

Identidade lingüística: regionalização ou padronização?

Debora Cristina Lopez e Ivo José Dittrich*

Índice

1 Introdução	2
2 Identidade lingüística	3
3 Identidade e jornalismo televisivo	4
4 Jornal da Tarobá <i>versus</i> Jornal da Band	5
5 Considerações Finais	8
6 Bibliografia	9

Resumo

A produção televisiva trabalha, em seu cotidiano, com características e elementos de identificação regionais. No telejornalismo, entretanto, em muitos momentos nos deparamos com produções padronizadas, que não utilizam, em sua construção argumentativa, elementos lingüísticos que visem à criação de uma identidade junto ao público. Este processo de construção da identidade lingüística se dá através do regionalismo

*Debora Cristina Lopez é mestre em Letras pela Unioeste, graduada em Comunicação Social – Jornalismo pela UEPG e professora do curso de Comunicação Social – Jornalismo do Centro Universitário FIB. Ivo José Dittrich é doutor em Lingüística pela UFSC, mestre em Filologia e Lingüística da Língua Portuguesa pela UNESP, graduado em Letras pela FECI-VEL e professor do curso de Letras da UNIOESTE. Este artigo foi apresentado no IV SOPCOM, realizado em Aveiro, Portugal, em outubro de 2005.

(RAJAGOPALAN, 1998; MEY, 1998). No telejornalismo, as produções das emissoras e retransmissoras locais trabalham fundamentalmente com as características regionais e com a identificação com os interlocutores (PATERNOSTRO, 1998). A identidade lingüística, com a disseminação de informações principalmente através da mídia eletrônica, fez com que muitos visualizassem, quem sabe pela primeira vez, as distinções encontradas entre a fala de habitantes da mesma nação. Passou a ser possível visualizar grupos lingüísticos distintos e bem definidos em diferentes pontos do país (MEY, 1998). Os sotaques no Brasil são quase dialetos. Em muitos momentos, impedem ou prejudicam a compreensão da informação repassada. Neste artigo estudamos a identidade lingüística em Cascavel, no oeste do Paraná. O *corpus* da pesquisa constitui-se do texto dos apresentadores dos telejornais *Jornal da Tarobá – 1ª edição* e o *Jornal da Band*, ambos do dia 16 de outubro de 2003. Ambos são transmitidos pelo mesmo canal em Cascavel, a Bandeirantes (sendo no primeiro caso uma produção local da TV Tarobá, afiliada, e no segundo uma produção nacional, da TV Bandeirantes de São Paulo, somente retransmitido no oeste paranaense). As análises são realizadas na perspectiva

da contraposição de posturas, entonações e declarações dos apresentadores e repórteres para, desta maneira, identificar a presença das especificidades lingüísticas ou da homogeneização das produções. Os elementos centrais para análise serão os apresentadores, sendo remetido aos repórteres como avaliação complementar. Sustentamo-nos teoricamente aqui na perspectiva lingüística de identidade através, essencialmente, de Mey e Rajagopalan para a realização desta análise, que baseia-se na identificação de algumas estratégias discursivas, como o apagamento do sotaque e homogeneização discursiva. Como estratégia de análise serão cruzados os conceitos já apresentados com as discussões sobre memória propostas por Bosi (1994).

1 Introdução

O perfil da produção jornalística é definido, essencialmente, por sua relação com o público. As especificidades dos meios de comunicação dizem respeito às características do suporte em que a informação é transmitida e do público a que se direciona. Estas distinções definem-se tanto na perspectiva da seleção e organização de informações quanto na da construção e identidade lingüística.

O processo de construção da identidade lingüística se dá, de maneira evidente, através do regionalismo. No telejornalismo, com produções de emissoras e retransmissoras locais trabalham com as características regionais e com a identificação com os interlocutores. Isso porque os produtores da informação, até integrarem esta categoria, eram parte do público e, por isso, assemelham-se a ele. Assim, o sotaque, as gírias, a construção estrutural textual regional deveriam integrar a fala do jornalista na sua produção regional.

Mas não é a realidade das produções atuais. O jornalismo local televisivo, buscando o dito padrão de qualidade, homogeneiza a produção e a estrutura da informação, seguindo determinações impostas por manuais de redação, e buscando, através de sessões de fonologia, padronizar escrita e fala, desvencilhando as produções de sua identidade local/regional.

