

## A REFERÊNCIA E O REFERENTE: breves apontamentos a respeito da dinamicidade da categorização

Gustavo Miranda GUIMARÃES<sup>1</sup>

Silvana MARCHESANI<sup>2</sup>

### RESUMO

O artigo em epígrafe realizará apontamentos a respeito do caráter dinâmico da categorização, do caráter de instabilidade da referenciação, tendo como *corpus* comerciais e vídeo humorístico a respeito do Fiat 147, produzidos e publicados em diferentes ocasiões. É importante ressaltar, de antemão, que a ênfase a ser dada por este artigo não reside no automóvel ou mesmo no discurso publicitário, humorístico, jornalístico, mas no processo de referenciação/categorização realizados nos respectivos textos. Será possível perceber, confirmando a tese da instabilidade de todo esse processo, que, muito embora o automóvel Fiat 147, enquanto objeto do mundo real, não tivesse sofrido maiores alterações ao longo dos anos, sua caracterização passou por um processo que começou por um reforço de suas características positivas e terminou na ênfase quase exclusiva em seu viés negativo. Para se alcançar o objetivo aqui proposto, inicialmente, serão tecidos apontamentos teóricos a respeito da teoria da referenciação em geral e, em especial, do processo de categorização. A seguir, será realizada análise a respeito da maneira como foi categorizado, pela publicidade, pela imprensa especializada e pelo discurso humorístico, o mencionado veículo. A análise desse referente a partir de diversos gêneros discursivos (o publicitário, o jornalístico, o humorístico) permitirá, ainda, comprovar a tese de que também o gênero direciona o olhar para o referente e interfere no processo de referenciação/categorização, pois consiste em tipos relativamente estáveis de enunciados, sendo que estes refletem e refratam a realidade, por serem contaminados pela posição do enunciador no processo de interação verbal.

**Palavras-chave:** Categorização. Gêneros discursivos. Referenciação.

### 1 INTRODUÇÃO

O presente artigo tem por objetivo realizar breves apontamentos a respeito do caráter dinâmico da categorização. Para tal, inicialmente, serão tecidos apontamentos teóricos a respeito da teoria da referenciação em geral e, em especial, do processo de

<sup>1</sup> Doutorando em Linguística e Língua Portuguesa pela Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais. (PUC MINAS).

<sup>2</sup> Doutoranda em Linguística e Língua Portuguesa pela Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (PUC MINAS). Professora efetiva do Colégio de Aplicação da Universidade Federal de Viçosa (COLUNI/UFV).

categorização.

Uma vez dado esse primeiro passo, será realizada análise, também bastante breve, tendo em vista limitações de espaço, a respeito da maneira como foi categorizado, pela publicidade, pela imprensa especializada e pelo discurso humorístico, o Fiat 147.

É importante ressaltar, de antemão, que a ênfase a ser dada por este artigo não reside no automóvel ou mesmo no discurso publicitário, humorístico, jornalístico, mas no processo de referenciamento/categorização realizados nos respectivos textos.

## **2 REFERENCIAÇÃO: breves apontamentos teóricos**

O presente trabalho tem por pressuposto teórico a noção de gêneros de discurso. Trata-se, de acordo com Bakhtin, de tipos relativamente estáveis de enunciados, os quais são produzidos a partir de determinada esfera da comunicação humana e, assim, tendem a refletir ou a refratar a realidade na qual se insere.

No que tange ao presente trabalho, isso acontece em relação aos discursos selecionados para análise: o publicitário, o jornalístico e o humorístico. Apesar de não ser este o foco das análises a serem realizadas, é importante ter em mente essa noção e essas influências, uma vez que o referente será diferentemente construído em cada um desses gêneros.

O ponto de maior interesse, contudo, reside na noção de referenciamento e, principalmente, na de categorização.

Tratar-se-á, inicialmente, da noção de referenciamento. Para os objetivos deste trabalho, bastam os apontamentos de Koch (2013), que faz interessante abordagem do tema.

É interessante, nesse sentido, ressaltar que o processo de referenciamento é motivado social e culturalmente, da mesma forma, como se verá, que acontece com outro processo muito relacionado a este, ou seja, a categorização. Veja-se, nesse sentido, o que diz Koch (2013) a respeito do primeiro processo:

Nosso principal pressuposto no que diz respeito a essa questão é o da referenciamento como atividade discursiva (cf. Koch, 1999a e B; Marcuschi & Koch, 1998a; Koch & Marcuschi, 1998b; Marcuschi, 1998), que implica uma visão não-referencial da língua e da linguagem. É esta, também, a posição de Mondada & Dubois (1995), que as leva a postular uma instabilidade das relações entre as palavras e as coisas. (KOCH, 2013, p. 53).

