando-lhes uma identidade que lhes é construída pela própria comunidade à qual pertencem. O sujeito empírico se apropria de uma identidade que lhe é fornecida pelo meio social no qual está inserido, o qual resulta de “um conjunto de práticas associadas ao saber e ao poder”. Assim

diversas são as práticas (ações) e modos de subjetivação que constroem sujeitos com existência singularizada nos grupos que integram. A maneira como vivem e se relacionam na sociedade com os demais grupos define a posição social e uma identidade que lhe é atribuída como sua (Fernandes e Alves, 2008, p. 101).

Todavia, ao criarem-se determinadas identidades, temos, entre os indivíduos que compartilham de “semelhanças identitárias”, a formação de grupos que ao se unirem, auto-

maticamente, excluem os demais. Com isso, conforme Silva (2000), temos um efeito que gera uma ação automática e involuntária, que poderia ser assim exemplificada: ao me considerar parte de um grupo, os demais que não fazem parte desse grupo estão fora dele. Para Silva (2000) a identidade e a diferença caminham juntas, sendo ambas produzidas pelos próprios sujeitos, no contexto de relações culturais e sociais. Dessa forma, a diferença e a identidade são vistas como criações sociais e culturais, e são criadas por meio da linguagem.

Na mesma linha de pensamento de Silva (2000), Pontes (2009, p. 35) destaca que “as identidades são construtos sócio-discursivos”, ressaltando que as identidades sociais geram certa hierarquia social que resulta na atribuição de diferentes classes sociais a indivíduos de uma mesma sociedade, mesmo que, financeiramente, se tenha um poder aquisitivo similar.

A Análise crítica do Discurso, teoria que respalda este trabalho, se situa justamente na verificação das complexas relações entre as estruturas sociais e as discursivas, entendendo que os discursos podem favorecer ou prejudicar determinadas classes por meio da influência que é capaz de exercer, dependendo do lugar de origem de determinados discursos (DIJK, 2011). Cabe destacar ainda que as análises podem ocorrer no nível micro ou macro estrutural, devendo haver uma correlação entre estes dois polos de verificação analítica, sendo que “O uso da linguagem, o discurso, a interação verbal e a comunicação pertencem ao nível micro da ordem social. Poder, dominação e desigualdade entre grupos sociais são termos que normalmente pertencem ao nível macro de análise” (ALVES, 2006, p. 35).

Para Fernandes (2008) “A identidade aparece para o sujeito integrada à de um grupo específico [...] o sujeito está num constante processo de subjetivação que constrói para si

identidades [...]”, e ainda, “Há um conjunto de saberes que envolve desde a relação com o corpo, com a moral e com a ética, a uma relação de poder” (FERNANDES, 2008, p. 102). Assim, temos que o sujeito discursivo se constrói por meio das relações de poder estabelecidas entre os membros de uma sociedade, e expressas por meio da linguagem — seja a linguagem, verbal, corporal, visual. Daí a importância de compreendermos em que implica dizer que as identidades são construtos sociais, que se dão por meio do discurso produzido nestas sociedades. É possível dizer então, que o sujeito mendigo possui sua identidade definida pela própria sociedade na qual convive, e ela lhe proporcionará maior ou menor inclusão, e esta imagem difere conforme as culturas.

Com o intuito de esclarecermos, sucintamente, as diferentes formas de identidades construídas pelas diferentes culturas, destacamos duas imagens, que nomearemos de imagem A e imagem B, sendo a imagem A de uma campanha francesa que visa auxiliar os mendigos, retirando-os da rua, e a imagem B pertence a uma campanha brasileira, que também possui o objetivo de retirar os mendigos da rua, ambas com o intuito de combater a mendicância. Ressaltamos que o foco das observações referentes às imagens está apenas em observar a imagem apresentada do sujeito mendigo em sociedades distintas, por isso não iremos nos ater ao conteúdo linguístico, apenas ao imagético. Observe as imagens a seguir: a primeira veiculada por uma campanha francesa, a outra, por uma campanha brasileira.

Imagem A



Imagem B



Já de início percebemos algumas semelhanças em comum, tanto A como B não divulgam os rostos dos mendigos. Com relação às cores, ambas apresentam o mesmo padrão — cores escuras como preto e cinza, porém estas são as únicas características em comum.

