

PADRONIZAÇÃO LINGÜÍSTICA E CULTURAL PROVOCADA PELOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO DE MASSA

Maria Tereza Camargo Biderman *

BIDERMAN, Maria Tereza Camargo. Padronização lingüística e cultural provocada pelos meios de comunicação de massa. *Alfa*, São Paulo, 24:25-48, 1980.

RESUMO: No Brasil contemporâneo os meios de comunicação de massa, particularmente a televisão, estão exercendo papel muito importante no processo de integração cultural e de homogeneização da língua. Tratando-se de um país de enorme dimensão territorial e com um considerável contingente de analfabetos (25% da população total), a televisão exerce uma função integradora fundamental, especialmente em virtude do grande avanço tecnológico desse veículo e da vasta audiência que ela possui em todo o país, inclusive entre índios. A televisão como os demais veículos estão democratizando o saber, a informação e o entretenimento. Entre os meios impressos, as histórias em quadrinhos possuem o maior público. Difundem o registro coloquial culto, com ligeiras concessões aos "erros" típicos do código oral. Os meios de massa, especialmente os impressos, poderão colaborar para uma saudável uniformização da língua portuguesa no Brasil.

UNITERMOS: Padronização lingüística e cultural; Meios de comunicação de massa; Linguagem das histórias em quadrinhos.

I. *O papel dos meios de comunicação de massa no Brasil Contemporâneo.*

As comunicações de massa constituem a mais importante das transformações do século XX, particularmente na sua segunda metade. Elas estão promovendo uma verdadeira revolução cultural

e conseqüentemente lingüística. Mais do que as novas técnicas de produção e as novas formas de distribuição das riquezas, os meios de comunicação de massa estão forjando um futuro radicalmente novo para a humanidade porque a estão levando a elaborar uma visão de mundo totalmente nova. Como bem percebeu Mc Luhan (4), está

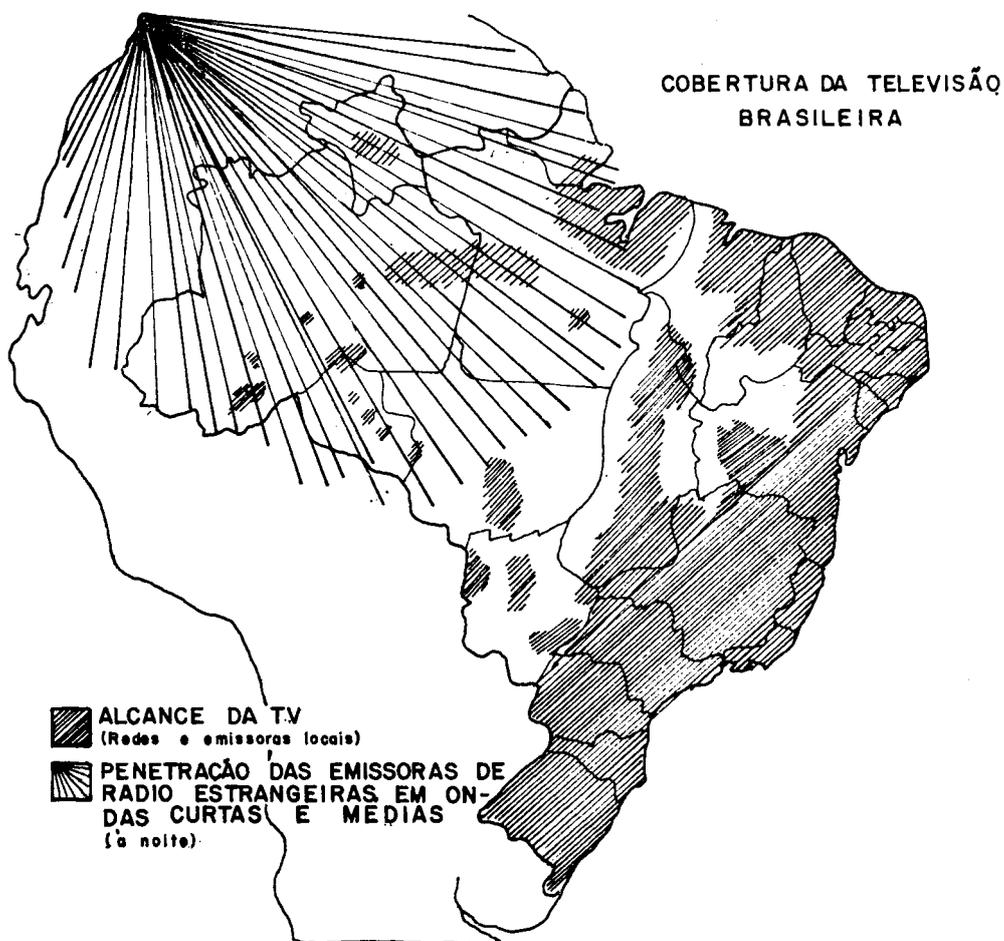
* Professora Titular do Departamento de Lingüística do Instituto de Letras, Ciências Sociais e Educação, Campus de Araraquara, UNESP.

ocorrendo uma retribalização do homem em escala universal. Os maiores responsáveis por essa retribalização são os meios eletrônicos, especialmente a televisão. Nas civilizações primitivas a cultura e a língua foram elaboradas a partir da interação do homem com o meio ambiente. Hoje, porém, os meios de comunicação de massa (MCM) propiciam ao homem uma nova forma de representação do mundo, e não apenas aquela derivada da percepção direta e imediata. Como os MCM fornecem ao "sensorium" humano uma imagem concreta de outras realidades que não a sua — uma duplicata do mundo sensível através da imagem e do som — os indivíduos estão incorporando ao seu mundo interior e ao seu instrumental de expressão, uma nova cosmovisão que passa a ser a mesma para todos, quer o cidadão viva em Porto Velho, ou no Rio de Janeiro. (Note-se que atualmente quase 100% da população brasileira é atingida pela T.V.). O mesmo se poderá dizer das outras nações do globo.