O presente artigo pretende avaliar, na perspectiva lingüística de identidade através, essencialmente, de Mey e Rajagopalan, a produção jornalística televisiva regional de Cascavel, em contraposição à produção nacional. O *corpus* serão as apresentações dos telejornais *Jornal da Tarobá – 1ª edição* (TJ-1) e o *Jornal da Band* (TJ-2), ambos do dia 16 de outubro de 2003. As produções são transmitidas pelo mesmo canal em Cascavel, no Paraná, a Bandeirantes (sendo no primeiro caso uma produção local da TV Tarobá, afiliada, e no segundo uma produção da cabeça de rede, TV Bandeirantes de São Paulo)¹.

Nestes produtos serão avaliadas as construções discursivas e as relações que os comunicadores estabelecem com o público. As análises serão realizadas na perspectiva da contraposição de posturas, entonações e declarações dos apresentadores e repórteres para, desta maneira, identificar a presença das especificidades lingüísticas ou da homogeneização das produções². Os elementos

¹Considera-se, aqui, a relação entre dialetos, regionalismos e a língua definida como brasileira para traçar a discussão sobre a formação e a valorização da identidade lingüística na produção jornalística televisiva. Assim, faz-se possível a distinção entre a produção realizada pelas duas emissoras apresentadas.

²Esta homogeneização lingüística da produção pode trazer inúmeras conseqüências para o processo de produção da informação jornalística, entre elas a falta de identificação com o leitor. Entretanto, pode

centrais serão os apresentadores, tendo os repórteres como avaliação complementar. O *Jornal da Tarobá - 1ª edição* tem como apresentadora Eliane Ricardo de Mendonça, graduada em direito e graduanda em jornalismo em Cascavel. Já o *Jornal da Band* conta com os jornalistas Marcos Hummel e Letícia Levy como apresentadores, já sedimentados na produção jornalística nacional.

2 Identidade lingüística

O indivíduo é a razão da comunicação, e vice-versa. A comunicação existe para propiciar ao ser humano socialização e, através dela, o homem foi adquirindo características próprias e intransferíveis, foi definindo a cada dia de maneira mais intensa sua identidade – lingüística e social. Com a interferência da mídia no processo de comunicação e aquisição de identidade houve uma intensificação nos fatos, motivos da comunicação, processos utilizados por e para ela e, principalmente, nas suas conseqüências. Uma das implicações da potencialização do processo comunicacional através da mídia é a ruptura constante e a contraposição a corrente das noções de identidade. A identidade lingüística, com a disseminação de informações através da mídia eletrônica, fez com que se visualize as distinções encontradas entre a fala de habitantes da mesma nação. É possível visualizar grupos lingüísticos distintos e bem definidos em diferentes pontos do país.

Os sotaques no Brasil são quase diale-

também ser construída objetivando manipular o receptor através do excesso de informações formatadas, levando, gradativamente, à não-criticidade em relação aos fatos, à absorção e aceitação pura e simples das informações, sem considerar contextos textuais e/ou sociais dos interlocutores ou do discurso apresentado.

tos. Em muitos momentos, impedem ou prejudicam a compreensão da informação repassada. Houve, na informação transmitida através da mídia eletrônica, uma alteração que levasse em conta a compreensão mais ampla, mas que possui uma falha: considera muito pouco – se é que o faz – a evolução e as alterações sofridas pela língua, assim como suas especificidades regionais. Esta falha gera uma quebra na identificação lingüística que deve existir entre o comunicador, a informação e o interlocutor do discurso (RAJAGOPALAN, 1998). Para o presente estudo, se fazem necessários o estabelecimento, a definição e a discussão dos conceitos lingüísticos de a identidade e também de sua distinção como um elemento individual e/ou social.

A mídia – e os meios de comunicação de massa – pode ser considerada um indivíduo nas relações sociais que estabelece. Muitas vezes o discurso telejornalístico tem o comunicador como locutor, mas o meio de comunicação como enunciador do discurso, o que gera um maior compromisso da empresa com a aquisição e admissão da sua função como indivíduo e de uma identidade. Fala-se, aqui, em indivíduo e identidade na perspectiva lingüística, sem, no entanto, descartar a importância do contexto, tanto lingüístico quanto social, no desenvolvimento deste processo.

