

“CONTRATO DE COMUNICAÇÃO, PROJETO DE COMUNICAÇÃO E QUALIDADE EM LITERATURA INFANTIL E JUVENIL”

Ieda de Oliveira

Através deste artigo, e – em sentido amplo – deste livro (com a colaboração dos demais participantes do projeto), pretendemos fornecer ao professor elementos que o ajudem na tarefa de desenvolver no aluno, na qualidade de leitor, o necessário senso crítico.

Visando a isso, utilizaremos alguns conceitos da **análise semiolinguística do discurso** do teórico francês Patrick Charaudeau, sobretudo os de **contrato de comunicação e projeto de comunicação** – cf. Charaudeau (1983, 1992, 1996 e 2001), Charaudeau e Maingueneau (2004) e Oliveira (2003a).

Quando entramos em contacto, pela primeira vez, com esses conceitos, nos demos conta do seu potencial como ferramentas teóricas para a abordagem de importantes questões em literatura infantil e juvenil, e em literatura em geral, inclusive a da qualidade. É bom lembrar que uma teoria útil e operacional é de grande valor na prática. **Teoria** só é o antônimo de **prática** quando é ruim.

Começemos, então, por discutir esses conceitos e mais um, o de **gênero textual**.

Para entendermos a noção de **contrato de comunicação**, convém lembrar que ela foi tomada de empréstimo à terminologia jurídica. Um **contrato**, no sentido jurídico do termo (de locação, de um escritor com sua editora, entre quem presta um serviço e quem o contrata etc.) é, como se sabe, um conjunto de cláusulas que definem direitos e deveres das partes contratantes.

Da mesma forma, um **contrato de comunicação** é um conjunto de direitos e deveres de quem produz e de quem interpreta um texto, embora normalmente não esteja escrito num documento e registrado em cartório. Os contratos de comunicação são consensuais. Temos deles um conhecimento intuitivo, mas eficaz, tanto que quem os infringe sofre no mínimo a punição do ridículo. Às vezes outras piores...

Imaginemos, por exemplo, que um professor de Português, ao escrever no quadro uma palavra, ficasse em dúvida quanto à sua grafia e perguntasse à turma, digamos, se ela se escreve com Ç ou com SS.

Esse professor teria infringido uma regra do contrato de comunicação de uma categoria de texto denominado **aula** (em tempo: um texto pode ser escrito ou oral). Essa regra é a de que cabe ao professor, entre outras “tarefas”, transmitir conhecimentos sobre o conteúdo de sua disciplina, cabendo ao aluno procurar assimilar esse conhecimento. Na medida em que o mestre tira com seus alunos uma dúvida sobre aquilo que deveria transmitir-lhes, dá-se uma inversão de papéis, portanto uma quebra de contrato, o que é visto pela sociedade como grave, podendo, inclusive, custar-lhe o emprego.

Podemos dizer então que contrato de comunicação é um conjunto de interdições e “permissões” referentes ao uso da linguagem, as quais definem, como dissemos em

outro trabalho, “quem pode dizer o quê, a quem, usando que variedade da língua (informal, semiformal, formal e ultraformal)” etc. – cf. Oliveira (2003a:34).

Quanto aos demais conceitos, talvez seja melhor deixarmos por último o de **projeto de comunicação**, apresentando primeiramente o de **gênero textual**, indispensável – embora não sendo exclusivo da teoria de Charaudeau – para a definição daquele.

Um **gênero textual** é uma categoria de texto. São gêneros textuais, entre outros, o romance, o conto, o poema lírico, a notícia, a aula (como vimos), a bula de remédio, a receita culinária, o editorial, a piada etc. Cada um desses gêneros tem características contratuais próprias.

Por exemplo: Se leio num jornal que a empresa X faliu e fico sabendo depois que essa informação era falsa, tenho o direito de me sentir enganado, porque faz parte do contrato de comunicação do gênero textual **notícia** um compromisso com a realidade dos fatos, mas ninguém fica indignado com Colodi por Pinóquio nunca ter existido, uma vez que tal compromisso não faz parte do contrato de comunicação do texto ficcional.

Muito pelo contrário! Quando escrevemos uma obra de ficção, esperamos que ela seja lida numa atitude de “faz de conta”. Há uma espécie de “trato” tácito entre autor e leitor nesse sentido, o qual é uma das “cláusulas” do contrato da ficção.

