

VOZES E TEXTOS ATRAVESSANDO O TECIDO METAFÓRICO QUE MASCARA O SENTIDO

Abstract

Each time more the world imposes upon the man information for whose interpretability nor always it is prepared. To understand the different texts that in surround them demands an ability obtained through strategies of awareness of the projects of the language and of the intertextual and interdiscursive perception of game that they mask the polyphony and the ideology gifts in any it sins discursive. To disclose possible the mean ones and to form less innocent readers, I consider the discloseness of the proper stage of the language in texts condensed, but highly argumentatives: the newspaper head-lines, the charge, the language of the propaganda. In the search of the real intentionality established in the author/reader relationship it is that the practical reader becomes politics and citizen more and, therefore, more efficient.

Key words: text. Intertextual and interdiscursive perception. Polyphony.

Nós, professores de Língua Portuguesa, encontramos uma séria resistência de nossos alunos que não reconhecem, muitas vezes com razão, a validade de, durante toda sua vida escolar, serem avaliados em uma disciplina que de certa forma dominam, por trazerem internalizado o sistema que possibilita o uso pragmático para suas interações mais imediatas.

Fazê-los entender que, além deste registro, há outras possibilidades de expressão cujo domínio vai facilitar a sua prática interlocutiva, é uma função a que nos devemos propor a fim de abrir os canais do conhecimento e inserirlos num mundo mais crítico e participativo. Precisamos esclarecer que através da língua e das estratégias de argumentação vamos convencer e impor nossos pontos de vista, e sofrer, também, por parte do Outro um processo de persuasão nada inocente, marcado pela ideologia e pela subjetividade, num jogo de ocultamentos e revelações, determinado pela intencionalidade dos falantes.

Partindo, então, dessa necessidade, surgida em sala de aula, interessei-me pela pesquisa dos mecanismos que levariam os alunos de Língua Portuguesa a uma competência de leitura e de produção textual mais eficiente, caso fossem trabalhados certos conceitos estruturadores da linguagem, tecidos a partir de uma rede de significados abonados pela cultura da formação social na qual todos nós estamos inseridos.

Tomei como ponto de partida dois preceitos teóricos, a metáfora conceitual e a intertextualidade que são regidos pelo mesmo princípio: dois textos num único contexto, permeados por uma polifonia que merece ser desvelada por leitores mais atentos.

Fazia-se, ainda, necessário mostrar-lhes que todos os textos que produzimos, orais ou escritos, apresentam um conjunto de características relativamente estáveis, que vão configurar os diferentes gêneros textuais organizados através de três aspectos básicos coexistentes: o tema, o modo composicional (a estrutura) e o estilo (usos específicos da língua).¹ É a situação interativa que vai condicionar a escolha do gênero mais apropriado para uma dada ocasião, de acordo com os objetivos pretendidos.

A compreensão sobre a dicotomia diversidade / unidade do universo textual vai ser bastante relevante para as habilidades aqui pretendidas, já que quanto mais expostos aos diferentes tipos, gêneros e modos discursivos, mais o aluno estará ambientado com a variedade disponível e, assim, mais qualificado a fazer previsões, traçar objetivos de leitura e estabelecer hipóteses adequadas a cada caso. Estes textos passarão a ser catalogados em sua memória com base em modelos pré-determinados, numa prova de que tudo o que se diz ou se lê já foi dito e lido, o anterior se constitui no atual em novas condições de produção, numa nova representação semântica.

¹cf. BAKHTIN, Mikhail.

À medida que o aluno se apropria desse universo, poderá perceber o caráter dialógico entre os muitos textos da cultura que se instalam no interior de cada texto determinando o seu sentido, ficando, portanto, patente a primazia do intertextual sobre o textual.

Não podemos deixar de apontar, ainda, que os textos e vozes que cruzam as formações discursivas são engendrados por uma linguagem marcada pelo sistema metafórico que estrutura nosso pensamento. A metáfora, com enfoque conceitual, perde o caráter ornamental tradicional e se baseia num processo de compreensão socializado, apoiado nas experiências estruturais, ontológicas e espaciais, que se organizam em domínios mentais, acrescido de um outro processo atrelado a aspectos individuais e/ou subjetivos.

Como nossos alunos, normalmente, precisam ser seduzidos para a leitura, escolhi, para o rito de iniciação desse processo de compreensão textual, três gêneros que se caracterizam por serem condensados, por serem altamente persuasivos e por transitarem em nosso cotidiano: a manchete jornalística, a propaganda e a charge. Esses discursos são capazes de mascaramentos que vão exigir um leitor capaz de ler os pressupostos e fazer as inferências necessárias para uma interpretação mais competente.

