



O discurso do norte-americano em livros de culinária brasileira: Um estudo baseado em Linguística de *Corpus*

Rozane Rodrigues Rebechi (USP)

RESUMO: A Linguística de *Corpus* tem tido papel fundamental em pesquisas terminológicas e lexicográficas. No entanto, essa metodologia ainda tem sido pouco explorada na Análise do Discurso. Sob o enfoque da Linguística de *Corpus*, o presente trabalho tem por objetivo propor uma metodologia de Análise do Discurso, tendo como *corpus* de estudo livros de culinária brasileira escritos originalmente em inglês norte-americano. Os resultados parecem apontar que a imagem do brasileiro a partir do olhar do norte-americano é estereotipada, pautada por características muitas vezes negativas.

Palavras-chave: Linguística de *Corpus*; discurso; identidade; culinária brasileira.

Muito mais que um ato biológico, a alimentação humana é um ato social e cultural. Mais que um elemento da chamada “cultura material”, a alimentação implica representações e imaginários, envolve escolhas, classificações, símbolos que organizam as diversas visões de mundo no tempo e no espaço (MACIEL, 2004: 1).

1. Introdução

A culinária de uma sociedade vai muito além de escolhas alimentares aleatórias. A cozinha estabelece uma identidade entre os seres humanos e a natureza, e é portadora de significados simbólicos (LÉVI-STRAUSS, 2007). E por tratar-se de traço identitário tão forte, julgamos importante analisar como esse aspecto da cultura brasileira tem sido levado para o estrangeiro.

A presente análise faz parte de uma pesquisa de mestrado em andamento, na qual estão sendo analisados livros de receitas brasileiras escritos originalmente em língua inglesa.

Uma análise prévia do *corpus* de estudo confirma a falta de padronização na tradução¹ dos termos relativos à culinária brasileira, conforme observada também por COSTA (2006, p. 111). E como a tradução não é uma atividade neutra (HATIM & MASON, 1997), uma vez que, muito além de preferências pessoais, o tradutor transfere escolhas ideológicas compartilhadas pelo grupo ao qual pertence (cf. ORLANDI, 2001), verificou-se a importância de analisar qual o discurso do norte-americano em relação ao Brasil e ao brasileiro, e qual a imagem resultante desse discurso, a fim de identificar se os problemas de tradução encontrados podem estar relacionados a uma imagem distorcida do norte-americano em relação a aspectos da cultura brasileira. Essa análise será realizada com a ajuda da Linguística de *Corpus* (doravante LC).

Apesar de já estar consolidada como metodologia em pesquisas terminológicas e lexicográficas (cf. SINCLAIR, 1991 e 2004; MAHLBERG & O'DONNELL, 2008; STUBBS, 2002; entre outros), a Linguística de *Corpus* ainda é pouco explorada como metodologia para a Análise do Discurso (doravante AD). Mas esse quadro está mudando, talvez impulsionado pelo grande lexicógrafo John Sinclair que acreditava serem a LC e a AD “[...] os pilares gêmeos da pesquisa lingüística”² (minha tradução), por terem em comum a formulação de novas hipóteses e pelo fato de a tecnologia moderna ajudar a encontrar e lidar com evidências (SINCLAIR, 2004, p. 10).

Desde então, pesquisas como as apresentadas por BERBER-SARDINHA & BARBARA (2008) e ORPIN (2005) têm unido as duas áreas. E, com o presente artigo, que visa a propor uma metodologia baseada em LC para proceder à análise do discurso do norte-americano em livros de culinária brasileira escritos originalmente em língua inglesa, pretendemos prestar uma pequena contribuição nesse âmbito.

Mas parece importante esclarecer que a presente pesquisa não tem por objetivo esgotar todas as possibilidades de análise do discurso norte-americano no *corpus* de estudo, mas sim de propor uma metodologia de análise baseada em Linguística de *Corpus*, como forma de simplificar o trabalho do analista que lida com grandes quantidades de textos. Além disso, o uso de ferramentas computacionais na análise permite o acesso a dados que poderiam ficar ‘escondidos’ durante uma leitura seqüencial (cf. STUBBS, 1998). Outro problema que pode decorrer da leitura convencional é a possibilidade de o analista ser levado a buscar ‘evidências’ que venham a confirmar suas intuições, ‘cegando-o’ para outras descobertas.

2. Metodologia

Segundo BERBER-SARDINHA (2004), “A Linguística de *Corpus* ocupa-se da coleta e da exploração de corpora, ou conjuntos de dados linguísticos textuais coletados criteriosamente, com o propósito de servirem para a pesquisa de uma língua ou variedade linguística” (p. 3). Assim, o primeiro passo desta pesquisa foi estabelecer os critérios para a compilação do *corpus*, sempre levando em consideração os objetivos do trabalho. Afinal, conforme salienta SINCLAIR (1991) “os resultados são tão bons quanto o *corpus*”³ (p. 13, minha tradução).

¹ Nenhum livro analisado menciona que as receitas apresentadas são traduções. No entanto, estamos utilizando o conceito de tradução como reescrita (cf. LEFEVERE, 1992), uma vez que tratam de receitas típicas da culinária brasileira.

² “[...] *the twin pillars of language research*”.

³ “*The results are only as good as the corpus*”.

Os critérios para a compilação do *corpus* foram baseados em BERBER-SARDINHA (op. cit.p. 19) e contemplaram os seguintes aspectos:

- a. Quanto à origem, o *corpus* de estudo foi compilado a partir de material autêntico e impresso. Essa condição visa a garantir que os textos tenham sido escritos por norte-americanos, o que seria impossível comprovar se a compilação fosse feita, por exemplo, a partir de textos extraídos da Internet;
- b. Quanto ao propósito, a pesquisa tem por finalidade uma análise discursiva. Dessa forma, o *corpus* foi dividido em dois *subcorpora*: um *subcorpus* receitas e um *subcorpus* textos informativos⁴.

2.1. O Corpus

Estabelecidos os critérios, passamos, então, à seleção dos livros que iriam compor o *corpus*. A partir de uma consulta à livraria virtual *Amazon*, no período de 2007 a 2008, foram encontrados oito livros de receitas exclusivamente brasileiras: *A Taste of Brazil* (NEELEMEN & NEELEMEN, 2007) (doravante *ATB*), *Brazil: a Cook's Tour* (IDONE, 1995) (doravante *BCT*), *Brazilian Cooking* (LEROUX, 1980) (doravante *BC*), *Brazil: A Culinary Journey* (HAMILTON, 2005) (doravante *BCJ*), *Cooking the Brazilian Way* (BEHNKE & DURO, 2004) (doravante *CTBW*), *Delightful Brazilian Cooking* (ANG, 1993) (doravante *DBC*), *Eat Smart in Brazil* (PETERSON & PETERSON, 1995) (doravante *ESB*) e *The Cooking of Brazil* (LOCRICCHIO, 2005) (doravante *TCOB*).

