

Aula 22 – Atitudes Linguísticas: O que São e Como se Formam

Você já parou para pensar por que algumas pessoas preferem um sotaque a outro? Ou por que certas formas de falar são consideradas "corretas" e outras "erradas", mesmo que ambas sejam perfeitamente compreendidas? Essas percepções e julgamentos não são aleatórios. Eles são a manifestação de algo profundo em nossa mente e cultura: as **atitudes linguísticas**.

Nesta aula, embarcaremos em uma jornada para entender como esses julgamentos se formam, quais são suas dimensões e como eles moldam nossa interação com a língua e com os outros. Prepare-se para olhar para a linguagem não apenas como um sistema de comunicação, mas como um espelho das nossas crenças, emoções e comportamentos sociais. Ao final, você será capaz de identificar e analisar as atitudes linguísticas em diversas situações, compreendendo seu impacto no dia a dia e na sociedade.

Nosso percurso começará com a definição clara do que são atitudes e crenças linguísticas, explorando suas três dimensões essenciais. Em seguida, mergulharemos nas metodologias que os pesquisadores usam para desvendar esses fenômenos, como a famosa técnica da máscara emparelhada. Veremos também como as atitudes se conectam ao prestígio das variedades linguísticas e, por fim, discutiremos as tendências mais recentes, como a influência da tecnologia e a relação com o preconceito linguístico, sempre com um olhar crítico e atualizado para 2025.

Já percebeu como, muitas vezes, formamos uma primeira impressão de alguém apenas pela forma como essa pessoa fala? Ou como nos sentimos mais à vontade com um determinado jeito de se expressar? Essa intuição é o ponto de partida para nossa reflexão. Conectaremos essa experiência cotidiana com os conceitos teóricos da sociolinguística, mostrando que o que parece apenas uma preferência pessoal é, na verdade, um complexo sistema de valores e percepções sociais.

A Voz da Sociedade em Nossas Mentes: O Que São Atitudes Linguísticas?

Imagine que você está em uma roda de amigos e alguém usa uma gíria que você considera "ultrapassada" ou "de mau gosto". Qual é a sua reação interna? Um leve desconforto? Um julgamento silencioso? Ou talvez uma sensação de familiaridade e pertencimento? Essas reações, muitas vezes automáticas, são a porta de entrada para o estudo das atitudes linguísticas. Elas revelam como avaliamos a fala dos outros e a nossa própria, influenciadas por um emaranhado de fatores sociais e culturais.

❏ **Definição-chave:** As **atitudes linguísticas** podem ser entendidas como as avaliações, sentimentos e crenças que os indivíduos têm sobre uma língua, uma variedade linguística (como um sotaque ou dialeto), ou sobre o uso da linguagem em geral.

Elas não são apenas opiniões isoladas; são construções sociais que refletem valores, prestígio e até mesmo preconceitos arraigados na comunidade. Pense nelas como filtros invisíveis que aplicamos ao ouvir e falar, colorindo nossa percepção da comunicação.

Conectando com o que você já conhece, pense em como as marcas de roupas ou carros são percebidas. Algumas são associadas a luxo, outras a economia, outras a modernidade. Essas associações são, em essência, atitudes. Da mesma forma, uma variedade linguística pode ser associada a inteligência, rusticidade, educação ou informalidade. Essas associações não são inerentes à língua em si, mas sim construídas socialmente e internalizadas pelos falantes.

É crucial diferenciar as atitudes das **crenças linguísticas**. As crenças são as ideias que temos sobre a língua – por exemplo, "o português do Brasil é mais melódico que o de Portugal" ou "a norma-padrão é a forma mais lógica de se expressar". As atitudes, por sua vez, são as avaliações e sentimentos que surgem a partir dessas crenças.

Se você acredita que a norma-padrão é superior, sua atitude pode ser de desprezo por quem não a usa.

A Mente por Trás da Língua: Crenças e Atitudes em Detalhe

Continuando nossa exploração, vamos aprofundar a distinção entre crenças e atitudes linguísticas, pois essa nuance é fundamental para entender a complexidade dos nossos julgamentos sobre a fala. Imagine que você ouve alguém dizer "nós vai". Sua mente pode imediatamente acionar uma **crença linguística** de que "o verbo deve concordar com o sujeito" ou "essa é uma forma gramaticalmente incorreta". Essa é uma ideia, um conhecimento (ou o que se pensa ser conhecimento) sobre a estrutura da língua.

A partir dessa crença, pode surgir uma **atitude linguística**. Você pode sentir um leve desconforto (dimensão afetiva), pensar que a pessoa é "pouco instruída" (dimensão cognitiva) e, talvez, evitar usar essa construção em sua própria fala ou corrigi-la mentalmente (dimensão comportamental). Percebe como a crença é o ponto de partida para uma série de reações mais amplas e multifacetadas que compõem a atitude?