Em Porto Velho índios cintalargas são transformados em espectadores de um campeonato mundial de futebol, ou de um show de Elvis Presley. O *Jornal Nacional*, as novelas e os seriados da rede Globo, os filmes enlatados americanos, o *Planeta dos Homens* são levados pelas microondas e pelas retransmissoras ao mais recôndito ambiente da Amazônia. Cf. Mapa "Cobertura da Televisão Brasileira": (8). Pode-se imaginar o efeito deste impacto visual e verbal atingindo diariamente sujeitos

que, antes dos MCM, viviam apenas da interação direta com o seu meio ambiente. Valeria a pena remeter aqui ao notável estudo escrito por Sapir na década de 20 "Língua e Ambiente" (6). As novelas geradas no Rio de Janeiro e o *Jornal Nacional* em S. Paulo impõem modelos, estereótipos e linguagem, que nasceram de uma outra realidade muito diferente daquela em que vivem rondonianos, vaqueiros cearenses ou mato-grossenses, peões gaúchos e lavradores mineiros. Dados alheios ao ambiente natural e social passam a ser substitutivos da experiência real e vão evidentemente suscitar novos comportamentos sociais, psicológicos e lingüísticos. Essa nova representação do mundo no plano mental e no plano verbal, libertou-se, pois, dos laços que outrora fizeram-na depender tão somente do meio natural e social. E a televisão e outros meios eletrônicos e impressos converteram o imenso território brasileiro numa única aldeia global.

As CM, especialmente a TV, são orientadas basicamente por fins lucrativos. A televisão e toda a cultura de massa em geral, estribam-se numa sociedade de consumo que funciona, ao mesmo tempo, como causa e como efeito. Essa constitui a sua grande fraqueza. A indústria cultural transformou a informação e o entretenimento num negócio, fazendo tábua rasa da sua função social. Haveria muito o que dizer do ângulo ético, mas não é esse o enfoque que pretendo fazer dos MCM. Problemas como a qualidade ou considerações de natureza cultural e lingüística podem



parecer critérios supérfluos aos manipuladores dos MCM. As pesquisas de opinião pública, o famoso ibope, fornecem os parâmetros aos diretores de programação das estações de TV. Num país como o nosso com 24 milhões (ou mais) de analfabetos e com apenas 1,5 milhões de alunos universitários, esses parâmetros serão evidentemente baixos. O nível cultural é uma decorrência do nível sócio-econômico e

função do grau de educação. Seria desejável que os MCM fizessem pesquisas de sondagem de opinião pública para conhecer os gostos, as aspirações e as opiniões das pessoas, o que poderia concorrer para melhorar e variar a programação da TV, do rádio e dos meios impressos.

O que constitui o grande defeito da televisão, ou seja, o fato de ela

ser orientada pela ideologia consumista, foi também a causa do seu enorme desenvolvimento no Brasil na década de 70. O modelo econômico e social que se instalou no país, possibilitou o crescimento vertiginoso desse veículo de massa, tornando possível o aparecimento de uma tecnologia muito sofisticada e o estabelecimento de uma infra-estrutura de pesquisa e outros investimentos, particularmente na Rede Globo. A sua fantástica expansão faz da televisão o veículo de comunicação de massa por excelência.*

O telejornal e os programas de entretenimento (novelas, cômicos e shows musicais) são os programas detentores de maior audiência na TV. O telejornalismo brasileiro aborda atualmente todos os grandes problemas do país e do mundo. Tem pouca originalidade e nem mesmo se utiliza da sua superioridade sobre a imprensa escrita (a velocidade) pois os "scripts" de telejornais se baseiam na informação fornecida pelos jornais do dia. Entretanto, as poucas centenas de milhares de exemplares de jornais diariamente impressos no país e lidos por uma escassa minoria dos 120 milhões que compõem a nossa população, têm um efeito multiplicador, via telejornal, podendo atingir cerca de 75 milhões de brasileiros.

Na década de 70 a telenovela foi, e ainda hoje é, o grande entrete-

nimento das massas. As pesquisas de opinião chegaram a registrar índices de 90% de audiência em certos momentos, como nos capítulos finais da novela "Dancing days" da Globo (78). Isso significa que perto de 70 milhões de indivíduos acompanharam o desenlace dessa novela. Nenhum veículo de massa poderia aspirar a uma audiência maior do que essa. Contemporaneamente, a telenovela, sobretudo as telenovelas da Globo se transformaram no maior espetáculo de público heterogêneo no Brasil, pois elas são vistas por todas as camadas da população, da classe A à classe D, tanto por analfabetos como por intelectuais. Portanto, pode ser considerada a mais importante forma de comunicação entre os brasileiros de hoje, por integrar os mais díspares segmentos da população brasileira, em todos os pontos do território nacional. (A cobertura é hoje de 94% do território brasileiro (8). Além disso, o grande desenvolvimento tecnológico das emissoras possibilitou valiosas conquistas. De um lado, a qualidade dos textos que passaram a ser escritos por autores de formação e militância literária, como Dias Gomes, Bráulio Pedroso, Jorge Andrade, Lauro Cesar Muniz, e também outros bastante inventivos como Gilberto Braga, Mário Prata, Walter George Durst, e até mesmo Janete Clair e Ivani Ribeiro. A Globo adaptou primorosamente vários romances da galeria de obras da Literatura Brasi-

* Existem hoje aproximadamente 15 milhões de aparelhos de TV no Brasil, podendo-se calcular uma audiência de 5 pessoas, pelo menos, por aparelho. (Dados fornecidos em 79 pelo setor de pesquisa da Rede Globo).

leira como: *A Escrava Isaura*, *A Moreninha*, *Senhora*, *Gabriela*, *Cravo e Canela*, *Olhai os Lírios do Campo*, etc. Na adaptação dessas obras a Globo emprega toda uma equipe de pesquisadores que estudam a época e a sua ambientação em matéria de costumes, trajes, fatos históricos, etc. É sobretudo com relação ao conhecimento do espaço e do tempo que a telenovela tem contribuído positivamente para o desenvolvimento cultural do povo brasileiro. Dados os recursos tecnológicos, a telenovela pode mostrar os mais diversos espaços físicos e em épocas históricas variadas (século XIX, década de 20, contemporaneidade). A realidade brasileira transfigurada em conteúdo emocional é fornecida a milhões de brasileiros. Recriam-se assim emoções, comportamentos, fornecendo ao indivíduo, carente de sensações, a sua dose diária e homeopática de entretenimento e emotividade de que todos necessitam. Ademais, simultaneamente, esse mesmo indivíduo se informa sobre o mundo e a cultura em que está inserido, dando-lhe uma consciência da realidade à qual milhões não acederiam se fossem deixados à sua própria capacidade de conscientização.