Entender-se-á, então, a referenciação como a construção de objetos de discurso. Por outras palavras, serão menos importantes as características reais de mundo enquanto elemento da vida real, em sua vivência prática, do que as maneiras como são apresentadas nos textos a serem estudados. Interessa, na realidade, como, discursivamente, esses “objetos” foram sendo construídos, no âmbito de cada discurso, vistos isoladamente, bem como comparativamente, no diálogo que tais textos constroem entre si.

Veja-se, portanto, o que diz Koch (2013), nesse sentido:

Assim sendo, defendemos a tese de que o discurso constrói aquilo a que faz remissão, ao mesmo tempo que é tributário dessa construção. Como dissemos, todo discurso constrói uma representação que opera como uma memória compartilhada (memória discursiva, modelo textual), “publicamente” alimentada pelo próprio discurso (Apothéoz & Reichler-Berguelin, 1999), sendo os sucessivos estágios dessa representação responsáveis, ao menos em parte, pelas seleções feitas pelos interlocutores, particularmente em se tratando de expressões referenciais. (KOCH, 2013, p. 61).

Aqui também cabe a abordagem de termo que muito se relaciona com o exposto até o presente, ou seja, a noção de categoria, por, como mencionado, também ser importante para os objetivos deste artigo, haja vista que muitas das atitudes dos grupos em questão partem de categorias partilhadas internamente por tais grupos.

Veja-se, assim, uma das maneiras através das quais, conceitualmente, categorização, referenciação e gêneros de discurso se relacionam. Basta que se diga que as categorias, da mesma forma que um gênero discursivo (no caso, o signo), não são fenômenos estanques, mas dinâmicos, alterando-se sincrônica e diacronicamente. Desta forma, em cada época, cada grupo tende a categorizar, a rotular, pessoas, fatos, fenômenos de diversas maneiras, dependendo de seus objetivos e da ideologia dominante. Assim, de acordo com Koch (2013), deve-se

estudar a categorização como um problema de decisão que se coloca aos atores sociais, de forma que a questão não seria avaliar a adequação de um rótulo “correto”, mas descrever os procedimentos linguísticos e cognitivos por meio dos quais os atores sociais se referem uns aos outros, por exemplo, categorizando alguém como “um velho”, “um banqueiro”, “um judeu” etc. (KOCH, 2013, p. 54).

Isso a partir do pressuposto de que o pertencimento a uma categoria não é algo rígido. Na verdade, “para um ente pertencer a uma determinada categoria, ele não

necessita exibir certas características, preencher determinados requisitos que definem o que é fazer parte de uma categoria qualquer.” (KOCH, 2013, p. 54).

O que se verifica é a existência, em uma categoria, de grupos centrais e grupos periféricos, os quais, respectivamente, apresentam características mais ou menos próximas às dos protótipos da categoria.

Trata-se, assim, do caráter vago, da flexibilidade, da instabilidade das categorias, do fato de que são grandemente influenciadas por mudanças contextuais. De acordo, portanto, com Koch (2013),

no discurso, como demonstram Mondada & Dubois, quer se trate de objetos sociais, quer de objetos “naturais”, aquilo que é habitualmente considerado um ponto estável de referência para as categorias pode ser de-categorizado, tornado instável, evoluir sob o efeito de uma mudança de contexto ou de ponto de vista. (KOCH, 2013, p. 56).

Tendo sido realizados os apontamentos teóricos acima, a partir dos quais se buscou demonstrar que o processo de referenciação/categorização encontra-se influenciado por fatores diversos, entre eles, os interesses do grupo social no qual o enunciado é produzido, pode-se passar à análise proposta, ou seja, do processo de referenciação/categorização realizado a respeito do Fiat 147 ao longo dos anos, a partir de gêneros discursivos diversos.

### 3 O FIAT 147 EM TRÊS LUGARES

Uma vez tecidos esses breves apontamentos a respeito da referenciação, pode-se passar à abordagem propriamente dita do *corpus* selecionado para análise, ou seja, comerciais, reportagens, charge a respeito do primeiro veículo da Fiat Automóveis produzido no Brasil.