No Cotidiano

Quando um candidato a um concurso público se preocupa em "falar corretamente" na prova oral, ele está agindo com base em crenças sobre o que é valorizado e em atitudes de busca por prestígio.

Na Universidade

Quando um estudante universitário adota um jargão específico de sua área, ele está manifestando uma atitude de pertencimento e identificação com seu grupo.

Para ilustrar essa diferença de forma mais clara, podemos pensar em um quadro comparativo. Ele nos ajuda a visualizar como, embora interligadas, crenças e atitudes operam em níveis distintos da nossa percepção linguística.

Conceito	Âmbito/Aplicação	Base/Origem	Exemplo
Crença Linguística	Ideias e conhecimentos sobre a língua	Informações, mitos, educação formal	"O sotaque do Nordeste é mais musical."
Atitude Linguística	Avaliações, sentimentos e predisposições de ação	Crenças, experiências pessoais, valores sociais	Sentir simpatia por quem tem sotaque nordestino e preferir ouvi-lo.

Essa distinção é vital porque, muitas vezes, para mudar uma atitude negativa (como o preconceito), precisamos primeiro desconstruir as crenças equivocadas que a sustentam. Mas a história não termina aqui, pois as atitudes são ainda mais complexas, manifestando-se em diferentes dimensões.

O Coração, a Mente e a Ação: As Três Dimensões das Atitudes

As atitudes linguísticas não são um bloco monolítico; elas se manifestam em três dimensões interligadas: a afetiva, a cognitiva e a comportamental. Entender cada uma delas é como desvendar as camadas de uma cebola, revelando a profundidade e a complexidade de como interagimos com a linguagem. Essa compreensão é crucial para qualquer estudante universitário ou candidato a concurso que deseje analisar criticamente os fenômenos linguísticos e sociais.



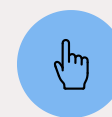
Dimensão Afetiva

Sentimentos e emoções que temos em relação a uma língua, variedade ou falante. É o "gostar" ou "não gostar", o "sentir-se confortável" ou "desconfortável".



Dimensão Cognitiva

Crenças, ideias e estereótipos que associamos a uma língua, variedade ou falante. É o que pensamos sobre a fala.



Dimensão Comportamental

Ações e predisposições para agir em relação a uma língua ou variedade. É o que fazemos ou estamos dispostos a fazer.

A primeira dimensão é a **dimensão afetiva**. Ela se refere aos sentimentos e emoções que temos em relação a uma língua, a uma variedade ou a um falante. Pense em como você se sente ao ouvir um sotaque diferente do seu. Talvez você sinta curiosidade, estranhamento, ou até mesmo uma pontada de irritação ou carinho. Esses são os componentes afetivos em ação.

Imagine que você está assistindo a um filme e um personagem fala com um sotaque que remete à sua infância. Automaticamente, você pode sentir uma onda de nostalgia e simpatia por aquele personagem, mesmo antes de ele dizer algo significativo. Essa é a dimensão afetiva das atitudes linguísticas operando em sua plenitude.

Essa dimensão é poderosa porque, muitas vezes, nossos sentimentos são mais imediatos e difíceis de racionalizar do que nossas crenças. Eles podem nos levar a formar impressões rápidas e, por vezes, injustas sobre as pessoas, baseadas unicamente em sua forma de falar. Mas a história das atitudes não se resume a sentimentos; há também um lado mais racional e um lado prático.

A Lógica e a Prática: Dimensões Cognitiva e Comportamental

Prosseguindo em nossa análise das dimensões das atitudes, chegamos à **dimensão cognitiva**. Esta se refere às crenças, ideias e estereótipos que associamos a uma língua, variedade ou falante. É o que pensamos sobre a fala, as características que atribuímos a ela. Por exemplo, a crença de que "quem fala com sotaque caipira é menos inteligente" ou que "falar inglês com sotaque americano é mais chique". Essas são avaliações cognitivas, muitas vezes baseadas em informações incompletas ou preconceituosas.

📌 **Analogia:** Pense na língua como um conjunto de rótulos que aplicamos às pessoas. Se alguém fala de uma maneira que associamos a "cultura", podemos rotulá-lo como "inteligente" ou "educado". Se a fala é associada a "marginalidade", o rótulo pode ser "perigoso" ou "ignorante".

Esses rótulos são as manifestações da dimensão cognitiva, e eles podem ser extremamente resistentes à mudança, mesmo diante de evidências contrárias.

Por fim, temos a **dimensão comportamental**, que é a mais visível de todas. Ela se manifesta nas nossas ações e predisposições para agir em relação a uma língua ou variedade. É o que fazemos ou o que estamos dispostos a fazer. Por exemplo, evitar usar certas palavras para não ser julgado, escolher um determinado sotaque ao falar com um superior, ou até mesmo mudar de canal quando ouve um tipo de fala que não agrada.