Conforme mencionado anteriormente, a opção por um *corpus* compilado a partir de obras impressas visa a comprovar a nacionalidade dos autores, critério essencial para esta pesquisa, e que não poderia ser totalmente garantido se a compilação dos textos fosse feita, por exemplo, em massa⁵ a partir de *sites* da Internet (cf. RIBEIRO, 2004). Portanto, o material teve de passar por um processo de digitalização e revisão para que pudesse ser explorado de forma semi-automática por meio de ferramenta computacional. A ferramenta escolhida para proceder à exploração do *corpus* foi *WordSmith Tools* versão 5⁶ (SCOTT, 2007) (doravante *WST5*).

Após esse processo, o conteúdo dos livros de receitas foram separados e salvos em dois *subcorpora*: um *subcorpus* receitas (listas salvas com final REC) e um *subcorpus* textos informativos (listas salvas com final INF):

⁴ Para esta pesquisa serão analisados apenas os textos informativos (introdução, comentários, curiosidades etc.) presentes em todos os livros que compõem o *corpus*. Assim, esse *subcorpus* passa a ser considerado aqui como o *corpus* de estudo.

⁵ Sobre coleta em massa de textos, ver BERBER-SARDINHA (2004) e TEIXEIRA (2008).

⁶ Explicações detalhadas sobre as ferramentas e utilitários do programa *WordSmith Tools 5.0* podem ser encontradas no site <http://www.lexically.net/wordsmith/> e na função *Help* do programa.

Livro	Subcorpus de receitas	Nº de palavras	Subcorpus informativo	Nº de palavras	Nº total de palavras
<i>ATB</i>	WLatbREC	19.079	WLatbINF	8.339	27.418
<i>BC</i>	WLbcREC	10.928	WLbcINF	1.475	12.403
<i>BCJ</i>	WLbcjREC	27.165	WLbcjINF	7.390	34.555
<i>BCT</i>	WLbctREC	29.836	WLbctINF	32.732	62.568
<i>CTBW</i>	WLctbwREC	6.028	WLctbwINF	5.879	11.907
<i>DBC</i>	WLdbcREC	17.770	WLdbcINF	650	18.420
<i>ESB</i>	WLesbREC	4.474	WLesbINF	16.309	20.783
<i>TCOB</i>	WLtcobREC	10.335	WLtcobINF	3.884	14.219
	Total de palavras do subcorpus receitas	125.614	Total de palavras do subcorpus informativo	76.658	Total de palavras do corpus → 202.272

Tabela 1: Listas de palavras dos livros que compõem o *corpus*.

Conforme pode ser observado na Tabela 1, a proporção entre receitas e textos informativos de cada livro varia bastante. Enquanto a maioria privilegia as receitas, dois deles (*BCT* e *ESB*) dão maior ênfase aos textos informativos. E a diferença no total de palavras dos livros também apresenta grande variação, e isso vai influenciar no total de palavras-chave, como será observado no item 2.3.

Neste estudo, serão analisados apenas os textos informativos, dando prosseguimento à análise que começou com o subcorpus receitas (REBECHI, 2008), a partir da qual foram identificados os seguintes problemas:

- Falta de padronização na tradução de termos da culinária brasileira para a língua inglesa (Ex.: pão de queijo → *Brazilian cheese puffs; cheese rolls; (Brazilian) cheese bread; cheese ball bread; cheese bun*);
- Definições incorretas (Ex.: petiscos → *candies made from grated hard cheese, sugar, egg yolks and lemon*);
- Substituições que acarretam em apagamento de marcas culturais (Ex.: *1 cup cachaça or white rum* [receita de caipirinha]);
- Tradução de termos por palavra não-dicionarizada na língua de chegada (Ex.: chuchu → *chayotes or chocho*);
- Erros de ortografia (Ex.: baba de maçã [baba de moça]);
- Erros de concordância (Ex.: vagens refogado com carne moída);
- Sinônimos inexistentes (Ex.: *Grilled meats, known as **churrasco** or **grelhadas**, are the meal's crowning glory*);

- Confusão entre termos da língua portuguesa e do espanhol falado nos outros países da América Latina (Ex.: açougue → *a butcher shop; also called **carniceria***);
- Generalizações (Ex.: Café da Manhã → *Breakfast. The only meal when fruit is eaten*).

Pelo fato de o *corpus* ter sido compilado a partir de material impresso, comercializado e, na maioria das vezes, ricamente encadernado, os problemas mencionados acima chamaram atenção e mostraram a importância de se analisar os textos informativos, a fim de identificar o que esses autores falam e (des)conhecem sobre o Brasil. Partimos, então, para a análise do *subcorpus* textos informativos, que passa a ser o *corpus* de estudo desta pesquisa.

A LC é muito utilizada como metodologia em pesquisas lexicográficas e terminográficas. Para essas finalidades, é essencial que o *corpus* de estudo seja grande⁷, apesar de a noção de ‘grande’ não ser unânime entre os pesquisadores (cf. BOWKER & PEARSON (2002); LEECH (1991); SINCLAIR (1991)). Mas para esta pesquisa, a noção de representatividade é considerada mais importante. Portanto, apesar de o *corpus* de textos informativos totalizar (apenas) 76.658 palavras (*tokens*) e, assim, ser considerado pequeno, segundo os critérios utilizados por BERBER-SARDINHA (2004: 26), acreditamos ser representativo, uma vez que foi compilado a partir de todos os livros de receitas brasileiras escritos em língua inglesa, disponíveis para compra durante um certo período.