Quanto às diferenças, notamos que na imagem A o mendigo está na rua e dispõe de “certa liberdade”, enquanto na imagem B o mendigo se apresenta atrás de grades como se fosse um criminoso. Outro fator importante é o fato da imagem A apresentar um ambiente iluminado, o que indica que o mendigo ainda tem chance de ser inserido novamente em sociedade, como se houvesse uma luz no fundo do túnel. Na imagem B não se pode dizer a mesma coisa, uma vez que as grades representam uma forma de punição, portanto a punição, aqui, observada é a exclusão social desse cidadão, que é tratado como um ser inferior que deve se manter isolado daqueles que se julgam superiores ou melhores.

Ainda na imagem A, fica nítido como uma mesma identidade pode ser diferente, isto é, mutável, ao observamos atentamente a imagem notamos que, as vestimentas do mendigo francês se diferem do mendigo brasileiro, suas roupas estão limpas e em perfeito estado, na imagem B só identificamos as mãos do mendigo entre as grades. Vale ressaltar que na imagem B a cor vermelha representa perigo, o que dá a entender que o mendigo brasileiro representa um perigo à sociedade.

Os discursos

Nossa sociedade é repleta de identidades. A identidade para A qual chamamos a atenção neste trabalho, é a identidade do mendigo que, na maioria das vezes, é representada pelo sujeito sujo e maltrapilho. Inúmeras campanhas são lançadas todos os meses na tentativa de, aparentemente,

ajudar as pessoas que moram nas ruas. Uma campanha de 2014 que podemos citar como exemplo é a do “cabide solidário”, realizada em algumas cidades do Paraná. Esta campanha possuía o intuito de fornecer agasalhos aos moradores de rua, estes agasalhos e eram deixados pendurados em árvores pela cidade. Os cabides solidários, como são chamados, procuram proporcionar aos moradores de rua um maior conforto nas noites mais frias. Note-se o distanciamento da comunidade com o sujeito mendigo, não há um ponto fixo, um lugar de referência, a entrega não pode ser realizada em mãos, embora o gesto seja muito válido, ainda demonstra a cultura social existente de exclusão em relação ao sujeito mendigo.

Como já apontado, os discursos produzidos acerca de um indivíduo co-participam de um processo de subjetivação e criação de identidade sobre esse sujeito. Ressaltamos aqui, como já apresentado anteriormente, dois discursos existentes, embora não possuam equivalência hierárquica na sociedade, quais seriam: o discurso da sociedade sobre o mendigo, e o discurso do mendigo sobre si mesmo.

Sobre os discursos produzidos pela sociedade a respeito do mendigo, temos que, geralmente, as instituições não governamentais realizam este tipo de iniciativa, isto é, procuram minimizar os problemas sociais, o que demonstra uma concepção favorável ao auxílio de mendigos. Porém, também encontramos, em nosso cotidiano, campanhas de instituições governamentais que apresentam outro tipo de concepção quando abordam essa temática, na qual temos a construção de uma identidade desses sujeitos moradores de ruas colocados como “risco social”. Além disso, nessas campanhas, o estado fala do lugar de quem tem o poder sobre os demais, se eximindo de sua responsabilidade social, jogando-a para a sociedade, ou seja, ele coloca esse problema social dos moradores de rua, que é de responsabilidade do governo, para a sociedade, “culpando” aqueles que dão ajuda aos mo-

radadores de rua, como se os que auxiliam os mendigos por meio de esmolas fossem responsáveis pela continuidade de tal problema; é como se a sociedade “financiasse” tal problema social.

Os problemas sociais que envolvem a mendicância são enfrentados tanto nos grandes centros como também nas regiões menos populosas. Nota-se também que campanhas de instituições religiosas apresentam essa mesma concepção do mendigo como “risco social”, porém de forma “opacizada”. Podemos observar tais construções de identidades nas imagens a seguir (a primeira é da prefeitura de São José do Rio Preto, e a segunda, foi retirada do blog “o fiel católico”):

Imagem 01



Imagem 02



Em contrapartida, a essas identidades construídas dos moradores de rua por instituições governamentais e religiosas nas imagens acima, destacamos a seguir uma campanha não governamental, da ONG “Moradores de rua”, para exemplificar como essa identidade dos mendigos é construída de forma diferente:

Imagem 03



Imagem 04



Observe que a ênfase dada pelas ONGs, apesar de apresentarem os mendigos com vestimentas e condições de higiene precária, priorizam os indivíduos, não se importando com a “aparência” do bairro ou da cidade, mas objetivando auxiliar o mendigo, enquanto pessoa que vive nas ruas e necessita de auxílio. Isso não implica em dizer que a imagem social do mendigo muda de acordo com as instituições, a construção identitária permanece a mesma, o que muda é o foco ao tratamento dado aos moradores de rua.