Outro mérito indiscutível da televisão: pessoas analfabetas adquirem conhecimentos humanísticos e científicos, além da informação sobre eventos históricos e contemporâneos, dispensando-se assim o meio convencional de aprendizagem: a escola.

A civilização ocidental teve o livro como seu alicerce fundamen-

tal na acumulação e divulgação do saber durante séculos. A civilização moderna nasceu com a imprensa e expandiu-se com ela. No mundo contemporâneo, porém, os meios eletrônicos — máxime a TV — ultrapassaram a imprensa em vantagens, por poderem atingir também os sujeitos que não puderam adquirir a habilidade da leitura na escola. E esses são milhões e milhões no mundo inteiro — perto de 30 milhões só no Brasil. Graças aos meios eletrônicos, eles estão deixando de ser marginais dentro da cultura contemporânea. Tal fato faz desses meios, recursos poderosos no processo de democratização do conhecimento.

Em face do crescimento geométrico das populações as CM passaram a ser o único veículo possível de integração das imensas e crescentes massas de sujeitos com que contam as sociedades modernas. Sobretudo num país de enorme extensão territorial como o Brasil e com uma população de 120 milhões de indivíduos, com prospecção de 212 milhões no ano 2.000 (de acordo com o Hudson Institute), as CM são o único instrumento de integração social, cultural e lingüística de que os cientistas sociais, lingüistas, agentes sociais e autoridades dispõem para um certo planejamento e orientação das mudanças culturais e sociais. No que concerne a língua, não quero dizer com isso que devemos planejar e orientar as mudanças lingüísticas. Entretanto, sabemos que a evolução lingüística é um fato e que as mudanças de um estado sincrônico de língua para outro estado sincrônico diferenciado é fe-

nômeno inevitável em qualquer sistema lingüístico. Embora não queira assumir atitudes valorativas, declarando empiramente boas algumas mudanças e indesejáveis outras, creio que é desejável manter um máximo de homogeneidade no português brasileiro falado e escrito em todos os pontos do país e indesejável favorecer as diferenças regionais espontâneas. Deve-se combater também movimentos de degradação da língua, entendendo por degradação uma diminuição de seus recursos expressivos e uma excessiva permeação de gírias, estrangeirismos e más-formações de vocábulos e de estruturas sintáticas. Esses seriam os riscos a serem evitados e combatidos caso fossem estimulados pelas CM.

Por outro lado, deve-se considerar as imensas potencialidades dos MCM. Se são freqüentemente manipulados de maneira indesejável, eles se transformaram no mais importante veículo de educação das massas. Sobretudo os meios eletrônicos revolucionaram totalmente a forma de aquisição e de transmissão da cultura. Eles podem elevar o nível geral de aspirações da população e estimular os processos desejáveis de mudança. Citemos uma passagem do livro de *Schramm Mass Media and National Development*:

“Os MCM fazem com que parte do país fique consciente das outras partes, de sua gente, de suas artes, costumes e políticas;... a moderna CM, utilizada inteligentemente, pode ajudar a união, num autêntico desenvolvimento *nacional*

de comunidades isoladas, subculturas diferentes, grupos e indivíduos centrados em si próprios e desenvolvimentos separados.” (7, p. 30).

A interação entre as partes mais desenvolvidas do Brasil e as menos desenvolvidas também me parece uma transformação cultural desejável.

Do ponto de vista humano, as CM combatem os privilégios por estenderem a informação, o ensino e o entretenimento a todos. Como bem disse Schramm:

“O significado maior da imprensa... não foi somente o de alterar o equilíbrio de longos séculos de comunicação direta falada, favorecendo a comunicação indireta e visual em larga escala mas também, o que é mais importante, a um número incomparavelmente maior de pessoas.” (7, p.35)

Como os meios eletrônicos, a televisão em particular, não requerem nenhum treinamento anterior específico (caso da imprensa) e fornecem a informação e o entretenimento ao consumidor a baixo custo, com um rapidíssimo poder de difusão, podem combater celeremente os privilégios de uma minoria.

Assim as CM têm um papel fundamental a cumprir na evolução da sociedade brasileira: democratizar o saber, a informação, o entretenimento e homogeneizar a linguagem, buscando elevar o nível intelectual, ético e estético e a com-

petência lingüística das massas no Brasil.

II. *Os meios impressos de CM. As histórias em quadrinhos.*

Neste artigo não será possível analisar detalhadamente o efeito integrador exercido pelos variados meios eletrônicos, a TV sobretudo, e dos igualmente diversificados meios impressos. Isso seria matéria para uma tese. Na primeira parte deste artigo tratei de generalidades relativas aos MCM; agora vou considerar os meios impressos, em particular as histórias em quadrinhos (HQ).

O livro é o meio clássico de comunicação, informação, conhecimento e lazer. No século XIX apareceram os jornais, revistas e periódicos. E no século XX todos esses meios se aprimoram. Com a invenção da fotografia e o progressivo avanço das técnicas fotográficas, os meios impressos começam a utilizar as ilustrações ainda no século XIX. No início do século XX surgem os "comics", ou revistas em quadrinhos.

Uma interessante pesquisa, realizada há alguns anos (provavelmente 1969) pelo Prof. Samuel Pfromm Netto (USP) forneceu uma imagem dos meios impressos em meio à classe estudantil universitária. A sua amostra foi de 198 estudantes de ambos os sexos, alunos do curso de Psicologia da Educação, com idades entre 19 e 39 anos (5). O resultado da pesquisa forneceu a seguinte imagem do livro e dos quadrinhos:

"A imagem mais favorável é a do livro, e a menos favorável corresponde à história em quadrinhos. Somente em duas características conotativas os quadrinhos são superiores aos demais meios impressos: rapidez e facilidade. Por outro lado, história em quadrinhos é o meio mais fantasioso, superficial, emocional, irresponsável, fraco, inútil e passivo deste grupo."

Entretanto, o público que avaliou os quadrinhos nessa pesquisa não constitui o público ao qual os "comics" se dirigem precipuamente. Por conseguinte, uma avaliação mais representativa seria a de uma pesquisa feita junto a crianças e adolescentes de 7 a 15 anos, que creio não ter sido feita.