Crença (Cognitiva)

"Falar gírias é informal"



Sentimento (Afetiva)

Gírias são "desrespeitosas" em contextos formais



Ação (Comportamental)

Evitar usar gírias em uma entrevista de emprego

Dimensão	Característica Principal	Exemplo Prático
Afetiva	Sentimentos, emoções, gostos e aversões	Sentir-se irritado ao ouvir um sotaque que considera "arrogante".
Cognitiva	Crenças, ideias, estereótipos, atribuições de valor	Acreditar que pessoas que usam a norma-padrão são mais competentes.
Comportamental	Ações, predisposições para agir, escolhas linguísticas	Mudar a forma de falar (código) para se adequar a um grupo ou situação.

Investigando o Invisível: Metodologias para Estudar Atitudes

Como podemos medir algo tão subjetivo e multifacetado quanto as atitudes linguísticas? É como tentar capturar o vento: ele está lá, sentimos seus efeitos, mas é difícil segurá-lo. No entanto, a sociolinguística desenvolveu metodologias engenhosas para investigar essas percepções e julgamentos, transformando o invisível em dados analisáveis. Essas técnicas são ferramentas poderosas para pesquisadores e para quem busca entender a fundo os mecanismos do preconceito e da valorização linguística.

1

Matched-Guise Technique

A técnica mais famosa: um mesmo falante grava um texto em diferentes variedades linguísticas, e os ouvintes avaliam as "vozes" sem saber que se trata da mesma pessoa.

2

Questionários

Perguntas abertas ou escalas de Likert para capturar crenças explícitas e preferências dos falantes sobre a língua.

3

Observação Participante

O pesquisador se insere no contexto social para entender como as atitudes se manifestam naturalmente nas interações.

4

Entrevistas Aprofundadas

Exploração das razões por trás das atitudes, permitindo que participantes expliquem suas percepções em suas próprias palavras.

Uma das técnicas mais famosas e eficazes é a **Matched-Guise Technique**, ou Técnica da Máscara Emparelhada. Ela foi desenvolvida para contornar o problema de que as pessoas nem sempre expressam suas verdadeiras atitudes de forma direta, especialmente quando se trata de preconceito. A ideia é simples, mas brilhante: um mesmo falante grava um texto em diferentes variedades linguísticas (ou sotaques), e os ouvintes avaliam as "vozes" sem saber que se trata da mesma pessoa.

- Analogia:** É como um "teste cego" para vinhos: você avalia o produto sem saber a marca, evitando preconceitos pré-existentes.

Imagine que você ouve duas gravações de áudio. Na primeira, uma pessoa lê um trecho de notícia com um sotaque considerado "padrão" ou "neutro". Na segunda, a "mesma" pessoa lê o mesmo trecho, mas com um sotaque regional estigmatizado. Os ouvintes são então solicitados a avaliar a personalidade do falante (inteligência, simpatia, confiabilidade, etc.) com base apenas na voz.

Os resultados dessa técnica são reveladores. Frequentemente, o mesmo falante é avaliado de forma diferente dependendo da variedade linguística que utiliza, revelando as atitudes subjacentes dos ouvintes em relação a essas variedades. Se o falante com sotaque "padrão" é consistentemente avaliado como mais inteligente ou confiável, isso expõe uma atitude positiva em relação àquela variedade e, por contraste, uma atitude negativa em relação à variedade estigmatizada.

Perguntando e Observando: Questionários e Outras Abordagens

Além da Matched-Guise Technique, outra ferramenta fundamental para o estudo das atitudes linguísticas são os **questionários**. Embora possam parecer mais diretos, sua elaboração exige cuidado para capturar as nuances das percepções dos falantes. Eles podem variar desde perguntas abertas, que permitem respostas mais livres, até escalas de Likert, onde os participantes indicam seu grau de concordância ou discordância com afirmações específicas.

- **Vantagens dos Questionários**

Capacidade de coletar dados de um grande número de pessoas rapidamente, permitindo análises quantitativas robustas.

- **Limitações dos Questionários**

As respostas podem ser influenciadas pelo desejo de parecer socialmente aceitável, não revelando as atitudes mais profundas ou inconscientes.

Os questionários são úteis para investigar as crenças explícitas das pessoas sobre a língua e para coletar dados sobre suas preferências e experiências. Por exemplo, um questionário pode perguntar: "Qual sotaque você considera mais agradável?" ou "Você se sentiria confortável usando gírias em um ambiente de trabalho?". A vantagem é a capacidade de coletar dados de um grande número de pessoas, mas a desvantagem é que as respostas podem ser influenciadas pelo desejo de parecer socialmente aceitável.

Observação Participante

O pesquisador se insere no contexto social dos falantes para entender como as atitudes se manifestam naturalmente nas interações diárias.