Como será possível perceber, são textos produzidos em duas épocas diferentes, o que permitirá ressaltar a dinamicidade do processo de referenciação/categorização. Os textos publicitários foram produzidos meses antes da entrada no mercado; o texto jornalístico foi publicado assim que o automóvel foi lançado, após a reportagem ter feito uma série de testes; o texto humorístico foi produzido em 2010. Diga-se, ainda, que tanto o texto jornalístico quanto o publicitário foram, portanto, publicados no final dos anos 1970, ocasião em que foi lançado o veículo.

Como acontece em textos publicitários, dos quais os textos (1), (2) e (3) são exemplos, são mostradas as características positivas do produto em “oferta” e há silêncio em relação a possíveis problemas que possam ocorrer.

Nos três textos, a julgar pelos slogans ali presentes, o veículo é apresentado como “um carrão pequeno”, como “a ponte entre a tecnologia e você”, como o automóvel que evita que você “pague seus pecados sempre que aparece um carro novo”.

(1) Quando a gente breca um carro, a frente abaixa, a traseira levanta e as rodas de trás travam. No Fiat 147 isso não acontece. Ele tem uma válvula que regula a pressão nos freios traseiros. Por isso, eu vou comprar o Fiat 147. Carro não é só para correr, não; carro tem que parar também. Olha ele aí. (Enfim, um carrão pequeno).<sup>3</sup>

No primeiro caso, quando o Fiat 147 é apresentado como um “carrão”, a propaganda que se faz, diretamente, é de sua segurança, uma vez que os freios funcionam adequadamente. Indiretamente, porém, há referência à tecnologia empregada, uma vez que possui sistema de regulagem de pressão que gera a mencionada confiabilidade no Fiat. Por fim, menciona-se que esse veículo, assim como os concorrentes, também é capaz de desenvolver grandes velocidades. Só que, além de correr com segurança (afinal, é vendido com um carro seguro), também para com a mesma segurança: “carro não é só para correr, não; carro tem que parar também”.

(2) Essa é a Escadaria da Penha, onde muitas promessas são cumpridas. Hoje, o Fiat 147, sem nenhuma preparação especial, vai cumprir uma promessa: subir e descer os 365 degraus dessa escadaria. Promessa cumprida. O Fiat 147 subiu e desceu a Escadaria da Penha com a suspensão intacta, provando que você não precisa pagar os seus pecados toda vez que aparece um carro novo.<sup>4</sup>

O segundo comercial selecionado (2) faz referência à força da suspensão do Fiat 147. No mesmo movimento discursivo realizado em (1), após a realização de mais uma aventura do Fiat 147, é apresentado mais um slogan: “provando que você não precisa pagar seus pecados toda vez que aparece um carro novo”. Neste caso, a fim de mostrar que se trata de um lançamento automotivo diferente dos demais (evidentemente, com qualidade superior a eles), o Fiat 147 é construído como aquele que pode ser adquirido com segurança, afinal, cumpre suas promessas e, como visto, comprova que as cumpriu.

<sup>3</sup> Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=DJnT3uJk99s>>.

<sup>4</sup> Disponível em: <[http://www.youtube.com/watch?v=JuD9Om8Gt\\_Y](http://www.youtube.com/watch?v=JuD9Om8Gt_Y)>.

Paralelamente a essa declaração, que reforça a imagem de confiabilidade, há a informação de que, ao subir e descer a Escadaria da Penha, não houve danos à suspensão do carro. Isso ressalta sua força e a adequação aos pisos brasileiros, por onde esse veículo transitará.

(3) Esta é a Ponte Rio Niterói. São 14 quilômetros de comprimento. O Fiat 147 vai tentar cobrir esse percurso com apenas 1 litro de gasolina. O Fiat 147, com 4 pessoas, a uma velocidade normal de estrada, cobriu os 14 quilômetros da Rio Niterói com apenas 3/4 de 1 litro. Fiat 147: a ponte entre a tecnologia e você.<sup>5</sup>

Já em (3), o que se vê é a informação de que se trata de um automóvel que carrega uma tecnologia avançada para aquela época. Isso, como ocorre também nos textos anteriores, pode ser visto a partir do slogan: “a ponte entre a tecnologia e você”.