Entre os meios impressos vou focalizar mais detalhadamente as HQ neste artigo. A escolha das HQ se deve ao fato de serem o meio impresso de maior público no Brasil, atingindo um volume enorme de pessoas. Os dados quantitativos mais recentes que possuo são do ano de 1977 do Instituto Verificador da Circulação. Nesse ano, no quarto trimestre, a tiragem total de revistas ilustradas foi: 7.236.013. A estimativa para o ano todo seria de 28.944.052, caso o número acima pudesse ser considerado como média trimestral. Ora, naquele quarto trimestre a tiragem total das HQ foi de 2.807.731, ou seja, 38,80% do total, porcentagem evidentemente muito elevada dada a variedade das revistas atualmente divulgadas no Brasil.

A imprensa ilustrada e periódica de massa cresceu extraordinariamente nestas duas últimas décadas. A Editora Abril, nascida em 1950 e que vai comemorar 30 anos agora em 80, constitui o melhor exemplo dessa afirmação. O rápido crescimento dessa editora se deveu sobretudo aos lucros auferidos com HQ, conforme testemunho da própria editora em publicidade por ela veiculada em suas revistas, quando comemorou os 25 anos de sua existência em 1975.

Outro veículo de grande público e que também utiliza um fotograma para cada momento da mensagem é a fotonovela. Entretanto, as HQ distinguem-se nitidamente das fotonovelas porque se dirigem a um público muito distinto. No caso da fotonovela, a sua grande consumidora é a classe C, mulheres na sua quase totalidade, sobretudo operárias e domésticas. Um excelente estudo da matéria, do ângulo sociológico, é o trabalho de Angeluccia Bernardes Habert (3), *Fotonovela e Indústria Cultural*. Esse livro baseou-se em dissertação de mestrado da USP. A propósito das HQ, estudo muito sério e original é o de Antonio Luiz Cagnin (2). Também foi tese de mestrado na USP. A perspectiva desse autor é a da Teoria da Literatura. Há, porém, enfoques primorosos sobre os elementos constitutivos das HQ que interessam a outros estudiosos das humanidades e não só ao teórico literário.

Os quadrinhos são consumidos por leitores masculinos e femininos e o seu grande público é o setor

infantil e infanto-juvenil da sociedade. Do ponto de vista das classes sociais parecem apresentar maior diversificação que as fotonovelas, atingindo todas as classes (A, B e C), excetuada evidentemente a classe D que não tem nenhum poder aquisitivo em matéria de lazer.

Indubitavelmente as HQ são um notável veículo de comunicação impressa sobretudo para crianças e adolescentes. Tendo em vista o problema do desenvolvimento mental da criança e o lento crescimento da sua capacidade de abstração, a imagem supre, em grande parte, a necessidade de explicar uma série de elementos descritivos e narrativos, através dos dados visuais fornecidos pela simulação da situação real. A riqueza informativa da imagem, porém, reduz a possibilidade de exercitar a competência lingüístico-discursiva pela própria existência da ilustração seqüencial que substitui a cadeia do discurso em grande parte. O texto reproduz o registro coloquial culto. Por conseguinte, pela leitura dos quadrinhos, o leitor infanto-juvenil terá acesso apenas ao código oral (ressalvado o fato de que se trata do registro escrito desse código). Se ocorrer a leitura exclusiva dos quadrinhos, o leitor infanto-juvenil reforçará apenas a sua habilitação no código oral, no qual ele já se vinha exercitando desde os primeiros anos no seu processo de aquisição da linguagem. Portanto, do ângulo pedagógico, trata-se basicamente do problema: linguagem oral x linguagem escrita. A segunda constitui um exercício individual de aquisição de uma nova

competência — o domínio do código escrito — o qual exige um certo esforço por parte do indivíduo, tanto na etapa da codificação (escrita) como na da decodificação (leitura). Já a linguagem oral constitui o quadro normal e espontâneo do exercício da faculdade lingüística para o ser humano. Nas elocuições verbais pouco se exercita o raciocínio pois elas são quase inconscientes. Além disso, praticamente inexiste o esforço de concentração e de abstração na fala. Ora, todos os educadores concordam em que um dos objetivos fundamentais do processo educacional consiste no desenvolvimento do pensamento lógico, isto é, a aquisição da capacidade de abstração, reflexão e criação mental. Tal competência só pode ser adquirida através de intenso treinamento no uso do código escrito, que é o único que nos habilita a criar intelectualmente. Essa competência requer longos anos: da infância à formação da personalidade adulta.

Do ponto de vista educacional também se impõe o problema do conteúdo da mensagem. As revistas de histórias de terror e de violências, por exemplo, podem prejudicar a formação da personalidade, embora não haja estudos a respeito, feitos no Brasil, até onde sei.

Essas ressalvas não significam que só vemos o lado negativo das HQ. Se a literatura quadrinizada não se converter na leitura exclusiva da criança e do adolescente, seus elementos positivos podem contribuir para o relaxamento das tensões e para o enriquecimento da sua personalidade.

Para encerrar esta unidade gostaria de lembrar um desses elementos positivos, considerando-se sobretudo o ângulo social da questão. O estudo clássico de Ferdinand Tönnies (9) — *Gemeinschaft und Gesellschaft* (Comunidade e Sociedade) — analisou as mudanças sociais, sobretudo a passagem de uma comunidade de tipo arcaico e fechado para a sociedade moderna de tipo aberto. Segundo ele, o antigo vínculo comunitário, baseado em sentimentos recíprocos e estreitos de relacionamento interpessoal e parentela, está sendo substituído por relações de tipo contratual explícito, onde o indivíduo é uma peça dentro de um sistema impessoal e anônimo. Embora Tönnies analisasse a sociedade européia do final do século passado, a sua análise se aplica ao Brasil moderno, uma vez que há pouco tempo começamos a viver essas mudanças sociais que já ocorreram há bastante tempo nos países desenvolvidos.

Na nova estrutura social que se está a formar no Brasil, gerada pela urbanização e pela industrialização, o indivíduo tende a isolar-se nas grandes metrópoles, afastando-se do nosso antigüíssimo modelo comunitário de intensa comunicação interpessoal, com todas as conseqüências psicológicas e sociais causadas por esse novo tipo de comportamento. Nessas metrópoles, o contrato social entre os indivíduos passou a ser do tipo formal. Eis por que MCM como cinema, a televisão, as revistas ilustradas, as fotonovelas e os quadrinhos adquirem uma enorme importância como derivativo psicológico e

integrador. Lembremos que, na pesquisa realizada por Samuel Pfromm Netto, os quadrinhos apareceram como o meio mais *claro, fácil, fantasioso, superficial e emocional* dos MCM impressos. Paralelamente a televisão foi considerada o MCM audiovisual mais *fácil, superficial e emocional*. As conotações *emocional, fácil* foram atribuídas tanto aos quadrinhos como à televisão, podendo essa amostra testemunhar que esses dois meios, na estrutura *Gesellschaft* da sociedade de massa, figuram como um elemento de evasão e de entretenimento para o eu dos sujeitos.