2.2. Listas de palavras

Para proceder à análise desses textos, o primeiro passo foi gerar uma lista de palavras (*WordList*)⁸ de cada livro que compõe o *corpus* de estudo. Essas listas foram nomeadas a partir das iniciais dos títulos dos livros, precedidas da sigla WL (*WordList*) e terminadas em INF (informativo), para diferenciarem-se das listas de receitas (REC):

	WLatbINF	WLbcINF	WLbcjINF	WLbctINF	WLctbwINF	WLdbcINF	WLesbINF	WLtcobINF
1	the	the	the	the	the	and	the	the
2	and	of	and	and	and	the	of	of
3	of	to	of	of	a	of	and	and
4	in	and	in	a	of	to	a	a
5	to	a	to	to	to	in	in	to
6	a	in	a	in	#	a	to	in
7	Brazilian	Brazilian	is	#	in	for	is	is
8	is	is	as	is	or	is	with	#
9	with	it	that	with	for	what	are	with
10	Brazil	coffee	Portuguese	are	is	I	for	are
11	for	with	with	for	with	like	or	you
12	as	you	from	I	Brazilian	my	#	cooking
13	are	as	was	on	as	Brazil	as	that
14	it	for	for	from	are	food	from	it

⁷ Sobre tamanho de *corpus*, ver Berber-Sardinha (2004, p. 25-27).

⁸ Para informações sobre como utilizar todos os recursos da ferramenta *WordSmith Tools* versão 5, ver função *Help* do programa.

15	have	have	by	at	on	this	on	Brazil
16	was	#	cuisine	that	you	would	it	as
17	I	or	this	it	many	all	was	or
18	this	this	also	we	that	festa	by	food
19	their	by	it	as	dishes	thank	called	from
20	they	from	were	this	also	their	that	they

Tabela 2: Vinte primeiras palavras, por ordem decrescente de frequência, das *WordLists* dos textos que compõem o *corpus* de estudo.

Como pode ser observado na Tabela 2, entre as palavras mais frequentes de cada livro, já aparecem evidências sobre o tema do *corpus* (*Brazil, Brazilian, coffee, cuisine, Portuguese* etc.), mas, entre elas, encontra-se, também, um grande número de palavras gramaticais que, apesar de serem as mais frequentes, não contribuem muito para a compreensão do conteúdo dos textos (cf. BIBER ET AL., 1998 e BAAYEN, 1998). Para fazer o levantamento das palavras que são típicas do *corpus* de estudo, é preciso gerar as listas de palavras-chave dos textos, resultantes da comparação entre o *corpus* de estudo e um *corpus* de referência, que serve como elemento de comparação para a análise.

Essa comparação é feita por meio de uma prova estatística que evidencia as palavras-chave, ou seja, aquelas cujas frequências são estatisticamente diferentes no *corpus* de estudo e no *corpus* de referência. O programa compara duas listas de palavras, previamente salvas: uma lista que será usada como referência e deve ser maior, e uma lista gerada a partir do *corpus* de estudo. As palavras-chave são calculadas comparando-se a frequência de cada palavra da lista de palavras do *corpus* de estudo com a frequência da mesma palavra na lista do *corpus* de referência (cf. BERBER-SARDINHA, 2004, p. 97) e podem revelar informações interessantes sobre as diferenças entre esses *corpora* (HUNSTON 2002).

2.3. Palavras-chave

Para o levantamento das palavras-chave do *corpus* de estudo, foi utilizada, como referência, a lista de palavras do BNC⁹, que, apesar de se tratar de um *corpus* de inglês britânico, não retornou resultados diferentes dos conseguidos na comparação do *corpus* de estudo com o ANC (*American National Corpus*), que apresentou problemas técnicos durante a pesquisa.

O utilitário *Keywords* do WST5 gerou as listas de palavras-chave dos oito arquivos que compõem o *corpus* de estudo:

	KWatb2_INF	KWbc2_INF	KWbcj2_INF	KWbct2_INF	KWctbw2_INF	KWdbc2_INF	KWesb2_INF	KWtcob2_INF
1	Brazilian	Brazilian	Portuguese	São	Brazilian	festa	Brazil	cooking
2	Brazil	coffee	cuisine	Rua	dishes	Brazil	Brazilian	Brazil
3	Brazilians	samba	Brazil	Tel	Brazilians	Brazilian	manioc	Brazilian
4	São	cooking	manioc	manioc	Brazil	recipes	dishes	recipes
5	recipes	culinary	Brazilian	Brazilian	manioc	food	Portuguese	Rio

⁹ O British National *Corpus* possui cerca de 100 milhões de palavras e foi compilado com textos da língua falada e escrita, de diversos gêneros. Parte do *corpus* está disponível para consulta no site <http://www.natcorp.ox.ac.uk/> e o *corpus* completo pode ser adquirido pelo mesmo site.

6	shrimp	composers	dishes	Minas	ingredients	thank	cuisine	food
7	Paulo	Brazil	African	and	cooking	and	ng	Gerais
8	Portuguese	cuisine	Bahia	shrimp	orixás	cooking	dendê	São
9	Gary	Africans	culinary	Rio	Brazil's	prepare	fruits	dishes
10	mandioca	drink	São	Paulo	cooks	like	dish	Minas
11	coconut	saucepan	northeast	Brazil	favorite	supplies	called	Bahia
12	cooking	indians	indigenous	fruit	coconut	wonderful	São	receipe
13	de	cups	Gerais	fruits	carnaval	what	meat	ingredients
14	traveled	dishes	foods	dishes	recipes	my	de	meat
15	dendê	juice	Rio	page	candomblé		food	Superchef
16	fish	wine	Minas	Caito	dendê		Bahia	dish
17	fresh	famous	slaves	palm	rice		corn	chicken
18	rice	native	corn	coconut	meat		fish	Brazil's
19	bacalhau	N	sugarcane	fish	meal		coconut	manioc
20	chicken	guests	okra	Bahia	feijoada		jee	culinary

Tabela 3: Primeiras vinte palavras-chave dos textos que compõem o *corpus* de estudo.

É possível observar que as listas de palavras-chave da Tabela 3 evidenciam muito mais palavras de conteúdo do que as *WordLists* da Tabela 2. No entanto, em meio a palavras que remetem à culinária e à cultura brasileiras (*shrimp*, *coconut*, *dendê*, *candomblé*, *samba* etc.), encontram-se, também, palavras muito próprias de cada livro como, por exemplo, nomes próprios (Gary, Paulo [também parte do nome São Paulo], Caito etc.), palavras que se referem à pronúncia em português (*jee*, *ng*)¹⁰, abreviação (tel) etc. E como o objetivo deste estudo é analisar o que é recorrente nos diferentes livros, escritos por diferentes autores para, possivelmente, identificar o que têm em comum, a partir dessas oito listas de palavras-chave foi gerada uma lista de palavras-chave-chave, ou seja, palavras que são chave em um determinado número de textos.