A identidade, seja a lingüística ou a social, forma-se a partir do contexto em que se inserem o discurso e os interlocutores. Como explica Rajagopalan (1998), o falante só se apresenta como real a partir do momento em que constitui-se como ser social. Esta socialização apresentada pelo autor tem estreita relação com os *media*, na perspectiva de que estes também se constituem como indivíduos

e como elementos do processo social em que se inserem. As discussões sobre a validação ou não do contexto na construção da identidade lingüística devem ser realizadas com atenção. A noção de contexto tende a ampliar-se, mesmo que seja utilizada essencialmente para fixar a identidade do usuário da língua. A identidade depende do contexto do interlocutor, do enunciador e do auditório do discurso. Assim, a mensagem terá seu significado determinado, refletindo a identidade do indivíduo.

A constituição do contexto lingüístico e social de um discurso e/ou de um interlocutor se dá através do conhecimento de mundo que interlocutores e enunciadores apresentam. Assim, recorreremos a Bosi quando cita os conceitos de memória coletiva e individual de Hallbwacs (apud BOSI, 1994). O indivíduo, assim como é determinado pela socialização, é também determinado pelas memórias que agrega e altera no decorrer de seu convívio social. Suas experiências pessoais, assim como a realidade do grupo social em que se enquadra alteram as múltiplas leituras que pode fazer dos fatos e do cotidiano. O homem é um ser social. Como ser social depende, em suas realizações e decisões, das alterações pelas quais a sociedade em que se insere passa. As memórias individual e coletiva interagem constantemente. A memória coletiva altera a compreensão do indivíduo sobre a sociedade e suas relações e, assim, age sobre a sua memória individual, modificando crenças e valores, fazendo com que o indivíduo torne-se um agente social, e não somente um observador.

Da mesma forma como sobrevive e evolui a identidade, o faz a linguagem e, dessa forma, a identidade lingüística dos indivíduos. Lingüisticamente o homem também

passa por períodos de variação, adaptação e interação. A língua não está estagnada, em estado de não-desenvolvimento. Assim como a sociedade e os indivíduos, ela altera-se constantemente. A comunicação, de modo geral, influencia o processo de criação de uma identidade lingüística para os sujeitos. No que concerne ao telejornalismo, a influência se dá pela desvinculação do regionalismo, uma tentativa de descaracterizar a realidade regional, homogeneizando-a com produções e sotaques nacionais.

3 Identidade e jornalismo televisivo

É determinante, aqui, lembrar as distinções entre o discurso conversacional e o discurso formal. Ao abordar questões lingüísticas e produções jornalísticas, deve-se ter em mente as especificidades do meio de comunicação em que se insere o objeto de análise. A produção telejornalística, ao contrário da realizada para a mídia impressa ou para a internet, não permite que o receptor retome o texto transmitido. O texto para telejornalismo deve ser sempre reelaborado, mesmo que tente transparecer ao receptor a informalidade da conversa, buscando a coloquialidade como elemento aproximador entre os interlocutores (Yorke, 1998). Esta aproximação se dá através da simulação de uma conversa no discurso jornalístico. O jornalista, em TV, conversa com um interlocutor ausente, aproximando-o de sua realidade e intensificando a credibilidade de seu discurso.

Entretanto, o discurso jornalístico não pode ser considerado conversacional. Isso porque faltam-lhe as marcas do discurso conversacional. Características como a cor-

reção, por exemplo, são correntes na conversação e na coloquialidade e, embora o telejornalismo busque mostrar-se coloquial, não apresenta esta marca. O discurso, em sua maioria, é constante e bem elaborado, não exigindo correções ou retomadas de turno. A pré-elaboração permite que o jornalista pareça coloquial sem lidar com os entreveros do discurso conversacional.

Esta ausência de coloquialidade efetiva e de estrutura conversacional no discurso telejornalístico busca absorver as características do discurso utilizado pelas cabeças de rede das principais emissoras brasileiras³. O argumento das empresas é que esta estrutura segue o dito português correto, ou ao menos o que sofre menor interferência dos regionalismos e, portanto, pode ser compreendido com maior facilidade em todo o país. Nessa perspectiva, o questionamento direciona-se às produções regionais, por colocarem de lado a sua identidade em prol de uma homogeneização do conteúdo jornalístico e da abordagem dos fatos.