Por outro lado, devemos salientar o aspecto integrador desses MCM. A CM expõe simultaneamente vastos públicos aos mesmos estímulos. Ora, na medida em que milhões de brasileiros são submetidos aos mesmos estímulos emocionais e lingüísticos, haverá uma tendência à homogeneização das reações, apesar das diferenças individuais de formação e de personalidade. Assim sendo, mais e mais a sociedade de massa, consumidora desses meios, tenderá a homogeneizar-se em todos os planos — quer se trate de valores, crenças, comportamentos ou linguagem. Quereamos ressaltar sobretudo a uniformização do comportamento verbal que se está processando no Brasil como um todo e máxime através dos MCM impressos, quadrinhos e revistas em geral. Já sabemos que hoje a tiragem anual dos quadrinhos ultrapassa, de muito, os 404 milhões de exemplares de 1971. Um tal bombardeamento maciço de vastos segmentos da sociedade aos

estímulos desses MCM forçosamente acarretará uma substancial nivelção da linguagem em todo o território nacional o que me parece um fim desejável.

III. *Análise da mensagem dos quadrinhos.*

Dada a grande variedade das revistas em quadrinhos, selecionamos apenas um pequeno indicador de amostras, uma vez que este estudo pretende apenas levantar o problema e não esgotar a matéria. Consideramos somente dois tipos de revistas: *Tio Patinhas* e *Mônica*, todas duas publicadas pela Editora Abril. No caso da primeira, muito da sua matéria é tradução, enquanto *Mônica* é criação nacional do conhecido artista Maurício de Sousa e sua equipe.

Vamos fazer inicialmente uma rápida análise do conteúdo e do tratamento da mensagem nesses MCM, antes de passarmos à última parte, ou seja, o estudo da sua linguagem.

Uma curiosidade: várias propagandas inseridas no *Tio Patinhas* dirigem-se visivelmente à classe C, pois há sempre aí ofertas miraculosas da aquisição de dotes que vão transformar a vida do eventual freguês (P. ex.: “Conheça bem sua inteligência” e “Aprenda as bases do êxito”, n.º 117 de *Tio Patinhas* e outros similares).

III.1. *Características dos quadrinhos.*

Os recursos expressivos visuais são geralmente bem arquitetados e falam por si só.

Não vou insistir sobre um dos elementos mais importantes da narrativa em quadrinhos: o balão. Geralmente os artistas da literatura quadrinizada, desde os seus primórdios, desenvolveram um verdadeiro código dos balões, código esse que as crianças decifram com facilidade. Consulte-se a propósito a lúcida análise feita por Antônio Cagnin (2, p. 120-130). Ele distingue várias formas nesse estudo: o balão-fala, o balão-pensamento, o balão-cochicho, o balão-berro, o balão-trêmulo, o balão-glacial, etc.

1) Há, porém, muitos outros recursos *visuais* que dão testemunho da engenhosidade dos artistas criadores dos quadrinhos. P. ex.

a) o fantástico.

As historietas do SuperPateta abundam em eventos miraculosos, como o próprio fato de ele se transformar no SuperPateta toda vez que come um superamendoim. Às vezes, ele luta contra a bruxa Min que também tem poderes mágicos. Todos os super-heróis ilustram a presença do fantástico como nos fotogramas seguintes:



Em *Mônica* o fantasioso é raro. Embora a qualidade do desenho seja tão boa quanto em *Tio Patinhas*, o estilo de Maurício de Sousa tende



para o caricato. No n.º 60, p. ex., a aventura de Chico Bento se baseava na temática das estórias de fadas de origem cavaleiresca

medieval. A princesinha da estória propõe a Chico Bento as três provas clássicas a que se costumava submeter a bravura de um cavaleiro nas novelas de cavalaria.

No n.º 77 do Mônica há uma transposição do imaginário para o real, organizada de forma a criar um efeito cômico final. Mônica está a ler *Os melhores contos de fada*. A medida que ela lê, as personagens dos contos desfilam literalmente diante dela: os Anões, a

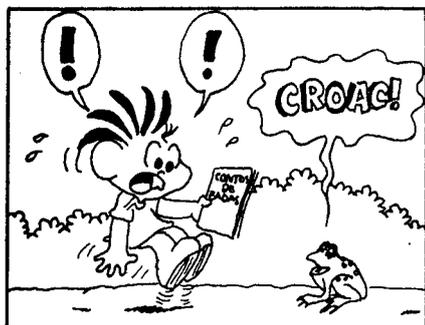
Branca-de-Neve, a Bruxa, o Patinho Feio, Alice, o Coelho Branco, Chapeuzinho Vermelho, O Lobo Mau e os Três Porquinhos. Dessa forma o artista corporifica os processos mentais da criança: a imaginação de Mônica vai visualizando o que lê. Mas a historieta tem um desfecho cômico, pois a comicidade é a tônica da criação de Maurício de Sousa — Mônica se zanga com as personagens porque eles ficam conversando e não a deixam ler:



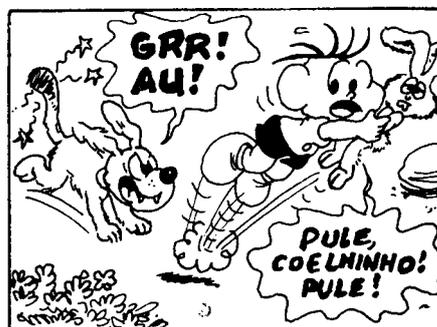
b) Entre os recursos visuais da técnica descritiva e narrativa dos artistas de quadrinhos são particularmente notáveis as expressões fisionômicas e corporais, índices de

emoções, sentimentos e reações das personagens. Observe-se na série de quadrinhos que abaixo indicamos tais índices:

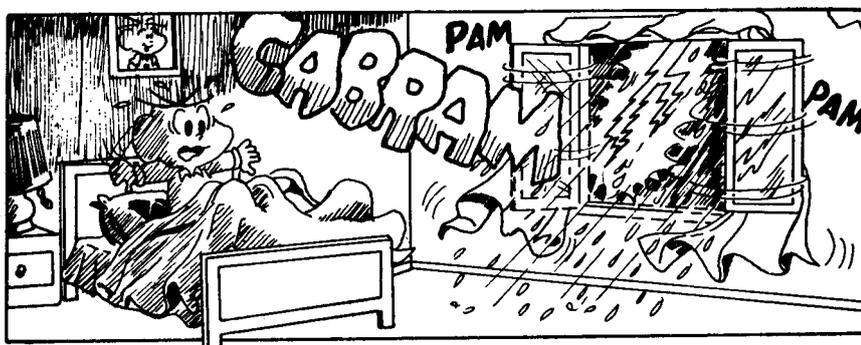
BIDERMAN, M.T.C. Padronização lingüística e cultural provocada pelos meios de comunicação de massa. *Alfa*, São Paulo, 24:25-48, 1980.



susto



raiva



medo

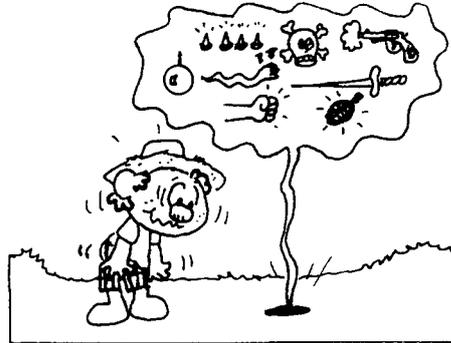
medo



Observe-se nesta última seqüência o efeito cômico, caro ao cartunista de Mônica, em que o próprio

monstro se apavora diante do grito aterrizado das crianças — *UM MONSTRO!*

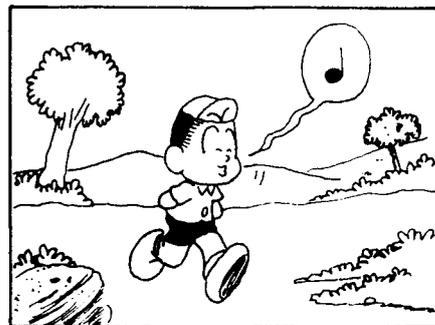
Muito curiosa é a técnica de Maurício no fotograma ao lado. O balãozinho que emerge do poço, não tem falas mas numerosos símbolos icônicos, simbolizando a vontade de matar com as mais diversas armas.



surpresa

Outro recurso é sublinhar as atitudes corporais e as expressões faciais com diacríticos que a tradição ortográfica convencionou para indicar reações de espanto e de surpresa interrogativa. No caso dos quadrinhos essa informação é veiculada naturalmente nos balões.

No fotograma seguinte outro símbolo tradicional, nesse caso musical, para o assovio do garoto:



c) Por vezes ocorrem estereótipos locais aprazíveis, ou de diversão infantil:

ambientes tenebrosos



ambiente aprazível



estereótipo de local de diversão infantil



Uma técnica freqüente na literatura quadrinizada: o quadrinho é exclusivamente branco ou de uma única cor, eliminando-se os referentes exteriores da situação. Esse expediente dá relevo apenas ao diálogo entre as personagens, geral-

mente desenhadas em "close-up". A comunicação oral passa a ser o foco exclusivo nesses momentos. Às vezes, só se salienta as onomatopéias que sintetizam toda a comunicação. Cf. os fotogramas abaixo:



III.2. Elementos culturais.

É comum a presença involuntária de elementos típicos da cultura americana em revistas como *Tio Patinhas* e *Mickey*. Constitui ilustração exemplar de elementos culturais da civilização americana a estória do Tio Patinhas "Fortuna

que foi pro espaço" no n.º 119, onde a narrativa é estruturada com base na astronáutica americana. Na página 68 desse número aparece a cabine telefônica, típica dos Estados Unidos, bem diferente do nosso orelhão. Observe-se no fotograma seguinte um tipo de lazer típico da civilização americana:

A ilha do tesouro



E este outro ambiente desértico do sudoeste americano:

OS LADRÕES DE PENAS



E também são estereotipados "saloons" do faroeste:



Os índios são padrões igualmente desse faroeste:



Até certo ponto, a presença constante da civilização americana no *Tio Patinhas*, *Mickey* poderia questionar as traduções enquanto leitura constante das massas pouco educadas. Relativamente aos vastos contingentes de semi-alfabetizados no Brasil, esse problema deve ser

considerado em aberto. Não estou certa se seria desejável e inofensivo favorecer a difusão dos padrões americanos entre as massas. Sobretudo por se tratar de mensagem veiculada através de recursos visuais que, como se sabe, são captados intensa e imediatamente

por parte do receptor comum. De fato, se a mensagem fosse discursiva apenas ela não impressionaria os sentidos da mesma forma que a mensagem visual.

Costumam aparecer no *Tio Patinhas* elementos culturais de outros povos, tempos e civilizações, geralmente bem aproveitados, tanto na estruturação da narrativa como na formulação de determinadas situações. Na historieta "O Sapo de ouro de Vambezi" * a narrativa focaliza um país subdesenvolvido. Curiosamente os ambientes interiores do palácio e os trajes dos nativos daquele país lembram a cultura turca. Assim, por exemplo, os trajes do rei Bezi e o seu palácio. Há aí elementos cômicos resultantes da imagem americana de um país subdesenvolvido, cheio de superstições, como a da sexta-feira, dia 13.

III.3. *Elementos estruturais da narrativa.*

A narrativa é sempre linear, contendo freqüentemente temperos fantasiosos e/ou fantásticos. Guardadas as proporções, a narrativa se aproxima, por vezes, da ficção científica. ** Entretanto, no *Tio Patinhas* o próprio fato de as perso-

nagens serem animais falantes e inteligentes (substitutivos de figuras humanas), criam um clima de naturalidade para o fantástico. Em *Mônica* a narrativa é bem simples, centrada apenas em um único episódio, como na estorinha "Coelhinho no buraco" (n.º 78), em que o coelhinho da Mônica cai em um buraco e os meninos ficam tentando se livrar dele de vez, através de expedientes para tapar aquele buraco. Do ponto de vista do argumento narrativo, *Mônica* é o oposto de *Tio Patinhas*. Na criação de Maurício de Sousa se narram episódios do cotidiano. A temática é adequada ao nível mental de uma criança de 5 a 8 anos. Os lances da narrativa quase que se limitam às reações provocadas pelo temperamento mandão da Mônica e sua tendência de querer sempre vantagens para si. São as resistências à vontade e aos caprichos dessa criaturinha que criam os momentos de expectativa e as soluções geralmente cômicas. Muitas vezes as tiradas da Mônica, da Magali, do Cebolinha ou do Cascão seriam mais próprias de um raciocínio adulto e não infantil. Mas devemos lembrar que há sempre dois planos nessas narrativas aparentemente elementares: de quando em quando

* n.º 117.