- Permite capturar comportamentos autênticos
- Revela atitudes em contexto real
- Identifica padrões não verbalizados

Entrevistas Aprofundadas

Há a oportunidade de explorar as razões por trás das atitudes, permitindo que os participantes expliquem suas percepções e sentimentos em suas próprias palavras.

- Acesso a motivações profundas
- Compreensão de contextos pessoais
- Dados qualitativos ricos

A beleza dessas metodologias reside em sua complementaridade. Enquanto a Matched-Guise Technique revela atitudes implícitas, os questionários e entrevistas podem trazer à tona as atitudes explícitas e as crenças subjacentes. A combinação dessas abordagens oferece uma visão mais completa e robusta sobre como as atitudes linguísticas são formadas e como operam na sociedade.

A Hierarquia da Fala: Atitudes e o Prestígio das Variedades

Você já notou como algumas formas de falar parecem ter mais "status" do que outras? Como se houvesse uma hierarquia invisível na maneira como as pessoas se expressam? Essa percepção não é um acaso; ela está intrinsecamente ligada ao conceito de **prestígio linguístico** e à forma como nossas atitudes são moldadas por ele. Entender essa relação é fundamental para desmistificar a ideia de que existe uma "língua melhor" e para combater o preconceito.

📄 **Definição-chave:** O **prestígio linguístico** refere-se ao valor social atribuído a uma determinada variedade linguística. Esse valor não tem a ver com a complexidade intrínseca da língua, mas sim com o poder, a educação, a riqueza ou o status social dos grupos que a utilizam.

A variedade padrão, por exemplo, é frequentemente associada a prestígio porque é a língua da escola, da mídia formal e das instituições de poder.

Nossas atitudes são fortemente influenciadas por esse prestígio. Se uma variedade tem alto prestígio, tendemos a ter atitudes positivas em relação a ela: a consideramos "correta", "elegante", "inteligente". Por outro lado, variedades com baixo prestígio podem gerar atitudes negativas, sendo rotuladas como "erradas", "caipiras" ou "ignorantes". É como a analogia das marcas de luxo: um carro de uma marca prestigiada é percebido como superior, mesmo que um carro mais simples cumpra a mesma função.

Alto Prestígio

Variedade padrão, língua da escola, mídia formal, instituições de poder

Atitudes Positivas

"Correta", "elegante", "inteligente", "profissional"

Baixo Prestígio

Variedades regionais, gírias, linguagem informal

Atitudes Negativas

"Errada", "caipira", "ignorante", "inadequada"

No entanto, o prestígio não é um fenômeno simples. Existem dois tipos principais: o **prestígio aberto** e o **prestígio encoberto**. O prestígio aberto é aquele que é publicamente reconhecido e valorizado, geralmente associado à norma-padrão e a formas de falar que denotam educação formal e status social. É o que as pessoas dizem que valorizam quando perguntadas diretamente.

O Poder da Norma: Atitudes, Prestígio Aberto e Encoberto

Continuando nossa discussão sobre prestígio, o **prestígio aberto** é o que a sociedade explicitamente valoriza. É a variedade que se espera em contextos formais, em documentos oficiais, na academia e em muitos concursos públicos. As atitudes positivas em relação a essa variedade são amplamente difundidas e aceitas. Por exemplo, a maioria das pessoas diria que "falar corretamente" (segundo a norma-padrão) é importante para o sucesso profissional.

Mas a história não termina aí. Existe também o **prestígio encoberto**, que é mais sutil e, muitas vezes, contraditório ao prestígio aberto. Ele se refere ao valor social que as pessoas atribuem a variedades não-padrão ou a formas de falar que denotam solidariedade, pertencimento a um grupo, autenticidade ou masculinidade/feminilidade. É o que as pessoas *realmente* valorizam em suas interações informais, mesmo que não admitam publicamente.



Prestígio Aberto

Valor social explícito e publicamente reconhecido. Associado à norma-padrão, educação formal e contextos institucionais. É o que dizemos valorizar.



Prestígio Encoberto

Valor social implícito e não explicitamente admitido. Associado a solidariedade, pertencimento grupal e autenticidade. É o que realmente valorizamos entre pares.

Pense em um grupo de adolescentes que usa gírias e abreviações específicas em suas conversas. Publicamente, eles podem reconhecer a importância de "falar bem" na escola. No entanto, entre si, o uso dessas gírias confere prestígio encoberto, reforçando a identidade do grupo e a sensação de pertencimento. Quem não usa as gírias pode ser visto como "careta" ou "de fora".

Essa dualidade entre prestígio aberto e encoberto é crucial para entender a complexidade das atitudes linguísticas. Um falante pode ter uma atitude positiva em relação à norma-padrão (prestígio aberto) e, ao mesmo tempo, uma atitude positiva em relação a uma variedade regional ou gíria (prestígio encoberto), dependendo do contexto e da identidade que deseja projetar. Essa flexibilidade é uma característica intrínseca da comunicação humana e um campo fértil para a sociolinguística.