No caso de (3), a tecnologia em questão permite que o Fiat 147 seja classificado entre os carros econômicos, afinal de contas, conseguiu atravessar a Ponte Rio Niterói, que tem uma extensão de 14 quilômetros, gastando apenas 750 ml de gasolina.

Outro ponto que pode ser observado no texto (3) é a criação de um ar de expectativa no leitor. Afinal, o enunciador, no início do texto, diz que o Fiat 147 tentaria realizar aquele teste. Além disso, não fala, inicialmente, em 750 ml, mas em um litro. Isso permite a criação de um referente que supera qualquer expectativa, uma vez que o que se previa era o gasto maior, e não o que efetivamente aconteceu.

Nesses três textos, o que se observa, portanto, é a categorização do Fiat 147 como um veículo que, além de ser seguro, além de ser resistente ao piso brasileiro, além de ser econômico, também cumpre o que promete e supera as expectativas criadas a seu respeito. Busca-se, enfim, construir o Fiat 147 como um carrão, embora de proporções físicas reduzidas.

Evidentemente, essa construção é reforçada por diversos outros comerciais e vários outros testes realizados e divulgados. Como mencionado no início deste artigo, recorreu-se a esses comerciais, tendo em vista tratar-se de lançamento do Fiat 147 no Brasil e do seu caráter de novidade. Isso será visto em momento posterior deste trabalho.

O texto (4)<sup>6</sup> consiste em reportagem realizada pela revista especializada em automóveis, Quatro Rodas. Trata-se, portanto, de texto jornalístico. Assim, em tese,

<sup>5</sup> Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=XbsX6-8UR08>>.  
<sup>6</sup> Ver anexo A. Também disponível em: <[http://quatrorodas.abril.com.br/classicos/brasileiros/conteudo\\_143483.shtml](http://quatrorodas.abril.com.br/classicos/brasileiros/conteudo_143483.shtml)>.

apresenta o Fiat 147 a partir de um viés de imparcialidade, ao contrário do texto dos comerciais aqui analisados, o que não impossibilita a presença de menções, por assim dizer, irônicas.

Vejam-se, portanto, alguns fragmentos do texto da reportagem.

Os parágrafos iniciais do texto da Revista apresentam a contextualização da reportagem: o lançamento do Fiat 147 no Salão do Automóvel, a complicada situação da gasolina no Brasil, a atenção que o veículo em questão chamava no mencionado Salão, a menção a comerciais de lançamento do automóvel pela fábrica instalada em Minas Gerais, a efetiva economia que o carro apresentava, uma menção de sua adequação ao quadro nacional.

A partir do quarto parágrafo da reportagem, após a descrição das versões do Fiat 147 que foram sendo lançadas no país, surge o primeiro fragmento que interessa aos objetivos deste artigo: (4.1) “Novidade mesmo era a posição de dirigir do 147. Com o volante quase na horizontal, o motorista senta-se ereto, já que banco reclinável era opcional. Mas a "amplidão" da cabine compensava”. (BEREZOVSKY, 2002, online).

Em um viés de imparcialidade, é apresentada a maneira de se dirigir o Fiat 147: o sentar-se ereto ao dirigir o carro. No próprio texto, no quinto parágrafo, propriamente dizendo, há um reforço dessa característica: “Passado o estranhamento com a posição, dirigi-lo é uma brincadeira”. (BEREZOVSKY, 2002, online). Trata-se, portanto, de uma posição que causa estranhamento.

Outro ponto que veicula um ar de crítica ao automóvel é a ausência de banco reclinável como item de série do Fiat 147. É essa característica que, somada à posição do volante, causa o aludido estranhamento ao dirigir.

Veja-se, então, que se vai criando, no texto jornalístico, uma categorização do automóvel como um referente não tão perfeito como o apresentado no comercial. Evidentemente, essa diferenciação é acarretada pelas exigências dos gêneros discursivos em movimento: o publicitário e o jornalístico. De qualquer maneira, é possível perceber a dinamicidade do processo de referenciação. Haja vista que a alteração no gênero discursivo permitiu a explicitação de problemas do referente, o que seria improvável em um texto comercial.