** Cf. a estória do Tio Patinhas "Fortuna que foi pro espaço", n.º 117.

a narrativa é pontuada por uma observação irônica ou até mordaz do autor que, sob o disfarce dessas criancinhas de 6 anos, faz a sua apreciação do comportamento humano. O domínio em que se passa a ação é geralmente o cotidiano de um brasileiro médio, com elementos culturais típicos da nossa realidade.

III.4. *As personagens.*

As personagens são estereotipadas.

Tio Patinhas é um inveterado ambicioso, rico, avarento, embora simpático. Nas historietas sobre ele o fulcro da narração é exatamente esse caráter de Tio Patinhas. Ele pode ser considerado como uma paródia do milionário americano; poderíamos falar, no caso, de um símbolo icônico. Cf. nos fotogramas da página 90 (n.º 117) respostas como estas que ele dá ao Donald: "Você só pensa em comida! Não sabe que estou perdendo dinheiro a cada minuto que fico parado aqui"; "Quatro dias sem chance de ganhar dinheiro! Isso é uma tragédia para mim!" À página 93 encontramos uma resposta de Donald que faz a crítica a esse amor exagerado pelo dinheiro: "Hein? Quer trocar toda sua sorte por dinheiro?"

Os sobrinhos do Donald (Huguinho, Luizinho e Zezinho) representam os inteligentes vivos que, fre-

qüentemente, passam o Donald para trás.

Os Irmãos Metralha representam os vilões que são sempre castigados. A narrativa aproveita-os como elemento da estrutura para comprovar que "o crime não compensa".

O Lobão é um mau caráter que é sempre castigado, com freqüência através de situações ridículas.

Mickey representa o ingênuo confiante, muitas vezes ludibriado pelos espertos.

Mônica é uma menininha voluntariosa, mandona, líder do grupo e sempre disposta a usar a força como argumento.

Cebolinha, caracterizado pelo seu cabelinho e por sua linguagem errada (troca de letras), forma com o Cascão, a dupla rival da Mônica. O Cascão é um porquinho que detesta tomar banho, donde o seu apelido.

Magali, a amiguinha da Mônica, é muito gulosa, aliando-se geralmente à Mônica na rivalidade ativa contra os meninos.

IV. *A linguagem dos quadrinhos.*

A linguagem dos quadrinhos é, sem dúvida, a norma culta coloquial das pessoas instruídas; portanto, não passível de crítica por parte dos gramáticos. Há algumas

raras incorporações de “erros” da fala coloquial. P. Ex. o uso do verbo *ter* por *haver* como este enunciado de Donald em *Tio Patinhas* (n.º 117): “Tem aeroporto em Vambezi?” Observe-se a réplica do Tio Patinhas com a devida correção gramatical: “Sim! Mas só *há* um vôo por semana...”. E também este outro uso popular do pronome sujeito como objeto: “Eu devia era encher *ele* de chumbo!” Embora esse tipo de incorreção seja relativamente raro.*

O vocabulário inclui palavras e expressões populares bem como cultas e não-populares, entre as quais neologismos incorporados através da tecnologia moderna. Exs.:

- 1) populares
 - a) *Tio Patinhas*: velhão, caras, cambadas, barulhão, legal, grana, pra, tampão, um trouxa, moleques danados, está na cara, etc.
 - b) *Mônica*: legal, cadê, tá genial, que negócio é esse...
- 2) não-populares
 - a) *Tio Patinhas*: arredores, fosso, platéia, casebre, acampar, bosque, propriedade alheia, estou ouvindo algo! etc.
 - tecnologia moderna: cápsula, órbita, caminhões blindados, trajetória, acionar

(acione, acionei), magneticamente, foguetes super-rápidos, operar por controle remoto, projetor de cinema.

- b) *Mônica*: autêntica, homens das cavernas, exercitar, audaz, cavalheiro, código secreto, hipnotizar, reflexos, gazela, torcicolo, etc.

Um capítulo a ser estudado, com mais cuidado, seria o das onomatopéias e interjeições, abundantes nos quadrinhos. A meu ver, nas traduções como o *Tio Patinhas*, às vezes, a adaptação do tradutor é infeliz, tendo em vista a mais conveniente transcrição gráfica da fonologia brasileira. Embora, as onomatopéias sejam ruídos e, em princípio, a convenção ortográfica estipule que os ruídos se representam por consoantes, a verdade é que as onomatopéias deveriam ser interpretações do sistema fonológico em apreço, ou seja, o português brasileiro. No caso da nossa comunidade nacional, portanto, parece-me indiscutível que se deva respeitar a fonética do falar brasileiro e o seu sistema fonológico. Um ponto básico: nós não proferimos sílabas sem um apoio vocálico. Portanto, copiar os autores americanos de *Tio Patinhas* colocando *seqüências consonânticas* para reproduzir ruídos diversos e sons emitidos por humanos ou animais travestidos de homens, parece-me criticável. Ex.:

* Outros exemplos similares: “Vou ficar rico apresentando ela no circo”, “Deixe eu ficar na janelinha, vai!” (*Mônica* 77).

HUMPF, UFF, ARGH, UGH, BZZ, CRIINCH, PSST, TUNC, FSSS, TCHUF.

