LINGUAGEM: LIBERDADE OU PRISÃO?

A linguagem é a mediadora entre o homem e a realidade. Por isso, é impossível desvinculá-la das questões sociais. Na verdade, ela tem um papel social determinante. Através de um trabalho com alunos do 2º Grau, a professora Cláudia Lukianchuki demonstra o poder transformador da linguagem e sua utilização "programada" nos noticiários das campanhas políticas em jornais da Grande Imprensa de São Paulo.

É de relevante importância o papel da educação escolar e como se estuda a língua materna: não de forma isolada (amontoados de regras gramaticais, análise de textos desconectados do estudo da língua e sua estruturação), mas enquanto discurso-texto.

Partimos do pressuposto de que a escola não pode ser concebida para um mundo sem receptores críticos e cabe a ela preparar esses mesmos receptores, tirando-os da passividade, instigando-os a ler o mundo, lendo-se também através dele. Se existe alienação, o imperativo é que se procure alterar tal realidade. Tarefa nada fácil, mas necessária.

Ao estudar a importância da linguagem verbal no processo de Comunicação e seu relevante papel na atividade intelectual do Homem, verifica-se que a relação entre emissor-receptor nos discursos, em geral, evidencia uma intencionalidade que visa a estabelecer ou a retomar valores tocando nos pontos mais sensíveis do processo de Comunicação Social.

É objeto deste estudo/relato, no tocante à comunicação, deter-se na linguagem verbal escrita e mostrar como ela tem poder ou como é usada como poder. Se a palavra tem poder, a palavra escrita tem mais poder ainda. E aí está o papel do professor de língua materna: não só fazer conhecer os mecanismos lingüísticos, mas também saber comunicá-los. Conhecer não é saber comunicar.

Percorrendo ainda os caminhos desta reflexão, convém lembrar que as visões do mundo se materializam na linguagem e assim é

A AUTORA

Cláudia Lukianchuki
Professora da Escola Técnica Federal de São Paulo e mestranda em Ciências da Comunicação pela ECA-USP.

possível perceber diferenças lingüísticas entre os interlocutores gerando, às vezes, uma "comunicação deficiente": a dificuldade para compreender a fala/escrita do outro faz com que se esconda a "verdadeira" mensagem que subjaz ao discurso. As pessoas são assim sujeitos e/ou objetos consciente ou inconscientemente.

A linguagem age sobre o comportamento das pessoas e não é só um dos elementos, mas também um dos co-criadores da Cultura;

sendo assim, existe uma eficiente comunicação se houver um bom conhecimento lingüístico entre as pessoas envolvidas no processo.

Todo discurso tem intencionalidade, na medida em que busca fazer crer naquilo que se transmite. Desvendar esses caminhos é próprio de uma recepção crítica.

É importante mais uma vez ressaltar que há uma influência do contexto sócio-cultural no discurso lingüístico, e a atuação deste discurso nos mecanismos das transformações dos sistemas sociais e culturais constituem aspectos significativos da linguagem, ou seja, as relações estabelecidas entre o discurso lingüístico e o fazer sócio-cultural.

Língua é comunicação, mas é também princípio de classificação social, representando prestígio social ou não conforme o nível do falante. São chamados "cultos" os falantes que têm condições de variar a sua linguagem em função das situações de comunicação e essa é a grande diferença entre os falantes "cultos" e os ditos "incultos": saber montar e desmontar os "jogos da linguagem verbal" e também variar a própria linguagem.

O conhecimento do verbal, nos diferentes tipos de discurso, fornece elementos substanciais para a verificação do grau de persuasão/convencimento/manipulação entre os interlocutores. O que quer dizer que, em geral, existe uma relação de dominante e dominado (em maior ou menor grau), conforme a competência lingüística de cada um.

Se a linguagem verbal revela o indivíduo, também revela o grupo social.

As pessoas interagem na comunicação, lutam pela palavra ainda que de forma intuitiva.

RELATO DE EXPERIÊNCIA

Após as reflexões acima, que têm como objetivo ressaltar a importância da linguagem verbal para o ser humano, vamos deter-nos em experiências, melhor dizendo, parte das experiências feitas em sala de aula com alunos de segundo grau de uma escola pública.