Tipo de Prestígio	Característica Principal	Contexto de Valorização	Exemplo de Atitude
Aberto	Valor social explícito, associado a poder e educação	Formal, institucional, acadêmico, mídia	Admirar a "boa oratória" de um político que usa a norma-padrão.
Encoberto	Valor social implícito, associado a grupo e identidade	Informal, entre pares, subculturas, regionalismos	Sentir-se mais próximo de alguém que usa um sotaque regional familiar.

A Sociolinguística na Era Digital: Atitudes Online

O mundo digital transformou radicalmente a forma como nos comunicamos e, conseqüentemente, como as atitudes linguísticas se manifestam e se formam. As redes sociais, os aplicativos de mensagens e as plataformas online criaram novos espaços para a variação e a mudança linguística, desafiando muitas das noções tradicionais sobre prestígio e correção. Para um estudante universitário ou candidato a concurso, entender essa dinâmica é essencial para uma análise atualizada da linguagem.



Novos Espaços Linguísticos

Redes sociais, apps de mensagens e plataformas online criam laboratórios linguísticos onde novas formas de expressão surgem constantemente.



Velocidade e Fluidez

Memes, abreviações, emojis e gírias efêmeras surgem e desaparecem em questão de meses. O que é "legal" hoje pode ser "cringe" amanhã.



Prestígio Digital

Influenciadores digitais criam tendências linguísticas rapidamente adotadas, conferindo um novo tipo de prestígio que transcende barreiras geográficas.

Pense em como a comunicação digital, com seus memes, abreviações, emojis e gírias efêmeras, se tornou um verdadeiro laboratório linguístico. Novas formas de expressão surgem e desaparecem em questão de meses, e as atitudes em relação a elas são igualmente voláteis. O que é "legal" hoje pode ser "cringe" amanhã. Essa velocidade e fluidez são características marcantes da sociolinguística em 2025.

Liberdade e Criatividade

- Grande liberdade para experimentar novas formas de linguagem
- Atitudes positivas de criatividade e pertencimento
- Comunidades digitais com identidades linguísticas próprias

Julgamento Amplificado

- Ambiente digital amplifica o julgamento linguístico
- Comentários negativos sobre "gramática" ou "sotaque" são comuns
- Atitudes tradicionais persistem em novos formatos

As atitudes online são complexas. Por um lado, há uma grande liberdade para experimentar e criar novas formas de linguagem, o que pode gerar atitudes positivas de criatividade e pertencimento a comunidades digitais. Por outro lado, o ambiente digital também amplifica o julgamento e o preconceito linguístico. Comentários negativos sobre a "gramática" ou o "sotaque" de alguém em um vídeo ou post são comuns, revelando que as atitudes tradicionais persistem, mesmo em novos formatos.

- 📌 **Tendência 2025:** Conectando com a ideia de prestígio, podemos observar a emergência de um "prestígio digital" ou "prestígio de rede". Influenciadores digitais, por exemplo, podem criar tendências linguísticas que são rapidamente adotadas por seus seguidores, conferindo um tipo de prestígio a essas novas formas de fala. A língua se torna uma ferramenta ainda mais potente para a construção de identidades e estilos, transcendendo as barreiras geográficas e sociais tradicionais.

Preconceito Linguístico: A Face Sombria das Atitudes

Quando as atitudes linguísticas se tornam rígidas, negativas e discriminatórias, elas se transformam em **preconceito linguístico**. Este é um tema central na sociolinguística brasileira, popularizado por autores como Marcos Bagno, e é crucial para qualquer análise crítica da sociedade. O preconceito linguístico não é apenas uma questão de "gosto" ou "preferência"; ele é uma forma de discriminação que conecta a maneira de falar de uma pessoa a julgamentos sobre sua inteligência, caráter, origem social e até mesmo sua moralidade.

O Que É?

Atitudes linguísticas rígidas, negativas e discriminatórias que se transformam em julgamentos sobre inteligência, caráter e origem social baseados na forma de falar.

Como Se Manifesta?

Ridicularização de sotaques, negação de oportunidades em processos seletivos, estereótipos sobre variedades não-padrão, exclusão social.

Consequências

Marginalização de grupos sociais, perpetuação de desigualdades, limitação de oportunidades, impacto psicológico nos falantes.

Imagine a situação de alguém que é ridicularizado ou tem suas oportunidades negadas em um processo seletivo por causa de seu sotaque regional ou por usar uma variedade linguística não-padrão. Isso não é apenas um "erro" gramatical; é uma manifestação de preconceito. As atitudes negativas em relação a certas formas de falar se solidificam em estereótipos e, em última instância, em ações discriminatórias que afetam a vida das pessoas.