(4.2) No interior monocromático do modelo GL 1979, cor marfim Copacabana, que você vê nas fotos, o conforto é ainda maior que nos modelos mais simples. Ele veio equipado com bancos reclináveis de encosto alto,

revestidos de veludo, tudo de série. Passado o estranhamento com a posição, dirigi-lo é uma brincadeira. Os pedais, pequenos e próximos, são de acionamento suave, assim como a direção, leve porém sem assistência. Entretanto, é preciso "esgrimir" com a alavanca até vencer a resistência do câmbio de quatro marchas em aceitar a primeira. Mas vale uma atenuante no caso do "nossa" GL: com apenas 7000 quilômetros rodados, o acionamento do câmbio apresentava o típico engate justo dos carros novos. (BEREZOVSKY, 2002, online).

No excerto transcrito acima (4.2), há novo movimento enunciativo que acaba, novamente, por relativizar a categorização proporcionada pelos textos comerciais acima analisados. Embora mescladas com passagens que apresentam caracterização favorável, principalmente, quando se mencionam itens proporcionadores de conforto, há nova apresentação de problemas verificados no Fiat 147: pedais pequenos e próximos; resistência exagerada do câmbio. Ainda nesse excerto, há, embora de forma velada, apresentação de característica do automóvel que parece se chocar com aquelas apresentadas pelos comerciais (ou ali silenciadas): o fato de que apenas algumas versões do carro contarem com bancos reclináveis e com encosto alto. Fica, nesse sentido, o não dito de que as outras versões (mais simples, elencadas no terceiro parágrafo do texto) não possuem tais itens.

(4.3) Andando pelas ruas de São Paulo com o 147, percebe-se que a suspensão encara o piso acidentado sem acusar os golpes. Absorve bem as irregularidades e não treme nas curvas. Aliás, no teste de lançamento (edição de novembro de 1976), o Fiat foi considerado o mais estável carro nacional produzido em série. Sua boa distribuição de peso e a grande distância entre-eixos em relação ao comprimento, mais os pneus radiais de aro 13, respondem pelo feito. No preço, Brasília e 147 andavam juntos, por volta dos 44 500 cruzeiros, valor equivalente hoje a cerca de 20 000 reais. (BEREZOVSKY, 2002, online).

O excerto acima (4.3) apresenta reforço da imagem apresentada pelos comerciais a respeito do Fiat 147. Há uma nítida referência ao excerto (2), tendo em vista a descrição da qualidade da suspensão do veículo. É, portanto, também no texto jornalístico, categorizado como veículo cuja suspensão está adequada ao piso nacional, além de, em reforço ao apresentado no comercial, levar o Fiat a ser classificado como o carro com maior estabilidade produzido no país.

(4.4) O Fiat 147 logo ganhou status inversamente proporcional a seu tamanho. Fazia o gênero despojado-chique, que se contrapunha aos carros grandes e beberrões, vilanizados naquela fase de humor instável dos sheiks do petróleo. Econômico, moderno e com a esbelteza dos seus 3,62 metros e 780 quilos, o

carrinho virou logo figurinha fácil na paisagem brasileira. (BEREZOVSKY, 2002, online).

O excerto apresentado acima é o último parágrafo da reportagem da Revista Quatro Rodas. São aqui apresentados alguns rótulos relacionados ao Fiat 147: despojado-chique, econômico, moderno, esbelto, carrinho (em sentido positivo). Vê-se, então, que, na Revista, o que é comum nesse gênero, realiza-se categorização do automóvel através de rótulos positivos e negativos, o que, no final, permite a construção de um referente condizente com a aceitação do mercado da época. Vê-se, ainda, que, mesmo com os problemas apresentados, ao final, são utilizadas expressões que reforçam o lado positivo do veículo, deixando em segundo plano aquelas que destacam seus problemas.

O texto (5)<sup>7</sup>, por sua vez, está escrito no âmbito do gênero humorístico e foi escrito na primeira década do século XXI. Portanto, aproximadamente 20 anos após o fim da fabricação do Fiat 147.

O que nos interessa nesse texto é a categorização realizada pelo narrador. Durante a narrativa de seus momentos de aflição com o carro e durante o rebocamento pelo Lamborgini, o narrador passa a categorizar o Fiat 147 com rótulos negativos: jabiraca, podrão, porcaria do Fiat, “a jabiraca desmontava”, farol constantemente em curto-circuito, batedeira, baixa velocidade suportada pelo carro.