Como pré-requisito para este trabalho, esclareço que é comum, no início de cada curso, traçar o perfil da classe, o que me facilita perceber em quais

pontos devo atuar para atingir o meu intento. Para isso, os alunos respondem a um questionário que, além das informações pessoais, contém outras de caráter sócio-cultural, que vão nortear o meu trabalho. Os quesitos mais significativos versam sobre música, televisão, cinema, teatro, leitura de livros, jornais e revistas, e a eles são acrescidos dados sobre a dificuldade ou não de escrever, comentário sobre um pequeno texto e também falar um pouco de si mesmo: os anseios, os sonhos, os medos, as esperanças e os ideais.

De posse desses dados, chega-se ao perfil da classe. Ainda que seja uma indicação não tão profunda, torna-se possível obter elementos importantes para o trabalho que se quer executar.

No caso da amostra escolhida para este relato, a classe revelou um perfil, no tocante à leitura, mais voltado para as amenidades, ou seja, a leitura de livros, em geral, é pouco eficiente: por um lado, pouco se lembra dos livros obrigatórios nas atividades escolares; por outro lado, outras obras lidas tangem o superficial: os best sellers internacionais ou os livros da moda. No que se relaciona à leitura de jornais e revistas, a resistência é mais acentuada: pouco se lê ou, quando se lê, as seções escolhidas são as de praxe: esportes, cadernos que focalizam cinema, espetáculos, colunas sociais e notícias, principalmente as mais trágicas.

Apesar da crise pela qual passamos no Brasil, verificamos que a questão financeira não é determinante, embora pese e muito; outras alternativas podem ser encontradas para se desenvolver um trabalho envolvendo emissão, recepção e linguagem em textos jornalísticos, por exemplo.

Dessa forma,

nosso ponto de partida foi a palavra escrita (lida), mas o ponto de chegada é todo e qualquer tipo de palavra: a lida, a vista, a ouvida e a falada.

A primeira etapa do nosso trabalho consistiu em fornecer jornais a cada aluno. Em seguida, foi pedido a ele que escolhesse uma parte qualquer e lesse individual e silenciosamente. No próximo momento, foi aberto um círculo e todos deveriam dizer o que leram.

O professor deverá estar atento às exposições dos alunos e observar/analisar o tipo de leitura feita: existem aqueles que apenas reproduzem o que lêem, outros fazem uma leitura relativamente crítica do texto e ainda há os que decodificam inadequadamente a mensagem ou parte dela. Essa etapa é significativa, pois é a que vai determinar qual o caminho a ser trilhado a partir daí.

No nosso caso, detectamos uma boa parte de receptores parcialmente passivos – fizeram uma leitura predominantemente reprodutiva – o que nos incentivou a buscar o caminho da análise de discursos jornalísticos, oferecendo condições para uma recepção crítica.

Nossa segunda etapa foi selecionar um assunto que interessasse a todos e o escolhido foi a campanha eleitoral dos candidatos Luís Inácio Lu-

la da Silva e Fernando Henrique Cardoso. A escolha não foi aleatória. Dois assuntos foram verificados nas exposições de mais de um aluno: os esportes e as campanhas eleitorais. A importância deste último definiu a nossa decisão, não só do ponto de vista do conteúdo, mas também da linguagem, considerando as notícias veiculadas pelo jornal *Folha de S.Paulo*, nos meses de maio e junho (primeira quinzena) de 1994.

Durante esse período, os alunos foram fazendo a leitura das notícias e, de forma segmentada, fomos fazendo a análise; e desta ao todo, levando em conta o período tomado como base.

Como elucidação, passamos a analisar alguns destes segmentos. Um deles se ocupou em observar o espaço que era reservado a um e outro candidato. Assim tomamos como exemplo o jornal do dia 02 de junho e pudemos observar que foram feitas referências diretas ou indiretas aos candidatos. As diretas consideramos as que usam os nomes dos candidatos e as indiretas as que fazem alguma relação com os mesmos. Nesse dia, quantitativamente falando, para Lula foram reservados oito espaços com colocações diretas e um com colocação indireta; para Fernando Henrique encontramos doze espaços com colocações diretas e dois espaços com colocações indiretas. Ainda cito outro dia – 19 de maio. O mesmo ocorreu, ou seja, os espaços, ocupados por Lula, foram quinze e os ocupados por Fernando Henrique, dezessete, sendo inclusos aí os indiretos, três e dois respectivamente.