2.4. Palavras-chave-chave

O programa WST5 disponibiliza uma função capaz de identificar, automaticamente, palavras-chave-chave. Essa função foi de vital importância para este estudo, uma vez que o objetivo é identificar pontos em comum entre os livros. Mas para que a ferramenta retorne informações relevantes para cada pesquisa, devem ser feitos os ajustes necessários. Para esta análise, foi estabelecido que para ser considerada chave-chave a palavra deveria ser chave em pelo menos três dos oito arquivos analisados. A partir desse ajuste, o programa retornou as seguintes palavras-chave-chave:

N	Key	Texts	87.00	Overall Freq.	N	Key	Texts	85.00	Overall Freq.
8	African	8	76.00	994	28	shrimp	8	75.00	99
9	Amazon	8	76.00	532	29	Bahia	8	62.00	125
10	beans	8	76.00	792	30	coconut	8	62.00	83
11	beef	9	85.00	5713	31	cooked	8	62.00	40
12	Brazilians	9	85.00	767	33	corn	8	62.00	121
13	Brazil's	9	85.00	504	36	Portuguese	8	62.00	183

¹⁰ Alguns livros analisados trazem uma lista de “frases úteis” e suas respectivas transcrições fonéticas.

14	cheese	6	75.00	51	34	de	5	62.00	174
15	chicken	6	75.00	57	35	delicious	5	62.00	73
16	culinary	6	75.00	46	36	desserts	5	62.00	33
17	dish	6	75.00	100	37	dried	5	62.00	78
18	fish	6	75.00	179	38	favorite	5	62.00	33
19	fruits	6	75.00	103	39	feijoada	5	62.00	31
20	ingredients	6	75.00	68	40	flavor	5	62.00	24

Tabela 4: Primeiras 40 das 170 palavras-chave-chave dos textos informativos.

Por meio dessas palavras-chave-chave já fica bem clara a temática em comum dos livros, e a análise do discurso do norte-americano que propomos neste trabalho vai partir do que esses livros (ou, pelo menos, a maior parte deles) têm em comum. Para proceder à análise, partimos, então, para o contexto em que essas palavras aparecem no *corpus* (cf. SINCLAIR 1991).

Conforme já mencionado, este estudo é parte de uma pesquisa maior, que pretende analisar a imagem do Brasil/eiro aos olhos do norte-americano. E como essa análise é muito extensa e extrapolaria o tamanho reservado para o artigo, escolhemos uma das palavras-chave-chave para demonstrar a metodologia que está sendo aplicada. Não por acaso, a palavra escolhida para essa demonstração foi *Brazilians*, pois, apesar de não ter a maior chavidade em todos os textos, de acordo com o levantamento das palavras-chave-chave, se considerarmos que os autores podem se referir aos brasileiros como “*the Brazilian people*”, “*the Brazilian*”, entre outros, a lematização provavelmente resultaria em uma chavidade ainda maior. Mas, a princípio, isso é apenas uma suposição, pois esse levantamento ainda não foi realizado. De qualquer forma, acreditamos que a palavra de busca *Brazilians* pode revelar resultados bastante relevantes para esta análise.

2.5. Linhas de concordância

A etapa seguinte do estudo deu-se a partir das linhas de concordância em que a palavra de busca (*Brazilians*) está inserida. Essa função possibilita a visualização da palavra em seu contexto (*Key Word in Context*). Usando o utilitário *Concord* do WST5, foram geradas as linhas de concordância com todas as ocorrências da palavra de busca *Brazilians* no *corpus*:

N	Concordance	Set	Tag	Word #	t. #	os. %	File						
1	the state of Bahia, however, that many Brazilians associate with outstanding			1,774	94	3%	0	1%	0	1%	0	1%	tcob06_inf.txt
2	and once you taste it you'll know why Brazilians love it. As you travel across			1,062	56	9%	0	9%	0	9%	0	9%	tcob06_inf.txt
3	believe originated in Minas Gerais. Brazilians call their chicken soup, canja,			1,048	56	1%	0	8%	0	8%	0	8%	tcob06_inf.txt
4	festive atmosphere is it any wonder that Brazilians call their hometown Cidade			420	18	0%	0	9%	0	9%	0	9%	tcob06_inf.txt
5	from the dorsal hump of the zebu steer. Brazilians have been known to walk out			6,095	295	2%	0	0%	0	0%	0	0%	esb10_inf.txt
6	know as guava is called goiaba by the Brazilians, and in the form of a sweet			1,076	54	0%	0	4%	0	4%	0	4%	esb10_inf.txt
7	can be an overwhelming experience. Brazilians use fruits in many ways. They			1,006	51	9%	0	3%	0	3%	0	3%	esb10_inf.txt
8	and include a monthly newsletter, The Brazilians, which contains articles about			596	39	8%	0	1%	0	1%	0	1%	esb08_inf.txt
9	which has the largest population of Brazilians in the United States. Stores			76	2	4%	0	0%	0	0%	0	0%	esb08_inf.txt
10	from 7-11 PM. In metropolitan areas Brazilians dine late. If you arrive much			238	13	1%	0	1%	0	1%	0	1%	esb06_inf.txt
11	will be plenty of items to identify. While Brazilians eat a light breakfast, the			156	8	9%	0	0%	0	0%	0	0%	esb06_inf.txt
12	the beverage of choice for most Brazilians, replacing long-established			3,609	162	5%	0	1%	0	1%	0	1%	esb05_inf.txt
13	that a recent guide book says that Brazilians do not do very much with			2,180	95	0%	0	5%	0	5%	0	5%	esb05_inf.txt
14	diet. To this day the diet of many Brazilians includes few leafy green			782	34	4%	0	0%	0	0%	0	0%	esb05_inf.txt
15	they quickly learned from the native Brazilians how to make manioc meal			633	28	8%	0	6%	0	6%	0	6%	esb05_inf.txt
16	which is as basic to the diet of Brazilians today as it was to the early			440	18	4%	0	1%	0	1%	0	1%	esb05_inf.txt
17	65). The vendors, and many of the other Brazilians around you, will be happy to			240	12	6%	0	7%	0	7%	0	7%	esb02_inf.txt
18	associated with particular celebrations, Brazilians also enjoy them throughout			98	6	1%	0	6%	0	6%	0	6%	ctbw_06inf.txt
19	are popular on hot summer days. Brazilians enjoy thick fruit shakes and			120	7	7%	0	1%	0	1%	0	1%	ctbw_05inf.txt
20	Ever since the arrival of the Portuguese, Brazilians have loved sweets. The			13	0	1%	0	0%	0	0%	0	0%	ctbw_05inf.txt

Figura 1: Primeiras vinte linhas de concordância com a palavra de busca *Brazilians*.