O conjunto de rótulos atribuídos ao Fiat 147 constrói, ao contrário do comercial e do texto jornalístico, um referente de forte viés negativo. Não há, nesse caso, qualquer sinal positivo para o veículo caracterizado. A rotulagem negativa vai desde a extensão de uma roupa velha e de mal cimento, ou mesmo de mulher feia e de mal gênio (jabiraca), até podrão. No caso deste termo, há referência a outra característica atribuída ao Fiat 147, mas que não apareceu em nenhum dos textos analisados até aqui: o fato de enferrujar muito facilmente, conforme muito se comentava a partir do senso comum.

Há, também, paralelamente ao mencionado, a categorização de veículo que não consegue atingir grandes velocidades, sem que comece a perder estabilidade. Essa imagem se choca com aquela apresentada em (1), quando o enunciador, ao falar sobre o sistema de freio do Fiat, ressalta que o carro não é feito apenas para correr.

<sup>7</sup> Ver anexo B. Também disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=Kxfm3nIN404>>.

## 4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

De todo o exposto, o que se pretendeu neste artigo, como ressaltado em alguns momentos, foi analisar, mesmo que de maneira bastante breve, o caráter de instabilidade da referenciação. Viu-se, então, que, muito embora o automóvel Fiat 147, enquanto objeto do mundo real, não tivesse sofrido maiores alterações ao longo dos anos, sua caracterização passou por um processo que começou por um reforço de suas características positivas e terminou na ênfase quase exclusiva em seu viés negativo.

A análise desse referente a partir de diversos gêneros discursivos (o publicitário, o jornalístico, o humorístico) permitiu comprovar a tese de que também o gênero direciona o olhar para o referente e interfere no processo de referenciação. Afinal de contas, como se sabe, o gênero discursivo consiste em tipos relativamente estáveis de enunciados, sendo que estes refletem e refratam a realidade, por serem contaminados pela posição do enunciador no processo de interação verbal.

GUIMARÃES, Gustavo Miranda; MARCHESANI, Silvana. A referência e o referente: breves apontamentos a respeito da dinamicidade da categorização. **Revista Primeira Escrita**, Aquidauana, n. 1, p. 48-60, nov. 2014.

**THE REFERENCE AND THE REFERENT: brief notes on the dynamics of categorization**

### **ABSTRACT**

*This Article will accomplish notes about the dynamic nature of the categorization, the character of instability of referencing, having as corpus commercials and humorous videos about the Fiat 147, produced and published on different occasions. It's important highlight, beforehand, that the emphasis to be given by this article lies not in the car or even in advertising, humorous journalistic discourse, but in the referencing/categorization process conducted in the respective texts. It will be possible to notice, confirming the theory of instability of this whole process, that although the car Fiat 147, while real-world object, had not undergone major changes over the years, its characterization has undergone a process that began by the strengthening of its positive features and finished in almost exclusive emphasis on the negative bias. To achieve the purpose proposed here, initially, theoretical approaches will be weave about the referencing theory in general and, in particular, about the categorization process. Following analysis will be done about the vehicle concerning the way it was categorized, by advertising, trade press and by the humorous speech. The analysis of this referent from different discourse genres (advertising, journalistic and humorous) will also prove the thesis that gender also directs our gaze to the referent and interferes*

*in the referencing / categorization process, since it consists of relatively stable types of utterances, and these reflect and refract reality, being contaminated by the position of the enunciator in the verbal interactions.*