O tema escolhido foi a eleição presidencial de 2002 e tanto nas manchetes jornalísticas, quanto nas charges e nas propagandas, há um farto material para comprovar que os recursos metafóricos e intertextuais são mais evidentes no campo da política, daí ter optado pelo levantamento das ocorrências e pelo desvelamento da intencionalidade do enunciador, como forma de aguçar o espírito crítico do leitor, num assunto em que ele precisa ser menos ingênuo para poder, também, ser mais atuante e responsável.

Na verdade, o processo eleitoral de 2002, iniciou-se no meio do segundo mandato do Presidente Fernando Henrique e, em setembro de 2000, a Veja já lançava na capa de sua revista alguém de terno e gravata, com o rosto de um lobo segurando uma máscara de cordeiro, numa alusão intertextual à fábula, com o seguinte texto: **LOBOS Á CAÇA DE VOTOS**, num alerta à atuação dos maus políticos.



Começa, assim, O VAIVÉM NOS PARTIDOS PARA A PRÓXIMA ELEIÇÃO (O Globo, 01/10/01, p.4) e a metáfora estrutural de percurso toma força na linguagem. 'EFEITO ELEIÇÃO FAZ 21% DO ELEITORADO SIMPATIZAR COM O PT (Folha de S. Paulo, 07/10/01, p. A10), criando, dessa forma, caminho para que o candidato natural do partido, Lula, comece a se movimentar nesse cenário, procurando um discurso menos radical, o que traz à tona muitas discordâncias internas: DEBATE ESQUENTA NO PT – PROGRAMA ECONÔMICO MODERADO ABRE CRISE INTERNA ENTRE AS CORRENTES DO PARTIDO (O Globo, 18/06/01, p. 3 – *metáfora ontológica que trata o debate como uma substância que pode ser aquecida*) e ALA ESQUERDA ACUSA LULA DE DOMESTICAR PT (Folha de S. Paulo, 21/10/01, p. A7, *metáfora que atribui ao partido características de animal indomável e, por extensão, de partido que não faz concessões políticas para se beneficiar*). Há quem diga até que O PT "DESMERENGOU" (Título do artigo de Fritz Utzeri, Jornal do Brasil, 24/02/02, p. 11, *nessa manchete, o uso das aspas, segundo Mainueneau (2001,158,9), vai caracterizar um tipo de modalização autonímica de não-coincidência das palavras consigo mesmas,*

já que o enunciador usa em seu enunciado uma palavra cujo sentido ambíguo está salientado para que o co-enunciador assuma a tarefa de fazer as associações pertinentes e tenha a sua atenção despertada para aquilo que pretende desenvolver na matéria).

Como não podia deixar de ser, esse processo precoce sofreu, nesses dois anos, vários desvios de rota. A mais expressiva foi a ascensão e queda de Roseana Sarney que surgiu, repentinamente, no cenário sucessório como um caso típico de um trabalho que está mudando a feição das eleições: o “marketing” político. Profissionais gabaritados trabalham a imagem do candidato como se fosse um produto exposto à venda, tornando-o conhecido e dando a ele uma embalagem sedutora.

A partir de então a imagem da candidata-mulher, bonita, nordestina e vencedora vai se delineando, ROSEANA NEGA, MAS É CANDIDATÍSSIMA À SUCESSÃO DE FERNANDO HENRIQUE (O Globo, 30/09/01). *Nessa manchete há duas ocorrências interessantes: o substantivo que está adjetivado no grau superlativo sintético, numa combinação bastante expressiva, já que esta é uma palavra não suscetível de gradação; e a polifonia instaurada pelo mas, um operador argumentativo que permite contrapor as vozes de dois enunciadores, sendo que E2 se assimila ao locutor.*

SUBIDA DE ROSEANA NAS PESQUISAS ACENDE A LUZ AMARELANO PT DE LULA (O Globo 20/12/01, p. 3) *Em todas as manchetes há a presença de metáforas absolutamente corriqueiras, sendo que na última, a metáfora orientacional comprova que o que está acima é bom e, nesse caso, pode ameaçar.*

CANDIDATA PRONTA PARA A GUERRA (O Globo, 23/11/2001, p. 8), teria que enfrentar vários desafios, inclusive a investigação do Ministério Público na empresa em que era sócia com o marido, o que leva tudo a perder: ROSEANA TROPEÇA NO DINHEIRO (Jornal do Brasil, 11/03/02, p. 1) cuja procedência não souberam explicar. A governadora cai nas pesquisas, SEM ROSEANA, PFL PERDE A

BÚSSOLA (Jornal do Brasil, 13/03/02, p.13). *Nesse parágrafo há linguagem metafórica em abundância, sendo que a guerra e o percurso são muito recorrentes nesta prática enunciativa.*

Como não podia deixar de ser as coisas voltam a tomar o seu lugar, os partidos, praticamente, FALANDO A MESMA LÍNGUA (O Globo, 04/11/1, p. 3) prosseguem na disputa pelo eleitorado, tentando vender o seu diferencial, expondo suas embalagens sedutoras e usando a competência de seus publicitários para que os eleitores os comprem no ponto final de venda (a urna). É interessante observar que, talvez, por haver, no país, um clima muito forte de exposição de candidatos, com técnicas evidentes de venda de imagem, as empresas usaram pouco o mote das eleições para vender os seus produtos.