A ferramenta retornou 76 linhas de concordância, resultado perfeitamente passível de análise sequencial. No entanto, o número de linhas de concordância pode ser muito maior no caso de outras palavras de busca, ou de *corpora* mais extensos. Além disso, o uso de ferramentas computacionais na exploração do *corpus* também revela informações que poderiam ficar ‘escondidas’ durante a leitura seqüencial, visto que esta pode ‘direcionar’ o pesquisador a encontrar a informação que está procurando para provar algo em que já estava acreditando, impedindo-o de ‘enxergar’ dados novos para a pesquisa.

Como a presente pesquisa visa a identificar o que é recorrente nos textos, o passo seguinte foi verificar os principais colocados da palavra de busca, ou seja, palavras que ocorrem no ao redor da palavra de busca. Como esta pesquisa não tem pretensões lexicográficas ou terminográficas, o objetivo não está na busca por colocações, ou seja, tendência de duas ou mais palavras co-ocorrerem (cf. HUNSTON 2002), mas sim na busca por palavras associadas a *Brazilians*, na tentativa de identificar características atribuídas ao brasileiro para, possivelmente, chegar a uma categorização.

Para gerar a lista de colocados com a palavra de busca, deve-se, antes mesmo de gerar as linhas de concordância, fazer os ajustes necessários. Por meio da função *settings*, do *Concord*, foi estabelecido que o colocado deveria aparecer pelo menos três vezes com a palavra de busca (como forma de descartar escolhas aleatórias), e em uma janela de quatro palavras à direita e quatro à esquerda dela¹¹. A medida de associação utilizada foi *Mutual Information (MI)*, visto que os resultados gerados a partir desse índice independem do tamanho do corpus (HUNSTON, 2002).

A relação de colocação tem como objetivo descobrir quão forte é a relação entre a palavra de busca e o colocado, e o número de corte utilizado foi 3, conforme recomendado por SCOTT (2007):

¹¹ Não existe unanimidade em se tratando de horizonte (distância à direita ou esquerda) entre a palavra de busca e o colocado, mas SINCLAIR (1995, apud BERBER-SARDINHA, 2004) considera que essa janela não deve ser maior do que quatro palavras à direita e quatro à esquerda (p. 188).

N	Word	With	Relation	Texts
1	BRAZILIANS	brazilians	9.959	25
2	ENJOY	brazilians	7.900	5
3	CALL	brazilians	6.915	3
4	LOVE	brazilians	6.789	3
5	DIET	brazilians	6.335	2
6	USE	brazilians	6.178	4
7	ALWAYS	brazilians	6.052	3
8	EAT	brazilians	6.021	3
9	ALL	brazilians	5.587	5
10	DO	brazilians	5.513	4
11	MANY	brazilians	5.337	7
12	WHAT	brazilians	5.315	3
13	WHO	brazilians	5.237	4
14	HAVE	brazilians	5.108	6
15	NOT	brazilians	5.052	5
16	BUT	brazilians	4.415	3
17	LIKE	brazilians	4.364	3
18	THAT	brazilians	4.358	7
19	WERE	brazilians	4.101	3
20	ALSO	brazilians	4.085	3

Tabela 4: Vinte primeiros colocados de *Brazilians*, em relação decrescente.

Cada um desses colocados leva a pelo menos três linhas de concordância, e analisar cada um deles seria inviável neste estudo. Algumas opções seriam: analisar os adjetivos; os substantivos; os advérbios etc., que ocorrem ao redor da palavra de busca. Enfim, o caminho a ser seguido depende, nesse ponto, da intuição do pesquisador. Conforme lembra STUBBS (1995), nenhum procedimento pode ser completamente automático, pois a intuição sobre o que é interessante pesquisar é o início de toda pesquisa. Assim, visto que os verbos são maioria entre os primeiros colocados (45%), a análise dos contextos seguirá deles. Além disso, como os verbos têm a função de atribuir ação, pareceu-nos importante analisar a palavra de busca com esses colocados. Portanto, a etapa seguinte da pesquisa foi analisar as linhas de concordância em que essas palavras (*Brazilians* + verbo) co-ocorrem, para verificar as ações mais atribuídas aos brasileiros.

Para isso, além de selecionar a palavra de busca (*Brazilians*), usando o recurso *Advanced* do *Concord*, foi estipulado que o colocado (cada um dos verbos) deveria aparecer em uma janela de três palavras à direita e três palavras à esquerda da palavra de busca, levando em consideração que entre um sujeito e um verbo principal pode haver verbo auxiliar, advérbio, aposto etc. Vale mencionar que nenhum verbo ocorreu antes da palavra de busca, comprovando que a palavra de busca *Brazilians* tem a função de sujeito dos verbos colocados:

N	Concordance	Set	Tag	Word #	ent. #	Sent. Pos.	Para. #	ara. Pos.	Head. #	. Pos.	ect. #	Sect. Pos.	File
1	from the dorsal hump of the zebu steer. Brazilians have been known to walk out			6,095	295	12%	0	80%			0	80%	esb10_inf.txt
2	Ever since the arrival of the Portuguese, Brazilians have loved sweets. The			13	0	81%	0	10%			0	10%	ctbw_05inf.txt
3	and prayer. But before Lent begins, Brazilians have one last party, and it's a			1,809	103	35%	0	35%			0	35%	ctbw_02inf.txt
4	it is new, must be boiled in coffee). The Brazilians, who have never heard of			227	16	7%	0	76%			0	76%	bc01_inf.txt
5	as in other countries in South America. Brazilians often have a larger variety at			804	45	10%	0	80%			0	80%	atb01_inf.txt
6	States, cannot be found in Brazil. Brazilians have a mania for freshness			458	27	8%	0	46%			0	46%	atb01_inf.txt

Figura 2: Linhas de concordância da palavra de busca *Brazilians* com o colocado *have*.