Acerca do discurso que é construído pela sociedade em relação ao mendigo pudemos observar nas demonstrações anteriores, gostaríamos, entretanto, de chamar a atenção

pelo discurso produzido pelo mendigo, explicitando a identidade que eles constroem de si.

Para Fernandes (2008) “A identidade aparece para o sujeito integrada à de um grupo específico [...] o sujeito está num constante processo de subjetivação que constrói para si identidades [...]”, e ainda, “Há um conjunto de saberes que envolve desde a relação com o corpo, com a moral e com a ética, a uma relação de poder” (FERNANDES, 2008, p. 102). Assim, temos que o sujeito discursivo se constrói por meio das relações de poder estabelecidas entre os membros de uma sociedade, e expressas por meio da linguagem — seja a linguagem, verbal, corporal, visual.

Em sua pesquisa sobre o discurso que o mendigo constrói acerca de si, Fernandes (2008) aponta que o mendigo estabelece uma relação de poder em relação ao outro, em que, por meio da linguagem e expressões corporais, o mendigo exerce influência sobre o outro, conduzindo esse outro a agir a seu favor. Ele apresenta então as seguintes observações em relação à atuação dos mendigos e suas práticas de mendicância, dividindo-os em “grupos” de acordo com determinadas práticas ações e enunciados que apresentam determinadas práticas discursivas, quais seriam:

1. Os que recorrem ao discurso religioso;
2. Os que recorrem a atitudes moralmente apelativas;
3. Os embriagados e drogados;
4. Os que agem como se estivessem trabalhando.

Fernandes (2008) apresenta as diferentes formas discursivas produzidas pelo sujeito mendigo, destacando as diferentes atitudes, linguagem e campo semântico utilizado pelo indivíduo, de forma a agir sobre o outro, estabelecendo, à sua maneira, relações de poder sobre o outro.

Assim, as relações de poder estabelecidas pela linguagem, se apresentam em dois sentidos: (I) da sociedade (representada por instituições governamentais ou não) sobre o mendigo, dizendo o que fazer e como devemos agir em relação aos mendigos; e (II) do mendigo sobre o outro, de forma a conduzir a situação a seu favor.

Com isso fica claro que, conforme as teorias apresentadas pela análise do discurso, a linguagem estabelece relações de poder por meio de discursos produzidos, seja de grupos maiores sobre grupos menores (sociedade favorecida — representada pelas instituições, *versus* sociedade desfavorecida — mais especificamente a classe dos moradores de rua).

As relações de poder

Sobre as relações de poder, ressaltamos os dizeres de Fernandes e Alves (2008) “Foucault (1995) entende as relações de poder como ações que visam conduzir a conduta do outro, e mais, para ele, não podemos falar em relações de poder, mas o que podemos é descrever essas relações.” (Fernandes e Alves, 2008, p. 106). Observamos que “Nas relações humanas, quaisquer que sejam, o poder está sempre presente, há relações de poder em todas as relações entre sujeitos.” (Fernandes e Alves, 2008, p. 106).

Também para Foucault (2009), é pelo sujeito que se inicia e se efetiva o discurso, assim como suas relações de poder, ou seja, o poder, e por extensão o discurso, só funciona no coletivo. As junções de vários indivíduos com um mesmo discurso dão a este discurso poder. Portanto, outro fator importante a se destacar na teoria foucaultiana, é que o poder, não vem do Estado, mas emerge dos indivíduos da sociedade, ou seja, o poder não é imposto, mas é dado, são os próprios indivíduos que possibilitam às esferas maiores da sociedade que estas exerçam poder sobre elas, e todas estas relações são possíveis mediante o discurso.

Tem-se, portanto, que estes discursos que acabam por moldar o pensamento e o comportamento de um povo, sejam de forma consciente ou inconsciente. Pois, embora o poder não tenha sua origem no Estado, e sim nas esferas sociais, são as esferas sociais com maior representatividade que é capaz de exercer relações de poder mais efetivas sobre determinadas camadas da sociedade.