O indivíduo, interlocutor do discurso comunicacional, lida, a partir do momento em que apresenta as informações para um público regional, com as marcas discursivas de regionalização, sejam elas representadas no discurso escrito ou oral. Com isso, mesmo que não intencionalmente, o comunicador obriga-se a relacionar-se (mesmo que na tentativa de isolá-la) com a identidade lingüística regional e com a personalidade discursiva que o grupo social desenvolve. Discute-se a identidade e a personalidade individuais no processo de formação do discurso jor-

³Vale lembrar que o principal referencial de produção telejornalística no Brasil hoje é a Rede Globo de Televisão, que trabalha com o cancelamento de ataques dos repórteres e apresentadores.

nalístico em TV. Há, sim, a necessidade do contexto para que se possa construir, compreender e sedimentar a língua. Para isso, vislumbra-se (também na mídia) a individualidade como grupo, como regionalização lingüística.

A produção jornalística veiculada em mídia eletrônica seguiu em outros tempos um modelo distinto, e em muitos casos impedia a compreensão correta e/ou esperada da informação. Depois passou a seguir um padrão textual que permite a compreensão da mensagem na maioria dos grupos sociais do país. Isso levou a uma produção textualmente homogênea das informações. Muitas vezes, a busca pela eliminação das características regionais na produção telejornalística não é integral, já que o contexto do interlocutor é mantido regionalizado. Mesmo que haja uma alteração do contexto lingüístico do discurso, visando a interferir na compreensão do receptor, há um choque de valores e características no que diz respeito à construção da informação e sua conseqüente compreensão.

4 **Jornal da Tarobá versus Jornal da Band**

O telejornal *Jornal da Band* (TJ-2), é direcionado ao público nacional e possui perfil generalista e amplo. Conseqüentemente, suas reportagens versam sobre variados conteúdos e transitam por inúmeras editorias – excetuando-se o esporte já que, na seqüência a este programa é apresentado o Esporte Total Segunda Edição, de Jorge Kajuru. O telejornal é produzido em São Paulo e, por ser de responsabilidade da cabeça de rede da Bandeirantes, define e difunde padrões de pro-

dução para programas locais e/ou regionais. Funciona como um referencial à representação discursiva apresentada pelas produções jornalísticas das emissoras locais e/ou regionais.

O *Jornal da Tarobá – 1ª Edição* (TJ-1), elaborado pela afiliada à Band em Cascavel, segue parte destas normatizações. A organização textual das frases, compreendendo textos curtos, ordem direta, pontuação bem marcada segue a determinação de manuais de redação em telejornalismo (PATERNOSTRO, 1998 e YORKE, 1998). Estes manuais, elaborados para serem utilizados em grandes redes ou em emissoras de médio a grande porte, propõem a estrutura de padronização das informações e do discurso. O texto, em sua “montagem” segue um modelo, assim como critérios no processo de seleção e hierarquização dos fatos que serão convertidos em notícia. A obediência a manuais padronizados e que não consideram as especificidades dos contextos lingüístico e social, levam ao já referenciado processo de homogeneização da informação jornalística. Assim, o discurso representa uma realidade aparentemente imutável e não específica, generalizada, em um território, como o brasileiro, que se destaca por sua multiplicidade e variedade cultural. O indivíduo, assim como a sua linguagem e o processo de comunicação, evoluem gradualmente conforme são apresentados – ou representados. O discurso não pode ser considerado independente, alheio à contextualização e às interferências externas aos interlocutores imediatamente identificados na comunicação. Para manter a individualidade do sujeito e a eficácia de sua interação, é preciso que se considere a estrutura discursiva, o tratamento dado ao conteúdo do discurso

e a adequação deste discurso ao contexto em que se insere.

Em TJ-2, na edição de 16 de outubro de 2003, encontram-se os exemplos:

a) “Tumulto e violência no Azerbaijão. Uma ex-república soviética. Milhares de pessoas se revoltaram depois dos resultados das eleições no país. O partido vencedor é acusado de fraude”.

b) “Desabamento de favela no Rio. Na favela do Cruzeiro, no Rio, cinco crianças morrem soterradas e quatro casas desabaram enquanto todos dormiam. A dona de casa Alessandra dos Santos perdeu três filhos na tragédia. A filha menor foi salva porque dormia com a mãe”.