Para ter acesso à sentença completa em que a palavra de busca aparece com o colocado, basta clicar duas vezes em cima de cada linha e é aberto o arquivo de onde foi gerada a linha de concordância. A partir do arquivo, foram copiadas as sentenças que contêm as palavras analisadas:

Brazilians + have:

1. A prized meat is cupim, the nicely marbled meat from the dorsal hump of the zebu steer. Brazilians have been known to walk out of a restaurant if this selection is not included.
2. Ever since the arrival of the Portuguese, Brazilians have loved sweets.
3. But before Lent begins, Brazilians have one last party, and it's a big one-the Brazilian Carnaval.
4. The Brazilians, who have never heard of caffeine-free coffee and who still manage to sleep eight hours per night, drink numerous small cups of coffee during the day, either in the office or in the botiquim on the corner:
5. Dinner is eaten much later in Brazil as in other countries in South America. Brazilians often have a larger variety at their main noon meal of the day with two or three desserts.
6. Brazilians have a mania for freshness and make tomato sauces from fresh tomatoes and until recently have preferred to kill their own chicken.

Brazilians + enjoy

1. While many of the recipes in this section are associated with particular celebrations, Brazilians also enjoy them throughout the year.
2. Brazilians enjoy thick fruit shakes and drinks when attending Carnaval festivities.
3. With a day off from work and school, Brazilians enjoy picnics during pleasant weather, or they may join friends and family for meals at restaurants.
4. These restaurant meals usually continue late into the evening as the Brazilians enjoy their tasty food and lively conversation.
5. Nowadays, the upper class Brazilians enjoy going out to dinner in the evening and São

Paulo is considered one of the best restaurant cities in the world.
6. Brazilians traditionally enjoy beef tongue, roast beef, rolled beef rolls with carrots and bacon, a beef steak with an egg on top is called Bife à cavalo ("Two men on horseback").

Brazilians + do

1	It is incredible that a recent guide book says that Brazilians do not do very much with meat, other than just cooking it!
2	Modern day Brazilians do like good fresh vegetables and fruits,
3	I learned to cook by feel like the Brazilians do .
4	Brazilians do not generally eat eggs for breakfast.

Brazilians + love

1	Brazilians call their chicken soup, canja, and once you taste it you'll know why Brazilians love it.
2	Brazilians love dessert, and they love it sweet.
3	All Brazilians love a party. If no reason can be found for a celebration, Brazilians will manage to invent one.

Brazilians + are

1	Since most Brazilians are Catholic, the Christian holidays Christmas, Lent, and Easter are among the most popular.
2	Generally, Brazilians are not great salad eaters, and this display of simply prepared salads is a nice surprise.
3	Brazilians are above all people with a belief in the supernatural;

Brazilians + use

1	Brazilians use fruits in many ways.
2	Brazilians almost always use forks and knives, even when they eat pizza or sandwiches.
3	You make it hot!" Then "More dendê oil!" he cries, referring to the common name Brazilians use for palm oil.
4	Brazilians usually use a large piece of top sirloin steak or perhaps rump steak.

Brazilians + call

1	Brazilians call their chicken soup, canja, and once you taste it you'll know why Brazilians love it.
2	With such a festive atmosphere is it any wonder that Brazilians call their hometown Cidade Maravilhosa, or "marvelous city"?
3	This sadness invades me, giving rise to a feeling of wistfulness, what the Brazilians call saudade.
4	Brazilians call it chope, and its refreshing goodness is no surprise considering after the Franciscans and Jesuits arrived to convert the natives, the Germans followed, spreading their gospel of hops and malt.

Brazilians + were

1	Many early Brazilians were nomads who roamed the vast, undeveloped wilderness.
2	Whatever the word, its orthographic variants, and the dishes to which it [caruru] refers, the Portuguese, and Brazilians, were the original propagators.

3	Historically, the Brazilians were not big vegetable eaters, partly because vegetables were not readily available.
---	--

Brazilians + eat

1	While Brazilians eat a light breakfast, the customary complimentary one in hotels often is an elaborate spread - several varieties of fruits and fruit juices, cheeses, breads, cereals, cakes, eggs and meat await you.
2	Traditionally, Brazilians eat a big lunch and a small dinner.

3. Levantamento dos resultados

Os resultados obtidos por meio dos contextos em que a palavra de busca *Brazilians* ocorre com os verbos apontados como colocados evidenciam algumas ações atribuídas aos brasileiros, que podem ser agrupadas por contexto, podendo chegar às seguintes características¹²:

→ Festeiros:

*All **Brazilians love** a party. If no reason can be found for a celebration, Brazilians will manage to invent one. (ATB)*

*But before Lent begins, **Brazilians have** one last party, and it's a big one-the Brazilian Carnival.(CTBW)*

*With a day off from work and school, **Brazilians enjoy** picnics during pleasant weather, or they may join friends and family for meals at restaurants. (CTBW)*

*These restaurant meals usually continue late into the evening as the **Brazilians enjoy** their tasty food and lively conversation. (ATB)*

→ Místicos:

***Brazilians are** above all people with a belief in the supernatural; every so often one feels the touch of strange influences, and I occasionally hear stories of apparitions, ghosts, and other enchantments. (BCT)*

→ Amadores, em se tratando de gastronomia:

*I learned to cook by feel like the **Brazilians do**. (ATB)*

*It is incredible that a recent guide book says that **Brazilians do not do** very much with meat, other than just cooking it! (ESB)*

→ Adeptos de hábitos alimentares pouco saudáveis e consumidores de uma quantidade muito pequena de alimentos naturais, privilegiando os doces em sua dieta:

***Brazilians love** dessert, and they love it sweet. (ATB)*

*Generally, **Brazilians are** not great salad eaters, and this display of simply prepared salads is a nice surprise. (BCT)*

¹² O negrito foi acrescentado por nós, para facilitar a visualização.

The Brazilians, who have never heard of caffeine-free coffee and who still manage to sleep eight hours per night, drink numerous small cups of coffee during the day.... (BC)
Dinner is eaten much later in Brazil as in other countries in South America. Brazilians often have a larger variety at their main noon meal of the day with two or three desserts. (ATB)

→ Adeptos de produtos naturais, frescos [em oposição ao anterior], mantendo, para isso, até hábitos primitivos:

Brazilians have a mania for freshness and make tomato sauces from fresh tomatoes and until recently have preferred to kill their own chicken. (ATB)
Modern day Brazilians do like good fresh vegetables and fruits... (ATB)
Brazilians use fruits in many ways. (ESB)

3.1. Análise dos Resultados

Por meio da análise de apenas uma palavra-chave-chave do *corpus*, foi possível identificar uma série de generalizações atribuídas aos brasileiros. Mas essas características muitas vezes não são condizentes com a verdade. Considerando o costume que o brasileiro tem de introduzir as refeições principais com salada, encerrando-as com frutas, ele pode não se reconhecer em afirmações do tipo “...os brasileiros não comem muita salada...”, e terminam a refeição noturna com “...duas ou três sobremesas”. E o mais interessante é que esses comentários partem justamente do norte-americano, notório por sua dieta pouco saudável, responsável pelo grande número de obesos no país.