O artigo de Naunin Aizen (1, p. 269-306) "Bum", Prááá! Bam! Tchááá! Pou! Onomatopéias nas HQ" não trata esta matéria do ângulo propriamente lingüístico, apesar das abundantes citações de trabalhos lingüísticos. O único autor nacional aí citado, influenciado pelas HQ — Millor Fernandes — usa também, por sinal, recursos não-fonológicos, face ao código oral do português brasileiro. Esse conhecido humorista trabalha com a imagem na mesma proporção do texto. Ele deve ter sido inconscientemente influenciado pelos "comics", não tendo filtrado seus recursos expressivos gráficos através do seu próprio código oral. Que se confronte o amplo exemplário de onomatopéias, colhidas em autores de língua portuguesa, existentes no estudo citado de N. Aizen! Todos utilizam uma codificação conforme aos padrões fonológicos da língua portuguesa. Seriam onomatopéias e interjeições aceitáveis dentro do sistema fonológico português os seguintes exemplos coletados em *Tio Patinhas* (n.º 117): fom! fom!, humm, nhac, piu piu, bam bam, trimm, zóim, ei, ah ah ah, poxa, há, ué, hein, etc.

Quanto à sintaxe, as estruturas utilizadas conformam-se perfeitamente ao padrão culto brasileiro, sendo que alguns empregos podem ser considerados exemplares da linguagem mais cuidada como:

1) *Tio Patinhas*: "Ou talvez eu esteja vendo coisas..."; "Mas onde eu o guardarei?"; "A cápsula está no espaço, mas podemos seguir sua trajetória graças a uma câmara de TV que ela levou", "Este é o último carregamento! Informe a base de que vamos voltar!"; "Os foguetes ligam-se magneticamente às cápsulas...";

2) *Mônica*: "O negócio é o seguinte: vamos imaginar que não existe a roda, e que nós vamos tentar inventá-la como os homens primitivos inventaram!"; "E aí começa a brincadeira! Vamos fingir que somos daquele tempo!"; "Agora vamos para o campo, pra coisa ser mais autêntica!". "Se eu o encontrasse, terminaria a busca que vem me tomando as vinte e quatro horas de cada dia..." "Há meses!"; "O que há nessa pedra para assustá-la tanto?".

Relativamente aos usos, Mônica exhibe ocorrências de idiotismos e expressões brasileiras, como seria de esperar, quer se trate de interjeições, de léxico ou de fraseologia. Ex:

- a) ó nem!, puxa!, né, xóóó!, uaaai!, tá legal!, que bacana!, prontinho!, puxa vida!
- b) "É legal mesmo, não?"; "Algumas? Ponha "algumas" nisso!"; "Tá legal! Lá vou eu!"; "Eu logo vi! Aquela árvore só podia ser mágica mesmo!"; "E agora fique aí bem quietinho se não quiser tomar mais uma colherada de óleo de rícino, ouviu?"; "Que ralo de restaurante é esse?", etc.

BIDERMAN, M.T.C. Padronização lingüística e cultural provocada pelos meios de comunicação de massa. *Alfa*, São Paulo, 24:25-48, 1980.

Em suma, poucas críticas podem ser feitas à linguagem das HQ, pois os quadrinhos representam, de fato, a linguagem coloquial brasileira, registro culto. Como o contexto dessa literatura quadrinizada é o do diálogo cotidiano, nada mais normal que se utilize, no seu código escrito, as realizações do código oral. Além disso, por sua natureza de leitura de entretenimento,

os quadrinhos podem oferecer um modelo de linguagem às massas brasileiras. Do ponto de vista gramatical, as HQ podem exercer uma ação salutar no processo de uniformização e aprimoramento do código oral (registro culto) e também do escrito em vastos contingentes da população brasileira.

BIDERMAN, Maria Tereza Camargo. Linguistic and cultural standardization caused by mass media communications. *Alfa*, São Paulo, 24:25-48, 1980.

ABSTRACT: In contemporary Brazil mass media, TV mainly, perform an important function in the process of cultural integration and linguistic homogeneity. As Brazil covers a vast territory and has a considerable amount of illiterate people (11% of the population), TV performs a basic integrational function owing to the great technological advance of this vehicle. Furthermore, in the whole country television has a vast audience, including Indians. Democratically TV and other mass media are promoting knowledge, information and leisure for everybody. Among printed mass media, comics have the largest audience. They disseminate educated colloquial pattern; nevertheless, they include some concessions towards typical "mistakes" of the spoken code. Mass media, mainly the printed vehicles, collaborate with a vigorous process of uniformization of Portuguese language in Brazil.

UNITERMS: Linguistic and cultural standardization; Mass media; Language of comic strips.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. AIZEN, N. Bum! |Prááá! Tchááá! Onomatopéias nas HQ. In: MOYA, A. de. *Shazam!* São Paulo, Perspectiva, 1970. p. 269. 306.
2. CAGNIN, A.L. *Os quadrinhos*. São Paulo, Ática, 1975.
3. HABERT, A.B. *Fotonovela e indústria cultural*. Petrópolis, Vozes, 1974.
4. MC LUHAN, M. *Os meios de comunicação como extensão do homem*. São Paulo, Cultrix, 1969.

BIDERMAN, M.T.C. Padronização lingüística e cultural provocada pelos meios de comunicação de massa. *Alfa*, São Paulo, 24:25-48, 1980.

5. PFROMM NETTO, S. Comunicação de massa. *Probl. bras*, 12 (136): 5-15, dez. 1974. *massa*. São Paulo, Pioneira, 1972.
6. SAPIR, E. Língua e ambiente. In: *Linguística como ciência*. Rio de Janeiro, Acadêmica, 1969. p. 43.62.
7. SCHRAMM. *Mass media and national development*. Stanford, University Press, 1964. Apud: PFROMM NETTO, S. *Comunicação de massa*. São Paulo, Pioneira, 1972.
8. TELEVISÃO invade até aldeias amazônicas. *O Estado de S. Paulo*, 24, ago. 1978.
9. TÖNNIES, F. *Gemeinschaft und Gesellschaft*. Apud: DE FLEUR, M. *Teorias de comunicação de massa*. Rio de Janeiro, Zahar, 1971.

BIBLIOGRAFIA CONSULTADA

1. OS ANOS 70 & Televisão: e agora, nossa próxima atração. *Folhetim*, São Paulo, (148), 18 jan. 1979.
2. COMUNICAÇÃO e indústria cultural. São Paulo, Ed. Nacional/EDUSP, 1971.
3. DIAS, Marcos Antonio R. Pesquisa em comunicação e opinião pública. *Rev. bras. Teledec.*, Porto Alegre, 1: 40-59, 1972
4. FISCHER, H. D. & MERRIL, J. C., org. *Comunicação internacional: meios, canais, funções*. São Paulo, Cultrix, 1975.