Com isso, pode-se entender que o que define as relações de poder exercidas por meio da linguagem, não são apenas fatores sociais e/ou culturais, mas a capacidade de agir por meio da linguagem que o indivíduo possui. Ou seja, o mendigo, ao se comunicar com um empresário, por exemplo, pode exercer sobre ele uma relação de poder, fazendo com que este empresário o ajude naquilo que ele necessita (uma esmola, comida, etc.), por meio do seu discurso.

Fernandes observa ainda o que diz Machado (1982, p. 191), em que a autora destaca que os poderes não estão localizados em nenhum ponto específico da estrutura social, mas “funcionam como uma rede de dispositivos ou mecanismos a que nada ou ninguém escapa. [...] não existe de um lado os que tem poder e de outro os que se encontram aleijados”. (FERNANDES; ALVES, 2008, p. 108)

para a Análise do Discurso em questão, essas relações de poder interessam uma vez que os enunciados apontam para as posições-sujeito, e essas posições são marcadas por relações de poder que se opõem. O poder coloca em jogo relações entre sujeitos e os discursos refletem os lugares desses sujeitos (FERNANDES; ALVES, 2008, p. 108).

Assim, as relações de poder estabelecidas pela linguagem, se apresentam em dois sentidos: (I) da sociedade (representada por instituições governamentais ou não) sobre o mendigo, dizendo o que fazer e como devemos agir em rela-

ção aos mendigos; e (II) do mendigo sobre o outro, de forma a conduzir a situação a seu favor. Dessa forma

Os sujeitos procuram se inscrever em formações discursivas que os mostram humanos e vítimas da própria situação social. Por conseguinte, se são mendigos, não são menos dignos que as pessoas a quem recorrem. Porém, os discursos e as práticas desses sujeitos mostram-nos inscritos também em formações sociais próprias ao que a sociedade rejeita, define como malandragem. *Mendigos, malandros e pedintes são apontamentos de sujeitos que não integram órgão e/ou instituições, mas constituem peças da engrenagem social* (FERNANDES; ALVES, 2008, p. 109 — grifo nosso).

Análises

Para melhor apresentarmos a questão da construção da identidade do sujeito, realizaremos uma análise de forma mais ampla de uma imagem de campanha publicitária da ONG “Moradores de rua”.

Ao observarmos a imagem utilizada pela ONG, percebemos que a sua escolha já traz consigo uma concepção diferente daquela apresentada por instituições governamentais e religiosas, nas quais o mendigo sempre aparece pedindo esmola, com um semblante triste e sofrido. Na imagem em questão, observamos que o mendigo está escrevendo, ou seja, está desempenhando outra atividade social que não a de pedinte.

Imagem 05



Outro fator que observamos em tal imagem é que ela está desfocada, não deixando assim, a roupa suja do mendigo em evidência. Nota-se também que a frase “Eles precisam de nós!” aparece em destaque e com letras grandes, porém só identificamos que se trata de uma campanha em favor daqueles que moram nas ruas por causa do endereço da instituição na parte superior da imagem. A imagem em si, sem a presença da frase “Eles precisam de nós!”, não surtiria o mesmo efeito de comoção. Destacamos também nessa frase, conforme Silva (2003), que a escolha dos pronomes “nós” e “eles” marca uma relação de poder indicando assim, a posição sujeito.

Todavia, há, mesmo que involuntariamente, um preconceito com o sujeito mendigo, em ambos os casos — seja nas campanhas de entidade políticas e religiosas, ou por instituições não governamentais, a qual é perceptível pela tentativa de evitar usar o termo “mendigo”, o qual se substitui por “moradores de rua”, visando construir uma imagem mais apazível deste sujeito que vive em condições sócio-humanas precárias, uma vez que o termo “mendigo” já traz em si uma carga semântica muito negativa atualmente. O conceito negativo que acompanha o termo “mendigo”, assim como sua imagem — o estereótipo visual criado, tornou-se inclusive uma forma de crítica a pessoas que possuem uma condição

social baixa, ou nível cultural inferior ao esperado, àqueles que não possuem uma rotina de higiene, aos que, por algum motivo não conseguem suprir suas necessidades básicas atrasadas, etc. — todos esses exemplos podem ser observados em diferentes charges que circulam na mídia, as quais, todavia, não são o alvo do nosso trabalho, e por este motivo não serão aqui apresentadas.