Mas é preciso reconhecer que os autores não são unânimes ao julgar a dieta do brasileiro. A contradição pode ser constatada nas afirmações sobre a “mania” do brasileiro por produtos frescos, a ponto de, até pouco tempo atrás, “preferir matar a própria galinha”. E parece que esse tipo de constatação surpreende os próprios norte-americanos, ao descobrir que os brasileiros “gostam sim de legumes e frutas boas e frescas...”.

Outro ponto interessante é a imagem do brasileiro ligada ao “sobrenatural”. De maioria católica e protestante, o povo brasileiro ficaria surpreso em se ver retratado na seguinte afirmação [esse dado não foi levantado por meio dos colocados principais com a palavra *Brazilians*, mas julgou-se relevante para a idéia de misticismo revelada acima]: “*Brazilians of all religions light candles and send tiny boats loaded with flowers, perfume, and other gifts into the water*” (CTBW).

Considerando que a maioria dos autores dos livros consultados viveu ou permaneceu no país por algum tempo, pode-se concluir que a imagem que eles têm do brasileiro não difere muito da imagem que o norte-americano em geral tem do Brasil e do povo brasileiro. O estereótipo de povo alegre, festeiro, extrovertido é o que permanece. E essa representação não se restringe, naturalmente, aos livros de culinária. Por meio de uma análise de livros de português para estrangeiros publicados nos Estados Unidos, FARIA (2005) concluiu que os temas mais recorrentes nesses materiais estão relacionados à praia, futebol, festas, ou seja, o que sobressai é a imagem despojada, alegre do brasileiro.

De fato, não haveria problema em ser retratado por meio dessas características “positivas” se não ficassemos restritos a elas. Quando amplamente disseminadas, essas generalizações tornam-se representações nem sempre éticas da identidade do brasileiro pelo olhar do norte-americano. E, segundo SILVA (2000), “é por meio da representação que a identidade e a diferença passam a existir e se ligam a sistemas de poder” (p. 91), pois, quem

tem o privilégio de classificar também tem o privilégio de atribuir àquele que classifica diferentes valores, assumindo para si a posição de identidade “normal”, ou seja, aquela que detém todas as características positivas, enquanto às outras, diferentes, não restam senão as características negativas (p. 91).

Assim, se a identidade se forma a partir da diferença, ou seja, o outro como aquilo que “eu, que detenho a identidade normal, padrão, não sou”, pode-se supor, a partir das afirmações encontradas nos livros pesquisados, que o norte-americano é quem tem uma dieta saudável, com pouca ingestão de doces e caféina, e mais de verduras e frutas, que tem outras preocupações além de frequentar festas etc., ou seja, que leva uma vida “normal”.

Essa dicotomia fica muito clara quando se analisa duas nações economicamente tão diferentes quanto Brasil e Estados Unidos da América. Hoje, tendo o controle econômico nas mãos, os Estados Unidos acabam tomando para si esse poder de hierarquizar e classificar a cultura dos outros povos. Afinal, como afirma Silva (op.cit. p. 83), “a força homogeneizadora da identidade normal é diretamente proporcional a sua invisibilidade”.

Alguns autores fazem questão de ressaltar que pretendem, por meio da obra, transmitir ‘sua’ visão em relação ao Brasil ao relatar ‘suas’ experiências pessoais. Mas será possível fazer uma análise unicamente pessoal de um país e seu povo?

O sujeito nunca é neutro, pois está sempre inserido em uma história, em uma cultura (Hall, 1990, *apud* Woodward, 2000, p. 27). E apesar de ter a ilusão de dizer o que quer e de que a interpretação por parte do interlocutor só pode ser uma, o autor transfere para a obra escolhas ideológicas compartilhadas pelo grupo ao qual pertence, fato que impossibilita um olhar puramente pessoal (Orlandi, 2001), e não existe sobreposição perfeita entre o que é dito e o que é compreendido. Portanto, pode-se concluir que o que está sendo analisado não é a ‘opinião’, ‘visão’, ‘interpretação’ de um sujeito autor norte-americano em relação ao sujeito brasileiro, mas sim do norte-americano em geral, representado por alguns ‘sujeitos’.

4. Considerações finais

Apesar de a intuição sobre o que é importante analisar estar presente em vários momentos da pesquisa, métodos semi-automáticos ajudam a identificar padrões e podem documentar o uso característico de palavras de forma muito mais confiável e completa do que seria possível a partir de uma leitura intuitiva de textos individuais.

Naturalmente, uma análise do discurso abrangente não pode se limitar ao contexto de uma palavra. A análise descrita neste artigo procura apenas demonstrar uma possibilidade de metodologia de Análise do Discurso sob o enfoque da Linguística de *Corpus*.

A partir de um *corpus* criteriosamente compilado, as ferramentas computacionais evidenciam recorrências, que poderiam ficar encobertas por meio de uma leitura sequencial. A partir dessas recorrências, cabe ao pesquisador determinar o que vale a pena analisar, estabelecendo critérios que nortearão a pesquisa.

Este estudo procurou demonstrar que não é preciso saber a intenção de um autor para interpretar seu texto, pois o texto é autônomo, e o estudo de padrões recorrentes é de vital importância para o estudo de língua e ideologia. Uma análise baseada em LC pode fornecer evidência empírica de como a cultura é expressa. No caso desta pesquisa, a análise revelou o desconhecimento dos autores em relação a muitos aspectos da cultura brasileira, fator que pode contribuir para a disseminação da imagem estereotipada que o estrangeiro tem do Brasil e do povo brasileiro.

ABSTRACT: *Corpus* Linguistics has played an important role in terminology and lexicography research. However, this methodology has not been fully explored in Discourse Analysis. The present work aims to propose an analysis methodology of the North-American discourse regarding Brazil and its people, having Brazilian culinary books as its *corpus*. The results showed a stereotyped image of Brazilians based on characteristics such as revellers, mystic, and having poor eating habits.

Keywords: *Corpus* Linguistics; discourse; identity; Brazilian cuisine.