**Keywords:** Categorization. Discourse genres. Referencing.

## REFERÊNCIAS

- AUTOBR. **Fiat 147**: Comercial Antigo 1976 (*Vintage Commercial, Brazil*). [2007]. Youtube. Automóveis. Disponível em: <[http://www.youtube.com/watch?v=JuD9Om8Gt\\_Y](http://www.youtube.com/watch?v=JuD9Om8Gt_Y)>.
- BIO MASTER. **Fiat 147 Comercial antigo de lançamento 1976 Brasil**. [2013a]. Youtube. Pessoas e blogs. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=DJnT3uJk99s>>.
- BIO MASTER. **Fiat FIAT 147 Comercial de lançamento 1976, ponte Rio Niterói**. [2013b]. Youtube. Pessoas e blogs. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=XbsX6-8UR08>>.
- BAKHTIN, Mikhail. **Estética da Criação Verbal**. São Paulo: Martins Fontes, 2003.
- BEREZOVSKY, Sérgio. Fiat 147. **Quatro Rodas**, out. 2002. [Online]. Disponível em: <[http://quatrorodas.abril.com.br/classicos/brasileiros/conteudo\\_143483.shtml](http://quatrorodas.abril.com.br/classicos/brasileiros/conteudo_143483.shtml)>.
- KOCH, Ingredore Grunfeld Villaça. **Introdução à Linguística Textual**. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2013.
- PROPAGANDAS DE CARROS. Propaganda de Lançamento Fiat 147 1976 (02). Fiat Automóveis S.A. **Enfim, um carrão pequeno**. [Online]. Disponível em: <<http://www.propagandasdecarros.com.br/uploads/imgs/propagandas/big/e22424ed2fae1303028736998af0af95.jpg>>.
- PROPAGANDAS DE CARROS. Propaganda de Lançamento Fiat 147 1976 (04). Fiat Automóveis S.A. **Recorde na travessia Rio-Niterói**. [Online]. Disponível em: <<http://www.propagandasdecarros.com.br/uploads/imgs/propagandas/big/923912aeb9aa085c55e9d8191a59778a.jpg>>.
- PROPAGANDAS DE CARROS. Propaganda de Lançamento Fiat 147 1976 (05). Fiat Automóveis S.A. **Não é qualquer carro que pode fazer esta promessa**: subir e descer os 365 degraus da Penha como se estivesse numa rodovia. [Online]. Disponível em: <<http://www.propagandasdecarros.com.br/uploads/imgs/propagandas/big/2b85047edf6f1851621b930d1f07f7f1.jpg>>.
- TANNURE, Marcelo. **Fiat 147 Lamborguini Porsche racha**. [2011]. Youtube. Filmes e desenhos. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=Kxfm3nIN404>>.

## ANEXOS

ANEXO A – Fiat 147<sup>8</sup>

(4)

O X Salão do Automóvel só se pensava naquilo. Era a tal da crise do petróleo. Naquele fim de 1976, era a economia de combustível que pautava as atrações. Até a Chrysler, em seu Charger R/T, na época o mais caro automóvel nacional, fez modificações mecânicas que possibilitavam o uso de gasolina comum em lugar da azul (de maior octanagem e, portanto, mais cara). No estande da Volkswagen ocupavam lugar de destaque os protótipos movidos a álcool, alternativa ao petróleo, em grande parte importado.

Foi nesse Salão que a Fiat fez sua estréia brasileira. E a recém-inaugurada fábrica de Betim (MG) não poderia estar mais afinada com o momento ao apresentar o seu 147. Ele era uma completa novidade, mas não um segredo. Afinal, o carrinho já tinha sido visto em anúncios de TV enfrentando provas curiosas. Em uma delas, o carrinho desceu os 365 degraus da escadaria da Igreja da Penha, no Rio de Janeiro, para demonstrar a robustez da suspensão.

Derivado do 127 italiano, nosso Fiat concentrava as expectativas em torno do motor de 55 cavalos. Com 1049 cm<sup>3</sup> de capacidade cúbica, seu anunciado apetite comedido magnetizava as atenções. Além do baixo metabolismo, o motor transversal, solução inédita até então entre os nacionais, possibilitava melhor aproveitamento do espaço da cabine. Graças à boa altura, ninguém ficava cabisbaixo no seu interior. Quatro pessoas viajavam com certo conforto.

Dois anos depois da apresentação do 147L e do modelo standard, esse mais voltado para os frotistas, chegaram o GL - com o interior mais bem acabado - e o topo de linha, o GLS, com motor 1300. No mesmo ano foi lançada a picape, que inaugurou a moda dos pequenos utilitários derivados dos carros. Em 1979 saiu uma versão "brava", batizada de Rallye: seu motor era o mesmo do GLS, mas vinha com carburador de corpo duplo. Seguindo a trajetória inovadora, a Fiat lançou no mesmo ano o primeiro carro a álcool feito em série. **Novidade mesmo era a posição de dirigir do 147. Com o volante quase na horizontal, o motorista senta-se ereto, já que banco reclinável era opcional. Mas a "amplidão" da cabine compensava.**

No interior monocromático do modelo GL 1979, cor marfim Copacabana, que você vê nas fotos, o conforto é ainda maior que nos modelos mais simples. Ele veio equipado com bancos reclináveis de encosto alto, revestidos de veludo, tudo de série. **Passado o estranhamento com a posição, dirigi-lo é uma brincadeira. Os pedais, pequenos e próximos, são de acionamento suave, assim como a direção, leve porém sem assistência.** Entretanto, é preciso "esgrimir" com a alavanca até vencer a resistência do câmbio de quatro marchas em aceitar a primeira. Mas vale uma atenuante no caso do "nosso" GL: com apenas 7000 quilômetros rodados, o acionamento do câmbio apresentava o típico engate justo dos carros novos.