O conceito de contrato de comunicação só faz sentido, portanto, quando o associamos a um gênero textual ou a um conjunto de gêneros inter-relacionados. Pode-se falar no contrato de comunicação do romance, no do conto, no da novela, bem como no da prosa de ficção; no da notícia, no do editorial, no da coluna social, tanto quanto no do jornalismo; no do memorando, no do ofício, no do requerimento, como no da redação burocrática; no da fábula, no do conto de fadas, no do teatro infantil, tanto quanto no da literatura infantil como um todo. E assim por diante...

O terceiro conceito – **projeto de comunicação** – pode ser entendido da seguinte maneira:

Por trás de todo ato de fala ou escrita existe uma **intenção** e um conjunto de **estratégias** destinado a concretizá-la. O **projeto de comunicação** de quem fala ou escreve é constituído dessa intenção, ou seja, dos objetivos de tal ato, mais os recursos (estratégias) usados para atingi-los.

É por meio de seu **projeto de comunicação** que o autor (se o texto é escrito) ou o falante (se ele é oral) “administra” as permissões e interdições do contrato de comunicação do gênero que se propõe produzir, explorando a margem de manobra situada na fronteira entre as liberdades e as restrições.

Como qualquer projeto ou plano (um plano de aula, um projeto de engenharia, de publicidade, de pesquisa etc.), ele pode ou não atingir seus objetivos. Em outras palavras, existe a comunicação fracassada: a aula que os alunos não entendem, a piada que não faz rir, a cantada malsucedida, a obra de ficção que não agrada etc. Esse

fracasso ora se deve à infração de alguma “regra” do contrato, ora à exploração ineficaz da margem de manobra disponível.

Outra coisa: o **projeto de comunicação** é em princípio individual, ao passo que o **contrato de comunicação** é coletivo, ou seja, é um conjunto de convenções (interdições e “permissões”) referentes ao uso da linguagem, a que todos temos em princípio de obedecer.

Normalmente, quando falamos em **projeto de comunicação**, nos referimos aos objetivos e estratégias que estão por trás da produção de um único texto por um único indivíduo. Pode-se, no entanto, falar também do projeto literário do Escritor X, que ainda é de um único autor, mas já envolve mais de uma obra. É possível inclusive falar em projeto coletivo: o dos modernistas da primeira fase, por exemplo.

O importante é entender que um projeto de comunicação incluirá sempre objetivos e estratégias de pessoas (físicas ou jurídicas, individualmente ou em grupo) ligadas à produção de um texto ou de um conjunto bem delimitado de textos.

Um contrato de comunicação, ao contrário, pode gerar em princípio um número infinito de textos, correspondendo a um conjunto de possibilidades.

Vejamos agora como surgem os contratos de comunicação, examinando para isso quatro casos concretos.

EXEMPLO 1:

Imagine que você fosse o primeiro profissional no Brasil a dublar filmes para a televisão e que tivesse de tomar, entre outras, as duas seguintes decisões:

(1.^a) Que tradução adotar para “Wait for me”? (“Espere-me”, “Me espera” ou “Espere por mim”?)

(2.^a) Como lidar com as falas de personagens rurais americanos, com seu inglês marcado por um sotaque típico? Simplesmente dublá-las sem as caracterizar como rurais? Ou as dublar com o sotaque nordestino? Ou com o mineiro?

Na atualidade, parece que já se fixou, para esse fim, no contrato de comunicação da dublagem de filmes, a forma “Espere por mim”, e é muito comum a opção pelo sotaque rural mineiro no segundo caso, embora talvez não em caráter obrigatório.

As falas nos filmes dublados constituem um gênero textual, com o respectivo contrato. Trata-se, evidentemente, de um gênero que só faz sentido acompanhado do componente visual do filme e dos demais detalhes que o compõem, com os quais forma um todo estético.

EXEMPLO 2:

Imagine-se tabelião, no momento em que o rei de Portugal determinou que os tabeliões deveriam redigir em português e não mais em latim, como se fizera até então. Você estaria, juntamente com os demais tabeliões, criando um contrato de comunicação

novo em língua portuguesa para fim de redação burocrática, como Lutero criou um novo contrato ao traduzir a Bíblia para o alemão.