Referências bibliográficas

- ANG, E. T. *Delightful Brazilian Cooking*. Seattle: Ambrosia Publications, 1993.
- BAAAYEN, R. H. Lexis, word frequencies, and text types. In.: *IV Jornades de Corpus Linguistics 1996-1997*. Institut Universitari de Lingüística Aplicada, Universitat Pompeu Fabra: Barcelona, 1998.
- BEHNKE, A.; DURO, K. L. *Cooking the Brazilian way*. Minneapolis: Lerner Publications Company, 2004.
- BERBER-SARDINHA, A. P. *Linguística de corpus*. Barueri: Manole, 2004.
- BERBER-SARDINHA, T.; BARBARA, L. (2008) Linguística de *corpus* e análise do discurso. In: *Desvendando discursos: conceitos básicos*. Florianópolis: UFSC. P. 289-317.
- BIBER, D.; CONRAD, S.; REPPEN, R. *Corpus linguistics: investigating language structure and use*. Cambridge: Cambridge University Press, 1998.
- BOWKER, L.; PEARSON, J. *Working with specialized language: a practical guide to using corpora*. London-New York: Routledge, 2002.
- COSTA, A. T. P. *Brasil mostrando a sua cara: estratégias de tradução no material de divulgação cultural – um estudo baseado em corpus*. Dissertação (Mestrado em Linguística Aplicada) – Departamento de Línguas Estrangeiras e Tradução da Universidade de Brasília, Brasília, 2006.
- FARIA, Ana Paula. *A identidade brasileira nos livros de português para estrangeiros publicados nos Estados Unidos*. Dissertação (Mestrado em Estudos Linguísticos e Literários em Inglês) – Departamento de Letras Modernas da Universidade de São Paulo: São Paulo, 2005.
- HAMILTON, C. *Brazil: a culinary journey*. New York: Hippocrene Books, 2005.
- HATIM, B.; MASON, I. *The translator as communicator*. London-New York: Routledge, 1997.
- HUNSTON, S. Methods in *corpus* linguistics: Beyond the concordance line. In.: HUNSTON, S. *Corpora in applied linguistics*. Cambridge: Cambridge University Press, 2002.
- IDONE, C. *Brazil: a cook's tour*. New York: Clarkson/Potter Publications, 1995.
- LEECH, G. The state of the art in *corpus* linguistics. In: AIJMER, K.; ALTENBERG, B. (orgs.). *English corpus linguistics: studies in honour of Jan Svartvik*. London: Longman, 1991.
- LEFEVERE, A. *Translation, rewriting, and the manipulation of literary fame*. London & New York: Routledge, 1992.
- LEROUX, G. *Brazilian cooking*. [S.l.]: Les Éditions du Pacifique, 1980.
- LÉVI-STRAUSS, C. The culinary triangle. In.: COUNIHAN, C. *Food and culture: a reader*. New York: Routledge, 2007. p. 28-35.

- LOCRICCHIO, M. *The cooking of Brazil*. Tarrytown: Benchmark Books, 2005.
- MACIEL, M. E. Uma cozinha à brasileira. *Estudos Históricos*, Rio de Janeiro, n. 33. P 1-16, 2004.
- Disponível em: <<http://www.cpdoc.fgv.br/revista/arq/364.pdf>> Acessado em: 25 mar. 2009.
- MAHLBERG, M.; M.B. O'DONNELL (2008). A fresh view of the structure of hard news stories. In: *The 19th European Systemic Functional Linguistics Conference and Workshop*. University of Liverpool. Disponível em: http://scidok.sulb.uni-saarland.de/volltexte/2008/1700/pdf/Mahlberg_ODonnell_form.pdf. Acessado em 10 de setembro de 2009.
- NEELEMAN, G.; NEELEMAN, R. *A Taste of Brazil*. São Paulo: Marco, 2007.
- ORLANDI, E. P. *Discurso e texto : formulação e circulação dos sentidos*. Campinas, São Paulo: Pontes, 2001.
- ORPIN, D. (2005). *Corpus linguistics and critical discourse analysis: examining the ideology of sleaze*. *International journal of corpus linguistics*. University of Wolverhampton: John Benjamins. P. 37-61.
- PETERSON, J.; PETERSON, D. *Eat smart in Brazil: how to decipher the menu, know the market foods & embarking on a tasting adventure*. Wisconsin: Ginkgo Press, 1995.
- REBECHI, R.R. *A culinária típica brasileira na tradução para o inglês*. Resumo publicado nos Anais do VII Encontro de Linguística de *Corpus* do IBILCE/UNESP. São José do Rio Preto: UNESP, 2008. Disponível em: <http://www.nilc.icmc.usp.br/viicontro/>. Acessado em 10 de julho de 2009.
- RIBEIRO, G. C. B. Tradução técnica, terminologia e lingüística de *corpus*: a ferramenta Wordsmith Tools. *Cadernos de Tradução*, nº 14, UFSC, Santa Catarina, 2004. Disponível em: <<http://www.cadernos.ufsc.br/online/cadernos14/gabriela.pdf>> Acessado em 05 abr. 2009.
- SCOTT, M. *WordSmith Tools, version 5*. Oxford : Oxford University Press, 2007.
- SILVA, T. T. A produção social da identidade e da diferença, in: SILVA, T. T. da (org.). *Identidade e diferença – a perspectiva dos Estudos Culturais*. Petrópolis: Vozes, 2000.
- SINCLAIR, J. *Corpus concordance collocation*. Oxford: Oxford University Press, 1991.
- SINCLAIR, J. *Trust the text*. London & New York: Routledge, 2004.
- STUBBS, M. Collocations and semantic profiles: on the cause of the trouble with quantitative studies. In.: *Functions of Language* 2, 1, 1995.
- Disponível em: <<http://www.uni-trier.de/uni/fb2/anglistik/Projekte/stubbs/cause.htm>> Acessado em 01 de abril de 2007.
- STUBBS, M. *Text and corpus analysis: computer-assisted studies of language and culture*. Oxford: Blackwell, 1998.
- STUBBS, M. *Words and phrases: corpus studies of lexical semantics*. Oxford: Blackwell, 2002.
- TEIXEIRA, E.D. *A linguística de corpus a serviço do tradutor: proposta de um dicionário de culinária voltado para a produção textual*. Tese (Doutorado em Estudos Linguísticos e Literários em Inglês) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2008. Disponível em: <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/8/8147/tde-16022009-141747/>. Acessado em 14/03/2009.
- WOODWARD, K. Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. In: SILVA, T. T. (Org.) *Identidade e diferença – a perspectiva dos estudos culturais*. Petrópolis: Vozes, 2000. p. 7-72.