As características propostas pelos manuais são seguidas à risca: frases curtas, ordem direta, informações didaticamente apresentadas e a ausência de termos que referenciem e/ou sejam compreendidos especificamente por uma ou outra região do país. Seja notícia internacional, como é o caso de (a), ou informação local – como o demonstrado em (b) –, os termos regionalizados não são inseridos no discurso.

O mesmo se dá em TJ-1, também na edição de 16 de outubro de 2003, como verifica-se a partir de:

a) “Acampamentos do MST vão ser assistidos por programa do governo do Estado. Em todo o Paraná cerca de cinquenta mil assentados serão beneficiados”. (TJ-1)

b) “Quem tem nome registrado no SCPC está tendo dificuldades para comprar a prazo. O comércio fechou o cerco aos inadimplentes”. (TJ-1)

Os manuais ensinam que o texto em TV é escrito para ser falado e que deveria seguir as características de informalidade e estru-

tura conversacional⁴. No entanto, observa-se uma formalidade na construção discursiva, estruturada para a realidade textual escrita, e não textual oral. A organização da fala, a entonação demasiado elaborada, a ausência de erros corriqueiros e aceitáveis na conversação, assim como a falta de correções e hesitações, denotam a formalidade da construção discursiva, afastando o interlocutor do discurso intencionalmente e/ou previamente elaborado para sua compreensão. A sensação da conversa, intimidade e informalidade reduz-se quando as suas marcas são apagadas da manifestação informacional, como nas apresentações de telejornais.

Tanto TJ-1 quanto TJ-2 tentam, em distintos momentos do discurso, retomar esta coloquialidade e intimidade com o interlocutor através de uma interação imposta. Trata-se das chamadas de *break*. É possível visualizar esta situação em (c) e (d):

c) “Católicos em festa. É o jubileu de prata do Papa.

E na reportagem especial: como João Paulo II conduziu a Igreja no último um quarto de século. Em instantes.” (TJ-2)

d) “O novo técnico muda tudo no Corinthians. Quem dá os detalhes agora é Jorge Kajuru no Esporte Total – 2^a Edição.

Boa noite.

Boa noite e até amanhã.” (TJ-2)

e) “A matéria completa você confere daqui

⁴É importante lembrar, novamente, que a estrutura conversacional prevê a presença de marcas da conversação, como a correção e a hesitação, ausentes na maioria do material telejornalístico, e que isso, portanto, colabora para a compreensão de uma ausência de coloquialidade efetiva e de informalidade no discurso em questão.

a pouco no Jornal da Tarobá. Eu espero por você. Até mais”⁵. (TJ-1)

f) “Você confere depois do intervalo: Vários setores da economia já começam a se preocupar com a greve dos bancários”. (TJ-1)

g) “O Jornal da Tarobá termina aqui. Fique agora com o programa Tempo Quente, com Oziel Luiz. Boa Tarde”. (TJ-1)

Nos trechos (d), (f) e (g)⁶ percebe-se também a intencionalidade de aproximar-se do receptor através de conselhos, recomendações, elementos que integram a estrutura conversacional. O apresentador “dá uma dica” ao interlocutor de onde e como pode buscar informações de seu interesse. Assim, “costura” sua produção à que se segue na programação da emissora e mantém a atenção do receptor. Para isso, o locutor utiliza a estrutura frasal direta, referindo-se ao interlocutor, como em uma conversa. Agora já não se trata somente de informação e aparência de confiabilidade, mas de um diálogo. O locutor chama diretamente o interlocutor a interagir no processo comunicativo, optando por continuar acompanhando a programação ou, até mesmo, por responder às sugestões, propostas e/ou apelos do discurso do locutor.

⁵Chamada feita cerca de 30 minutos antes do jornal ir ao ar. Visa a atrair o receptor para assistir o programa jornalístico.

⁶Mesmo sendo notas distintas, onde o discurso chama para o próximo bloco ou para o programa seguinte, o objetivo é manter o receptor atento à programação, e, nestes casos, trabalha-se com a intervenção direta, referindo-se especificamente ao interlocutor e, desta maneira, inferindo maior intimismo ao discurso para alcançar o que se pretende.