Marcos Bagno, em suas obras, argumenta que o preconceito linguístico é uma ferramenta de exclusão social, frequentemente mascarada como uma preocupação com a "correção" da língua. Ele mostra como a norma-padrão, muitas vezes, é usada para justificar a marginalização de grupos sociais que não têm acesso à educação formal ou que vivem em regiões onde outras variedades são predominantes. É um ciclo vicioso: a falta de acesso gera uma fala "não-padrão", que por sua vez gera preconceito, que dificulta o acesso.



Conectando com o que vimos sobre prestígio, o preconceito linguístico é a face mais cruel do prestígio aberto. Ele eleva uma variedade (a padrão) a um pedestal inatingível e desvaloriza todas as outras, ignorando a riqueza e a diversidade da língua. Combater o preconceito linguístico exige uma mudança de atitude, tanto individual quanto coletiva, e uma compreensão profunda de que todas as variedades linguísticas são sistemas complexos e válidos de comunicação.

Além da Classe: Atitudes, Identidade e Estilo (Terceira Onda)

Tradicionalmente, a sociolinguística focava muito na correlação entre a variação linguística e as classes sociais. No entanto, as abordagens mais recentes, conhecidas como a **Terceira Onda** da sociolinguística, expandiram essa visão. Elas nos convidam a olhar para as atitudes linguísticas não apenas como reflexos de estruturas sociais rígidas, mas também como ferramentas ativas na construção de **identidades** e **estilos** pessoais e grupais.

- ☐ **Analogia:** Pense na língua como um guarda-roupa vasto e diversificado. Você não usa a mesma roupa para todas as ocasiões, certo? Da mesma forma, os falantes escolhem e combinam diferentes elementos linguísticos (sotaques, gírias, vocabulário, entonação) para expressar quem são, a que grupo pertencem e como querem ser percebidos em diferentes contextos.



Escolhas Linguísticas como Estilo

Assim como escolhemos roupas, escolhemos elementos linguísticos para expressar identidade e pertencimento.

Um jovem pode, por exemplo, adotar gírias específicas de um grupo musical ou de uma subcultura digital para sinalizar sua afiliação e construir uma identidade que o diferencie de seus pais ou de outros grupos. Essa escolha não é meramente um reflexo de sua classe social, mas uma ação intencional, uma performance linguística que expressa suas atitudes em relação àquele estilo e àquela identidade.

Visão Tradicional

- Foco na correlação entre variação e classe social
- Estruturas sociais rígidas determinam a fala
- Falante como receptor passivo



Identidades Múltiplas

Os falantes constroem e performam diferentes identidades através de suas escolhas linguísticas em diversos contextos.

Terceira Onda

- Foco em identidades e estilos pessoais/grupais
- Língua como ferramenta ativa de construção
- Falante como agente criativo

Essa perspectiva da Terceira Onda é particularmente relevante em 2025, com a fluidez das identidades online e a capacidade de "curar" (selecionar e apresentar) a própria imagem em diversas plataformas. As atitudes em relação a diferentes estilos de fala se tornam cruciais para a autoexpressão e para a navegação em complexas redes sociais, onde a linguagem é um marcador de autenticidade, pertencimento e diferenciação.

A Língua como Performance: Atitudes e Agência do Falante

Aprofundando a visão da Terceira Onda, percebemos que a variação linguística não é apenas algo que "acontece" aos falantes, mas algo que eles ativamente **fazem**. As atitudes linguísticas, nesse contexto, não são apenas reações passivas, mas impulsionadoras da **agência do falante** – a capacidade de fazer escolhas conscientes e estratégicas sobre como usar a língua para alcançar seus objetivos e expressar sua identidade.

Performance Linguística

A língua não é apenas falada, mas performada. Cada escolha linguística é uma ação intencional que comunica identidade, valores e pertencimento.

Agência do Falante

Os falantes têm poder para fazer escolhas conscientes sobre como usar a língua, desafiando hierarquias e criando novos significados.

Subversão e Empoderamento

Varietades estigmatizadas podem ser transformadas em símbolos de resistência, autenticidade e empoderamento através da agência dos falantes.

Imagine um artista que, intencionalmente, usa uma variedade linguística estigmatizada em suas músicas ou performances. Ele não está simplesmente "falando errado"; ele está subvertendo as atitudes negativas associadas a essa variedade, transformando-a em um símbolo de resistência, autenticidade e empoderamento. Suas atitudes em relação à sua própria fala e à fala de seu grupo são de valorização, mesmo que a sociedade em geral a desvalorize.

Essa perspectiva nos mostra que as atitudes linguísticas não são apenas internalizadas; elas podem ser contestadas e ressignificadas. Os falantes têm o poder de desafiar as hierarquias linguísticas, de criar novos prestígios (como o prestígio encoberto que vimos) e de usar a língua como uma ferramenta de mudança social. É uma visão mais dinâmica e menos determinista da relação entre língua e sociedade.