EXEMPLO 3:

A Era Vitoriana (final do século XIX) caracterizava-se por uma cultura fortemente repressiva, em que não havia lugar para o indivíduo com suas emoções. Os problemas individuais (não a reflexão filosófica abstrata e generalizante sobre eles, mas eles próprios em sua concretude) eram um tema tabu em grande número de contratos de comunicação do cotidiano da época.

Foi nesse contexto que Freud criou a psicanálise, fundando com ela um novo gênero de texto oral, a **sessão de psicanálise**, ou abreviadamente **sessão de análise**, cujo contrato de comunicação permite falar de temas até então proibidos e cuja proibição provocava muito sofrimento nas pessoas.

EXEMPLO 4:

Imagine-se agora na pele de Monteiro Lobato, com um projeto de comunicação em mente, dentre cujos objetivos estava o de produzir textos literários inovadores para crianças, em que se estabelecesse um elo de ligação mágico entre o mundo da fantasia e o cotidiano infantil.

Pensando no contrato vigente na época para o conjunto de gêneros que constituem a literatura infantil, você constataria que, dentro das convenções estabelecidas por ele, seria impossível executar tal projeto. A solução seria criar um novo contrato. Foi o que ele fez.

Surgem novos contratos, quando alguém tem um projeto inviável nos moldes dos contratos vigentes, apesar de o gênero em questão já existir, ou quando este simplesmente não existe e precisa ser criado.

Essa decisão de mudar a “regra do jogo”, rompendo com contratos anacrônicos, é própria dos escritores e movimentos de vanguarda.

Há casos, portanto, em que um bom projeto se vê diante de um mau contrato. “Mau” no sentido de inadequado às necessidades do projeto. O contrário também existe: maus projetos com bons contratos. As pessoas não são todas iguais. Diferenças individuais existem. Há bons e maus jornalistas, bons e maus poetas, contistas, ensaístas etc., comprometidos com os mesmos contratos de comunicação, sendo que uns exploram melhor que outros as respectivas margens de manobra.

Mais um esclarecimento: Os contratos variam conforme a **situação comunicativa** (ou **circunstâncias da comunicação**) – cf. Charaudeau (2001:13). Dentre os elementos contidos nessa situação, podemos citar:

- **o perfil de quem produz o texto** (a faixa etária, *status*, grau de instrução, idade, opiniões políticas, religiosas etc. do autor/falante interferem no

contrato: um adolescente, por exemplo, pode, em determinados ambientes, usar certas gírias que não ficaria bem um adulto empregar);

- **o perfil de quem interpreta o texto** (nosso modo de falar ou de escrever tem de adaptar-se à faixa etária, *status*, grau de instrução etc. de quem nos ouve ou lê);
- **a natureza oral ou escrita, presencial ou não presencial da comunicação** (uma carta é escrita e não presencial, uma conversa é presencial e oral, um telefonema é não presencial e oral etc.);
- **a existência ou não de diálogo direto com o destinatário** (possível na conversação, no telefonema, no *chat*, mas impossível no discurso de formatura, no livro ou na notícia);
- **a conjuntura política, econômica etc. do momento em que se dá a comunicação** (o modo como a imprensa se refere hoje ao governo é diferente do da época da ditadura);
- **o meio utilizado** – a Internet, o telefone (fixo ou celular), a escrita à mão (em cartas, bilhetes, lembretes de agenda etc.), a palavra impressa (em livros, revistas, jornais etc.), a fala pura e simples (num sermão, numa conversa, conferência, aula etc.).

Os contratos de comunicação variam em função desses componentes da situação comunicativa:

- O do *e-mail*, por exemplo, embora tendo muito em comum com o da carta, não é idêntico a ele, porque **o meio usado** não é o mesmo – cf. Marcuschi (2002:21).
- O da **literatura infantil** e o da chamada literatura adulta (apesar do denominador comum existente entre elas e da existência de cláusulas comuns entre os respectivos contratos), não se confundem, porque as duas modalidades se dirigem a **públicos-alvo** diferentes.

Por economia de tempo e de espaço, fiquemos com esses dois exemplos, mas poderíamos dar inúmeros outros.

Há, pois, uma forte correlação entre gêneros textuais e situações comunicativas. A mudança de um único elemento da situação já acarreta alterações no contrato, podendo em certos casos criar outro gênero.