5 Considerações Finais

Muitas vezes, nas produções jornalísticas, principalmente nas referentes à mídia eletrônica, o que se vislumbra é uma homogeneização das estratégias de produção, construção e apresentação discursiva. TJ-1, produção regional e que, portanto, deveria apresentar-se com características de Cascavel, na escrita e na fala, traz, na realidade, uma tentativa de aproximação e identificação com as estratégias adotadas pela cabeça de rede, sem tratamento específico à fala ou à escrita.

Além da tentativa de ocultamento do sotaque do interior do Paraná⁷, visualiza-se uma busca pelos ganchos e jargões utilizados nacionalmente na própria Bandeirantes e em outras emissoras consideradas como referenciais de qualidade na produção jornalística. É o caso da frase que conclui a chamada que a apresentadora faz 30 minutos antes do início do noticioso, apresentada em (e). Esta estrutura é muito adotada pelos apresentadores da Rede Globo, tanto na cabeça de rede quanto nas afiliadas, como estratégia de aproximação com o telespectador, e foi absorvida pela emissora cascavelense sem, no entanto, apresentar adaptações regionalizadas.

Esta coloquialidade apresentada pelas produções telejornalísticas objetivam, na maior parte das vezes, uma aproximação da informação com o leitor, visando a dar maior visibilidade e credibilidade ao meio de comunicação. Como explica Paternostro, o

texto jornalístico em televisão deve ser escrito para ser falado, levando em conta as especificidades da comunicação interpessoal, entre elas as características para-lingüísticas do discurso, mas sem ter preocupações com especificações regionais e/ou locais, levando em conta um público mais homogêneo em relação à identidade discursiva, mesmo que as decisões que concernem às produções e ao conteúdo editorial tenham desdobramento e avaliação regionais. Através desta linguagem coloquial ocorre uma simulação da estrutura conversacional do discurso. Entretanto, não há, no telejornal analisado, a utilização do discurso propriamente informal e/ou das características regionais de fala conversacional, restringindo-se, o texto jornalístico em questão, a uma apresentação superficial do conteúdo, com objetivo de, através de estratégias discursivas e simulações conversacionais, influenciar e, muitas vezes, manipular o interlocutor.

Percebe-se, através dos trechos selecionados para análise em TJ-1 e TJ-2, que a programação local segue a estrutura de programação e a estrutura de construção do discurso propostas pela cabeça de rede da rede Bandeirantes. Além disso, leva em conta, em seu processo produtivo, as características já estabelecidas de produção textual para telejornalismo, em sua maioria homogeneizadas, já que não consideram as especificidades regionais e a identidade – lingüística e social – dos interlocutores caracterizados no público receptor da informação.

⁷Os moradores do interior do Paraná têm alguns acentos tonais muito marcados, como é o caso do “r” e do “rr” em algumas palavras e da sonoridade das frases, muitas vezes ocultada e/ou falseada na produção jornalística televisiva.

6 Bibliografia

Bosi, Ecléa. *Memória e sociedade: lembranças de velhos*. São Paulo: Companhia das Letras, 1994. pp. 14-57.

Hudec, Vladimir. *O que é o jornalismo?* Lisboa: Editorial Caminho, 1980. pp. 67-78.

Mey, Jacob L. Etnia, identidade e língua. In: Signorini, Inês (org.). *Lingua(gem) e Identidade: elementos para uma discussão no campo aplicado*. Campinas, SP: Mercado de Letras; São Paulo: Fapesp, 1998. pp. 69-88.

Paternostro, Vera Íris. *O texto na TV: manual de telejornalismo*. São Paulo: Campus, 1998.

Yorke, Ivor. *Jornalismo diante das câmeras: guia para repórteres e apresentadores de telejornais*. São Paulo: Summus, 1998.

Rajagopalan, Kanavillil. O conceito de identidade em lingüística: é chegada a hora de uma reconsideração radical? In: Signorini, Inês (org.). *Lingua(gem) e Identidade: elementos para uma discussão no campo aplicado*. Campinas, SP: Mercado de Letras; São Paulo: Fapesp, 1998. pp. 21-46.