O que se percebeu, pelo menos nos dias selecionados, foi a mesma tendência, ou seja, mais espaço para Fernando Henrique e menos para Lula,

embora, em algumas vezes, a colocação se inverta. Mais espaços utilizados fixam melhor a imagem do candidato, não se podendo desprezar esse dado que vem comprovar, de certa forma, uma preferência.

TRABALHANDO COM AS MANCHETES

Para que pudéssemos responder a essa questão, procuramos analisar outros elementos: partimos então para a leitura das manchetes das notícias. Isso fez com que percebêssemos os valores eufóricos (positivos) e os disfóricos (negativos), que faziam referências aos candidatos e/ou às campanhas de cada um.

Para exemplificar a questão acima, tomamos como exemplo o jornal do dia 09 de maio e apresentamos as manchetes:

Sobre o Lula:
– "Lula diz em Nova Iorque que vai renegociar a dívida";
– "Lula diz que vai rever acordo da dívida";

– "Líderes indígenas recebem petista";
– "Mercadante critica exigência de credores";
– "Partido quer detalhes sobre real";
– "PSDB da Bahia decide apoiar Lula".

Sobre o FHC:
– "O PSDB está nu".

Sobre os dois:
– "Campanha começa com gastos irregulares: Contribuições a Lula são registradas como doações ao PT; FHC tem despesas com aviões antes da convenção";
– "FHC pode ter o dobro do tempo de Lula: Aliança com PFL e PTB aumenta tempo do senador; candidato do PT diz não se preocupar com diferença".

Como se pôde observar, as manchetes acima tendem a valorizar positivamente o candidato Lula (aparentemente), pois, embora não haja colocações negativas, as positivas não recebem destaque, predominando aí uma certa neutralidade; já para o candidato Fernando Henrique Cardoso, houve uma tendência aos valores disfóricos.

Jornal do dia 14.05

Sobre Lula:
– "Lula não tem competência, afirma FHC";
– "Petista não sabe como governar, diz Quércia";
– "Para Lula, senador está desesperado".

Sobre FHC:
– "Com o sindicalista Antônio Roxo, FHC vê obra em Osasco; para ele Lula foi incompetente como deputado";
– "Tucano populariza discurso e ataca 'ricos'";
– "PFL e PTB tentam fortalecer candidatos";
– "FHC começa campanha sem programa";
– "Candidato enfrenta obstáculos";
– "Aliança mancha a história do PSDB";
– "Dissidentes questionam acordo".

Sobre os dois:
– "Ninguém é anjinho".

Nesse dia, as manchetes valorizam disforicamente ambos os candidatos, no entanto há uma diferença: para Lula só o negativo teve destaque; para FHC, não, havendo, inclusive, uma tendência a mostrar sua força enquanto candidato, rumo a uma aproximação com o povo. Este é uma dado positivo forte que se choca com um outro negativo – campanha sem programa.

Uma outra idéia que nos pareceu muito pertinente foi analisar as manchetes com seus valores disfóricos ou eufóricos conforme os espaços ocupados. Por quê? Entendemos que uma manchete com valor disfórico pode minimizar esse caráter dependendo do lugar em que esteja. Entretanto isso não foi verificado, apesar de interessante. Fica, então, como uma proposta.

Dando prosseguimento ao trabalho realizado com os alunos, uma outra etapa foi muito profícua: ir diretamente aos textos e analisar alguns de seus segmentos, ou mesmo compará-los com outros segmentos do mesmo jornal, ou ainda compará-los com informações dadas em outros dias.

Assim sendo, algumas situações vêm ratificar o que refletimos no início do nosso texto/relato: o poder da linguagem.

É preciso ler as linhas e as entrelinhas, ler sentidos e não apenas palavras, não se dispensando a comparação, o confronto no próprio jornal ou, se possível, em outros jornais

– o que vai enriquecer mais ainda as nossas informações, os nossos conhecimentos.