Atitudes Internalizadas

Valores sociais sobre a língua absorvidos pela sociedade



Contestação

Falantes questionam e desafiam essas atitudes



Ressignificação

Criação de novos significados e valores linguísticos

Conectando com a próxima aula, essa ideia de agência e de construção de identidades nos leva diretamente ao conceito de **ideologias linguísticas**. As ideologias são os sistemas de crenças e valores que justificam e naturalizam certas atitudes linguísticas, muitas vezes perpetuando mitos como o da "norma-padrão" como a única forma "correta" de falar. Entender as atitudes é o primeiro passo para desvendar essas ideologias e questionar suas bases.

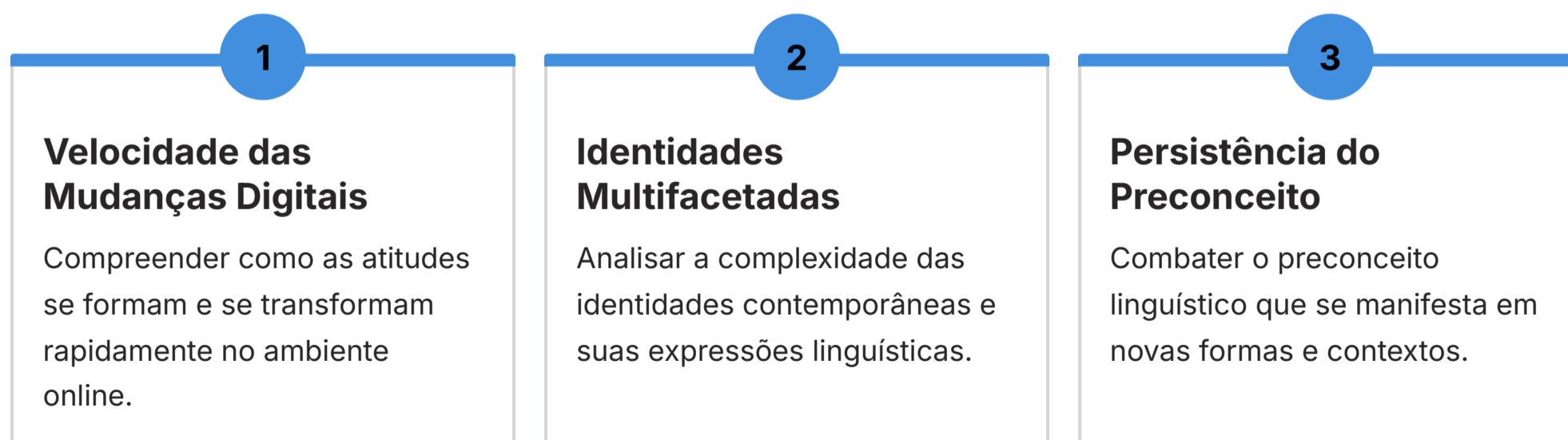
Síntese e Desafios Atuais: O Legado das Atitudes Linguísticas

Chegamos ao final de nossa jornada pelas atitudes linguísticas, e espero que você agora veja a linguagem com outros olhos. Começamos desvendando o que são as **atitudes e crenças linguísticas**, compreendendo que elas são avaliações e sentimentos sobre a fala, muitas vezes baseadas em ideias preconcebidas. Exploramos suas três dimensões – **afetiva, cognitiva e comportamental** – que nos mostram como sentimos, pensamos e agimos em relação à língua.



Em seguida, mergulhamos nas metodologias que nos permitem investigar esses fenômenos, como a engenhosa **Matched-Guise Technique** e os **questionários**, que revelam tanto as atitudes implícitas quanto as explícitas. Vimos como as atitudes estão intrinsecamente ligadas ao **prestígio das variedades linguísticas**, distinguindo entre o prestígio aberto (formal) e o encoberto (informal), e como essa relação molda a hierarquia da fala.

As tendências atuais nos mostraram a relevância da **sociolinguística na era digital**, onde novas formas de comunicação e julgamento emergem, e a urgência de debater o **preconceito linguístico**, que transforma atitudes negativas em discriminação. Por fim, as abordagens da **Terceira Onda** nos convidaram a ver a língua como uma ferramenta ativa na construção de **identidades e estilos**, onde o falante tem agência para moldar sua própria expressão.



📄 **Reflexão Final:** Esta aula foi um convite para olhar além da superfície da fala, para entender que cada palavra, cada sotaque, cada escolha linguística carrega consigo um universo de significados sociais, emocionais e culturais. E é essa compreensão que nos prepara para a próxima etapa, onde desvendaremos as estruturas maiores que sustentam essas atitudes.