O motor 1050 é valente. Num comparativo feito pela QUATRO RODAS entre o 147 e a Brasília, sua rival (edição de janeiro de 1977), houve praticamente um empate, apesar de o concorrente da Volks contar com motor 1600 (mais precisamente 1584 cm<sup>3</sup>). Fez de 0 a 100 km/h em 20,5 segundos, contra 21. Perdeu por pouco na máxima: bateu nos 132 km/h, enquanto a Brasília chegou aos 136 km/h. Na média do consumo o 147 levou fácil: fez 13,04 km/l, enquanto a rival ficou nos 11,25 km/l.

Andando pelas ruas de São Paulo com o 147, percebe-se que a **suspensão encara o piso accidentado sem acusar os golpes**. Absorve bem as irregularidades e **não tremem nas curvas**. Aliás, no teste de lançamento (edição de novembro de 1976), o **Fiat foi considerado o mais estável carro nacional produzido em série**. Sua boa distribuição de peso e a grande distância entre-eixos em relação ao comprimento, mais os pneus radiais de aro 13, respondem pelo feito. No preço, Brasília e 147 andavam juntos, por volta dos 44

<sup>8</sup> Reportagem de Sérgio Berezovsky para revista Quatro Rodas de outubro de 2002. Disponível em: <[http://quatrorodas.abril.com.br/classicos/brasileiros/conteudo\\_143483.shtml](http://quatrorodas.abril.com.br/classicos/brasileiros/conteudo_143483.shtml)>.

500 cruzeiros, valor equivalente hoje a cerca de 20 000 reais.

O Fiat 147 logo ganhou status inversamente proporcional a seu tamanho. Fazia o gênero despojado-chique, que se contrapunha aos carros grandes e beberões, vilanizados naquela fase de humor instável dos sheiks do petróleo. Econômico, moderno e com a esbelteza dos seus 3,62 metros e 780 quilos, o carrinho virou logo figurinha fácil na paisagem brasileira.<sup>9</sup>

#### ANEXO B – Fiat 147 e Lamborghini em um Racha<sup>10</sup>

(5)

Outro dia, eu estava na estrada com o meu FIAT 147 e, como era de se esperar, a jabiraca quebrou.

Então, encostei o "Podrão" no acostamento e fiquei esperando alguém passar para me dar uma ajuda, né?

Fiquei esperando... até que apareceu um Lamborgini Diablo, bi-turbo, a 170km/h.

[UAU!]

Aí, eu pedi uma ajuda, né?

Nisso, o cara da Lamborgini dá marcha-ré e volta até o FIAT.

Ele se ofereceu para rebocar a porcaria do FIAT. Eu aceitei a ajuda, mas pedi para ele não correr muito senão a jabiraca desmontava.

E combinei que piscaria o farol toda vez que a Lamborgini estivesse correndo demais. Então, a Lamborgini começou a rebocar a jabiraca e toda vez que passava de 60 km/h, eu fazia sinal com o farol (no singular mesmo), porque para variar um deles estava em curto e não funcionava.

E o cara da Lamborgini ia puxando... aquela 'batedeira' a 60 km/h, no máximo, morrendo de tédio...

Então aparece um Porsche, que intima, chama no farol. A Lamborgini não deixa barato e vai pro pau!

120, 130, 150, 190, 210, 240 Km/h...

Eu já tava desesperado, piscando o farol... que nem um louco. E os dois alinhados...

Os caras passam por um posto policial, mas nem vêm o radar, que registra (impressionante!) 260 km/h!!

Então, o policial avisa pelo rádio o próximo posto:

- Atenção Unidade 2, um Lamborgini vermelho e um Porsche preto disputando racha a mais de 260 km/h na estrada, e juro pela alma de minha mãe: um FIAT 147 piscando o farol para ultrapassar!!!

Recebido em 20 de junho de 2014.

Aprovado em 30 de julho de 2014.

<sup>9</sup> BEREZOVSKY, 2002, grifos nossos.

<sup>10</sup> Adaptação e transcrição de Tannure (2011). Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=Kxfm3nIN404>>.