A propósito: há uma polêmica envolvendo a ombudsman (profissional cuja atribuição é criticar o jornal sob a perspectiva do leitor) do jornal *Folha de S.Paulo* – Júnia Nogueira de Sá: esta acusa o jornal de "fernando(h)enricar-se" e aquele se defende dizendo-se apartidário. Não entraremos no mérito dessas questões (não é o nosso propósito ou também é?), porém procuraremos, através delas, desvendar ou apontar alguns mecanismos da linguagem evidentes, sem entrarmos em colocações teóricas mais profundas.

JOGOS DA LINGUAGEM

Passaremos, então, a exemplificar alguns casos que sejam reveladores deste "jogo" da linguagem.

Jornal do dia 26.06.94

Manchete da 1ª página: "Coisa justa vale mais que lei, diz Lula".

Subtítulo abaixo da manchete: "Candidato do PT defende utilização de carros de som de sindicatos em comícios, proibida pela justiça".

No texto (a notícia), comenta-se que Lula disse (e reproduz a fala dele):

"Entre a lei e a coisa justa e legítima, eu sempre digo que o justo e o legítimo é muito mais importante".

Ainda, na primeira página, também há uma referência ao Fernando Henrique Cardoso. A manchete, abaixo da sinopse sobre Lula, menos destacada, diz: "FHC usa recursos do Senado".

Ressaltamos que a manchete sobre Lula, enquanto extensão, toma toda a página do jornal e é a primeira; já a manchete sobre FHC está no canto alto à direita e abaixo do que se escreveu sobre Lula.

Na sinopse da notícia – primeira página – não há declaração alguma de FHC. O jornal não o procurou?

No interior do jornal, a notícia sobre Lula aparece em primeiro lugar – página 6 e sobre FHC está na página 9.

Através do "chapéu" (palavra ou expressão que fica acima do título) "Polêmica", reforça-se mais o valor disfórico da declaração de Lula: para Lula, a lei pode ser desrespeitada.

Por que o jornal não procurou discutir se toda lei é justa? E justa a quem? O que estava implícito por trás das declarações de Lula?

Na página 9, encontramos, sob o "chapéu" "Com dinheiro público", "FHC usa estrutura do Senado na campanha – Candidato utiliza telefones, fax e funcionários do gabinete do Senado; TSE considera o fato crime eleitoral".

Lendo a notícia, além dos comentários sobre o uso denunciado, há uma declaração do corregedor eleitoral de São Paulo, Márcio Martins Bonilha, concordando com o Tribunal Superior Eleitoral: "não há nenhuma diferença entre o uso desses equipamentos e o do caminhão de som de um sindicato usado pelo candidato do PT, Luís Inácio Lula da Silva, para fazer comícios".

Ora, será que esse fato foi menos grave que o cometido por Lula? Por que ele não teve o mesmo destaque? O que é mais grave: usar o dinheiro de toda uma nação ou o dinheiro do sindicato (que de certa forma está apoiando o candidato)? Não se trata de tomar partido, mas apontar os interesses evidentes ou subentendidos, ainda que inconscientemente, por parte de quem os emitiu.

Ainda sobre essa mesma questão, no jornal do dia 09.05, página 6, a manchete foi: "Campanha começa com gastos irregulares: Contribuições a Lula são registradas como doações ao PT; FHC tem despesas com aviões antes da convenção".

Atente para o fato de que, apesar do erro dos dois candidatos, ainda é Lula quem tem o destaque, sendo citado em primeiro lugar no subtítulo, o que vem a reforçar mais o seu ato.

No jornal do dia 04.06, a manchete que toma a primeira página do jornal é: "Campanhas estão irregulares, diz TSE".

Obedeceu-se à lei agora? Por que aparece o termo genérico "campanhas" e não nomes dos candidatos em destaque?

Há um trecho da notícia que diz "Até o momento somente o PT encomendou bônus à Casa da Moeda. Eles não foram entregues porque o partido ainda não cumpriu detalhes legais para o recebimento". Por que esse fato não teve destaque, uma vez que ele revela o

direcionamento correto e mais ainda o único partido que até então tinha solicitado?

No jornal do dia 1° de junho, página 8, a manchete é a seguinte: "Verbas federais privilegiam reduto tucano: Todo dinheiro do DNER destinado às cidades de Minas foi para Contagem, onde PSDB fez a sua convenção".