O jargão das pesquisas se vulgariza de tal forma que mesmo termos específicos daquela área de conhecimento passam a fazer parte de um conhecimento partilhado por grande parte da comunidade lingüística, daí ser usado pela propaganda com a tranqüilidade de que a mensagem terá “índice zero de incompreensão”.



INCRÍVEL COMO O ÍNDICE DE REJEIÇÃO DO SEU CARRO VELHO ACABA DE SUBIR. – APROVEITE E FAÇA UM TEST-DRIVE NO NOVO FORD FIESTA (O Globo – Projetos de Marketing, 26/07/02).

Observa-se nesse anúncio o oposto do que normalmente ocorre nas metáforas espaciais em que o que é mais, o que é positivo ou bom

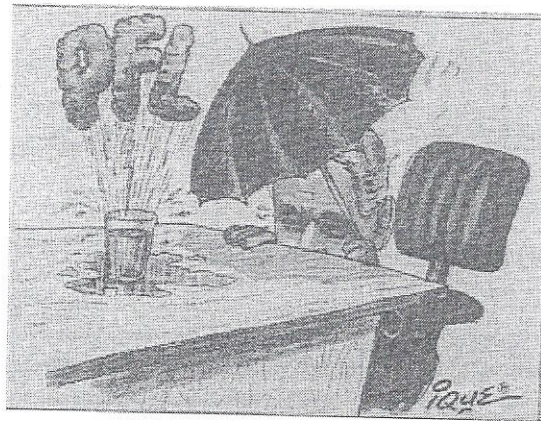
Aqui os prováveis candidatos estão na arena, demonstrando suas habilidades, comandados pelo mestre-de-cerimônia FHC: Garotinho, numa associação com o nome permanece na platéia encarnando o papel de criança; Roseana, que na ocasião da publicação permanecia como a grande surpresa do processo, equilibra-se numa zebra, num simbolismo que se explica; Serra, Tasso Jereissati e Paulo Renato, postulantes a candidato pelo PSDB, montam em uma vaca que afunda no brejo, numa alusão à pouca expressividade até então alcançada; Lula e Ciro se esforçam para chamar a atenção, enquanto Itamar Franco e Enéas nada fazem, mas por outro lado permanecem em cena.

Chico é um autor que tem uma expectativa alta em relação ao seu leitor, pois suas referências intertextuais prevêm um público com um conhecimento abrangente na área das artes em geral e atento às informações do cotidiano. Na charge a seguir ele faz uma alusão ao Poema de Sete Faces de Carlos Drummond de Andrade (“Mundo mundo vasto mundo,/ se eu me chamasse Raimundo,/ seria uma rima, não seria uma solução.”) e mostra que ao espelho, e somente a ele, o narcísico FHC pode confessar o seu real desejo: “lavar a mão”, metáfora corpórea com base na experiência: ao se lavar as mãos, limpa-as da sujeira que certamente algumas ações acarretam. Nessa ocasião, a subida da aliada Roseana Sarney nas pesquisas tirava as chances do candidato do governo e requeria uma tomada de posição do presidente, no mínimo constrangedora.



(O Globo, 23/11/01)

Discursivamente, interessante é a representação chargística dos provérbios que, ao serem proferidos por políticos, ganham traços figurativos caricaturais com efeitos de humor e mordacidade. Na produção abaixo, Ique cria uma nova enunciação para o enunciado de FHC ao se referir às ações do PFL, no caso Roseana Sarney, como uma tempestade em copo d' água, provérbio popular que traz à superfície a voz de um saber proferida e partilhada em uma determinada cultura, sem fonte determinada, mas resguardada no tempo pelo eco polifônico repetido em outras enunciações.



(Jornal do Brasil, 08/03/02)

Essa seleção é apenas um recorte de um material bastante variado que vai ser dosado e adequado, dependendo do grau de leitura que o leitor em questão suporta. Por estar sempre em formação, à medida que for agregando em seu acervo cognitivo estágios superiores de conhecimento, o professor poderá ampliar também suas abordagens a fim de estimular leituras mais desviantes no que se refere ao grau metafórico, evoluindo para textos cada vez mais literários.

REFERÊNCIAS

- BAKHTIN, Mikhail. *Estética da criação verbal*. São Paulo: Martins Fontes, 1997.
- LAKOFF, George e JOHNSON, Mark. *Metaphors we live by*. Chicago: The University of Chicago Press, 1980.
- MAINGUENEAU, Dominique. *Análise de Textos de Comunicação*. Tradução de Cecília P. de Souza e Silva e Décio Rocha. São Paulo: Cortez, 2001.