Consolidação do Aprendizado

Chegamos ao ponto de consolidar tudo o que exploramos sobre as atitudes linguísticas. Você agora compreende que nossos julgamentos sobre a fala não são meras preferências, mas construções sociais complexas, com dimensões afetivas, cognitivas e comportamentais. Entendeu como a pesquisa sociolinguística desvenda esses fenômenos e como as atitudes se entrelaçam com o prestígio, a tecnologia, o preconceito e a própria construção de identidade.

Em prática:

Observe e Identifique

Ao ouvir alguém falar, tente identificar as atitudes que você (e outros) podem estar formando.

Analise o Digital

Observe como as atitudes linguísticas se manifestam em ambientes digitais e como elas moldam interações.

Questione Julgamentos

Questione os julgamentos sobre "certo" e "errado" na língua, buscando a origem social dessas avaliações.

Reconheça a Agência

Reconheça a agência do falante na escolha de seu estilo linguístico e na construção de sua identidade.

Autoavaliação

01

Questão 1

Qual das seguintes opções melhor descreve a dimensão afetiva das atitudes linguísticas?

- a) As crenças sobre a correção gramatical de uma variedade.
- b) Os sentimentos e emoções que se tem em relação a uma forma de falar.
- c) As ações de evitar ou preferir o uso de certas palavras.
- d) Os estereótipos associados a um sotaque específico.

02

Questão 2

A Matched-Guise Technique (Técnica da Máscara Emparelhada) é utilizada principalmente para:

- a) Medir a fluência verbal de falantes bilíngues.
- b) Analisar a estrutura sintática de diferentes dialetos.
- c) Revelar atitudes linguísticas implícitas, contornando o viés social.
- d) Quantificar o número de gírias usadas em uma comunidade.

03

Questão 3

Qual das seguintes afirmações sobre o preconceito linguístico está mais alinhada com as abordagens de Marcos Bagno e as tendências atuais?

- a) É uma preocupação legítima com a manutenção da pureza da língua.
- b) É uma forma de discriminação social mascarada por preocupações com a norma-padrão.
- c) É um fenômeno que ocorre apenas em ambientes informais e digitais.
- d) É uma preferência pessoal por uma variedade linguística em detrimento de outra.

04

Questão 4

A Terceira Onda da Sociolinguística, ao focar na construção de identidades e estilos, sugere que:

- a) A variação linguística é determinada exclusivamente pela classe social.
- b) Os falantes têm pouca agência sobre suas escolhas linguísticas.
- c) A língua é uma ferramenta ativa para expressar quem somos e a que grupos pertencemos.
- d) As atitudes linguísticas são estáticas e imutáveis ao longo do tempo.

05

Questão 5 (Dissertativa)

Explique a diferença entre prestígio aberto e prestígio encoberto, fornecendo um exemplo para cada um.

Gabarito

Questão 1

Resposta: b)

Os sentimentos e emoções que se tem em relação a uma forma de falar.

Questão 2

Resposta: c)

Revelar atitudes linguísticas implícitas, contornando o viés social.

Questão 3

Resposta: b)

É uma forma de discriminação social mascarada por preocupações com a norma-padrão.

Questão 4

Resposta: c)

A língua é uma ferramenta ativa para expressar quem somos e a que grupos pertencemos.

Questão 5 - Resposta Dissertativa:

- ❏ **Resposta Esperada:** O prestígio aberto refere-se ao valor social explícito e publicamente reconhecido de uma variedade linguística, geralmente associado à norma-padrão e a contextos formais (ex: admirar a fala de um apresentador de telejornal). O prestígio encoberto é o valor social implícito e não explicitamente admitido, atribuído a variedades não-padrão que denotam solidariedade, pertencimento a um grupo ou autenticidade (ex: sentir-se mais à vontade e usar gírias com amigos, mesmo sabendo que não são "corretas" formalmente).

Próximos Passos

Próxima Aula



Na Aula 23, aprofundaremos a discussão sobre como as atitudes linguísticas se inserem em sistemas maiores de crenças, explorando as **Ideologias Linguísticas e o Mito da Norma-Padrão**. Prepare-se para desvendar as estruturas que sustentam muitos dos julgamentos que analisamos hoje.

Recursos Adicionais



Livro Recomendado

BAGNO, Marcos. *Preconceito Linguístico: Como é, Como se Faz.*

Para aprofundar o debate sobre discriminação.



Artigo Acadêmico

LABOV, William. *The Social Stratification of English in New York City.* Para entender as bases da sociolinguística e a relação entre variação e prestígio.



Conteúdo Audiovisual

Canais de sociolinguística no YouTube (ex: "Linguística etc.") oferecem exemplos práticos e discussões acessíveis.

NOTA IMPORTANTE: As informações técnicas e abordagens teóricas desta aula estão atualizadas até 2025. Consulte sempre fontes acadêmicas e pesquisas recentes para verificar novas descobertas e desenvolvimentos na área.