Logo abaixo, no primeiro parágrafo da notícia, lê-se: "A prefeitura de Contagem, reduto do PSDB onde Fernando Henrique Cardoso lançou sua candidatura, recebeu US$ 2,4 milhões do DNER em 93 e 94, na forma de transferências negociadas entre governo federal e municípios".

E continua a denúncia no segundo e no terceiro parágrafo:

"O montante corresponde ao total da verba repassada pelo órgão no período aos municípios de Minas para obras e instalações";

"As transferências começaram em agosto de 93 e coincidem com o período de gestão de Fernando Henrique no Ministério da Fazenda".

Por que não se fez, nesse caso, uma manchete contundente?

Exemplos:

"FHC privilegia reduto tucano enquanto era Ministro da Fazenda";

"Os vícios estruturais se revelam no Ministro Fernando Henrique Cardoso";

"FHC nem era candidato e já privilegiava o reduto tucano".

A LINGUAGEM MASCARA OU DESMASCARA

Veja que nas manchetes produzidas o efeito seria outro. Portanto,

conforme o emissor, a linguagem pode mascarar ou desmascarar ou ainda diminuir a intensidade do valor negativo que se expressa.

O jornal cumpre o seu papel de noticiar o fato, mas não o reforça.

Outro detalhe: a manchete não traz o nome de FHC (o que é positivo) e nem destaca a gravidade do que se denuncia no texto. Procedendo assim, minimiza o fato.

No dia 05.06, página 12, o jornal coloca a seguinte manchete: "Candidatos correm atrás da bola na Copa: 'Sou ruim de futebol, mas sempre gostei', afirma FHC; Lula e Amim juram ter intimidade com o esporte".

De acordo com o que se pode observar na citação anterior, Lula, que era sempre citado em primeiro lugar em relação a outros candidatos, agora está em segundo. Será por que o assunto é futebol? Fernando Henrique, segundo suas declarações, é ruim, mas mesmo assim recebeu destaque (primeiro plano da citação).

Retomando o mesmo assunto – futebol – no dia 07.06, página 8, a manchete é a seguinte: "PT usa até a Copa em pregação otimista: Par-

tido quer desfazer imagem de radical e vender idéia de que país pode dar certo; telões vão transmitir jogos".

Algumas palavras são extremamente fortes e negativas: "usa", "Vender idéia" e mais, abaixo de uma foto, nesta mesma página, lê-se: "Luís Inácio Lula da Silva (PT) toma Skol Bock, cerveja de inverno com maior teor alcoólico.". Será que é uma informação inocente, desprovida de uma intencionalidade mais ácida?

Neste dia se coloca que PT usa a Copa e, no dia 05.06, conforme vimos anteriormente, não há idéia de uso? Todos não querem tirar proveito da Copa? Por que uma notícia só para o PT, já que o mesmo foi citado também no dia 05.06?

No dia 05.06, página 12, há uma notícia que confirma o uso por todos: "Regime militar usou vitória do time de 70".

Então, por que o destaque ao PT?

PARTICIPAR OU NÃO PARTICIPAR

Com essas exemplificações não pretendemos esgotar o assunto, mas apenas que elas apontem para uma leitura mais crítica, caracterizando, assim, receptores ativos.

A proposta feita aos alunos é bastante ampla e complexa. Não se pretendeu resolver a polêmica entre a ombudsman e o jornal, mas apenas indicar os jogos da linguagem, independentemente deste ou daquele candidato. O objetivo maior foi a linguagem e de que maneira ela serpenteia tais situações. Há porta e chaves, resta-nos saber usá-las adequadamente.

Também não foi propósito nosso exaurir as questões da linguagem ou mesmo sistematizar algumas normas ou regras: o grande intento foi provocar, apontando alguns elementos nos discursos abordados.

É bom sempre lembrar que

a linguagem é a mediadora entre o homem e a realidade. O Poder se exercita via palavra.

Daí ser fácil concluir o que acontece com as pessoas sem instrução em um país subdesenvolvido: elas são tragadas pelo discurso dos mais espertos, o pretenso discurso competente.

Participar ou não participar, eis a questão. Somente a linguagem da participação poderá desmascarar o poder do emissor. Cabe, enfim, a cada um decidir (se puder) entre a participação ou a alienação.

E mais... Todos somos educadores a vida inteira, de nós mesmos e dos outros.

Que assumamos o nosso papel!