Silva (2003) afirma que os pronomes utilizados não são neste caso, simples distinções gramaticais. Os pronomes “nós” e “eles” são usados como classificadores de divisão do mundo social, ou seja, são evidentes indicadores da posição sujeito que neste caso, é a de ONG e da sociedade, que enfatiza o fato de que precisamos ajudar aqueles que precisam (os mendigos) de nós (sociedade e ONG), e a relação da sociedade sobre o mendigo é então intermediada pela discurso presente na campanha. Enfatizamos que as relações de poder sempre irão existir entre os sujeitos, basta pensarmos que o mendigo também pode exercer uma relação de poder sobre aquele que o ajuda por meio de variados recursos discursivos.

Conclusão

Após o levantamento e análise das campanhas publicitárias acerca da identidade do mendigo, percebemos que são atribuídas diferentes identidades a estes indivíduos. Constatamos também que, dependendo da instituição, seja ela governamental ou religiosa, a imagem do mendigo é construída de forma negativa. Em contrapartida, algumas ONGs, na tentativa de inclusão destes sujeitos, divulgam campanhas com intuito de esclarecer e sensibilizar a sociedade de que estas pessoas possuem uma história, uma família e que merecem respeito.

Além disso, constatamos que o mendigo constrói sua própria identidade ao optar por determinados discursos, co-

mo por exemplo, o discurso religioso, ou ainda, por exposição corporal sensibilizando as pessoas a seu favor, assim como, por meio destes discursos, também estabelecem relações de poder. Entretanto, nossas análises não visam esclarecer e nem sanar quais são as identidades desses sujeitos, mas mostrar que dependendo da posição social que ocupam estes sujeitos haverá a construção de novas identidades, já que a identidade está sempre em transformação.

Referências:

- ALVES, A. M. *Análise crítica do discurso: exploração da temática*. Relatório 01/2006. GV Pesquisas.
- DIJK. T. A. V. *Discurso e poder*. São Paulo: Contexto, 2011. p. 9-85.
- FOUCAULT, M. *A arqueologia do saber*. Trad Luiz Felipe Baeta Neves. 7 ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2009. (coleção Ditos e escritos II).
- NAVARRO, Pedro. *O discurso nos domínios da linguagem e da história*. São Carlos: Editora Claraluz, 2008. p. 101-110.
- PONTES, H. A construção discursiva de identidades sociais no gênero noticioso. In *Cadernos de linguagem e Sociedade*, 10 (2), 2009. Disponível em <http://periodicos.unb.br/index.php/les/article/view/1196>. Acesso: 14 jul 2015.
- PEDROSA, C. E. F. *Análise Crítica do Discurso: uma proposta para a análise crítica da linguagem*. Disponível em <http://www.filologia.org.br/ixcnlf/3/04.htm>. Acesso: 20/07/2015.
- SILVA, Tomaz Tadeu. *Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000. p. 73-102.
- Imagem A disponível em <http://www.1jour1pub.com/wp-content/uploads/2011/01/Groupe-SOS-Pot-de-depart.jpg>.
- Imagem B disponível em http://www.bahiatododia.com.br/spn-dmin/midias/imagens/artigos/42812_esmola%20nao.jpg.

Imagem 01 disponível em

<http://www.riopreto.sp.gov.br/PortalGOV/SubportaisImagem?tp=geral&i=67639>.

Imagem 02 disponível em http://ocatequista.com.br/wp-content/uploads/2013/02/esmola_ao_ajuda.jpg.

Imagem 03 disponível em http://searaurbana.com/wp-content/uploads/2010/12/930x250_6.png.

Imagem 04 disponível em <http://1.bp.blogspot.com/CtW3hK7CRw8/UrRtJlrt36I/AAAAAAAAAJk/Lnr9fq22XSU/s1600/rancho.jpg>

Imagem 05 disponível em https://lh4.ggpht.com/SN1ihLXtnmLLhGO__peuYrSYCofsl45LJCT5EiZqoZLN_gTz4gCjkOs3P9Xbn1E5DcTwgQ=s170.

[Recebido: 13 de ago de 2016 — aceito: 10 de nov de 2016]