As interdições e “permissões” contidas num contrato de comunicação podem ser da língua propriamente dita ou da nossa atividade lingüística. Aproveitemos, a título de ilustração, alguns exemplos do nosso já citado trabalho de 2003:

“Não podemos usar o pronome de primeira pessoa com o verbo na terceira, porque o sistema da língua não o permite, logo a língua tem suas restrições, mas podemos escolher entre duas ou mais formas de estruturar a frase (escolhas sintáticas), entre duas ou mais palavras

(escolhas lexicais) e assim por diante, porque ela oferece também espaços de ‘liberdade’.

Da mesma forma os contratos de comunicação que regem nossa atividade lingüística permitem certos comportamentos e interditam outros. Por exemplo: no Tribunal do Júri a parte que não está com a palavra tem direito ao chamado “protesto” (liberdade), desde que o juiz concorde (restrição)” – Oliveira (2003a:33).

O contrato de comunicação de cada gênero ou conjunto de gêneros textuais deixa à pessoa que fala ou escreve uma margem de manobra dentro da qual ela atua, estabelecendo estratégias para atingir os objetivos do seu projeto de comunicação.

Conclui-se daí que não podemos fazer uso da linguagem como bem entendermos. A liberdade lingüística existe, mas obedece a limites traçados pelo contrato de comunicação vigente em cada situação comunicativa, dentro dos limites de cada gênero.

Há, portanto, uma **margem de manobra** para quem se comunica através da linguagem, margem essa que consiste não só na exploração das liberdades oferecidas pelo contrato, mas até – quando necessário – na própria transgressão de suas “cláusulas”, com a conseqüente criação de um novo contrato.

Essas rupturas, evidentemente, só ocorrem em circunstâncias muito especiais, em que os velhos contratos já não estão adequados à nova realidade.

Transgredir tem seus riscos e é preciso pagar o preço. O próprio Lobato, ele mesmo um inovador em matéria de literatura, não conseguiu transferir para as artes plásticas essa atitude e rotulou, como sabemos, o trabalho de Anita Malfatti de “paranóia ou mistificação”.

A regra geral, para quem produz um texto, é que este se enquadre nas convenções dos contratos de comunicação vigentes, o que não tem nada a ver com mediocridade. No caso da literatura, é possível – dentro das restrições contratuais de cada gênero – levar prazer estético ao leitor.

A questão dos bons e maus contratos e dos bons e maus projetos é a da qualidade, que no fim das contas é a preocupação central da crítica.

O conceito de contrato de comunicação e o de projeto de comunicação são instrumentos de avaliação muito úteis, pois permitem refletir sobre a questão da qualidade literária. O de contrato, porque só se pode julgar a qualidade de um texto dentro do contrato do gênero a que ele pertence (entre outras razões). A mesma característica pode ser um atributo positivo num poema e negativo num ensaio filosófico. E vice-versa. E o conceito de projeto de comunicação, porque é nesse projeto que tem origem a qualidade do texto ou a falta dela.

Lendo com atenção os artigos e depoimentos contidos neste livro, percebe-se neles – apesar de abrigarem diferentes pontos de vista – um razoável grau de consenso em alguns aspectos.

Há nesses textos, de modo geral, uma forte rejeição à rigidez didática, ao lugar-comum, ao culto dos “fatos verídicos” e há, por outro lado, uma valorização da autodescoberta pela leitura, da pluralidade de interpretações para a mesma obra, da emoção, da imaginação, da fantasia e de uma certa “loucura” saudável que o prazer estético proporciona.

Literariedade e imaginação são exigências contratuais de qualquer gênero literário. Estão na própria essência da literatura. Trata-se, portanto, de cláusulas **pétreas** no contrato de comunicação de qualquer gênero literário, logo, quanto mais uma obra se afasta delas, mais compromete seu valor estético e, portanto, sua **qualidade**, que, aliás, é uma questão de grau, até porque há obras com diferentes graus de fidelidade ao contrato de comunicação do seu gênero. Quanto maior a fidelidade, maior a qualidade, a não ser nos momentos em que é necessário transgredir.

Por conta do contrato da literatura infantil, pode-se afirmar que não é função dela **ensinar**, e sim **educar**.

O verbo *educar* significa etimologicamente “trazer para fora”, ou seja, despertar conteúdos que já existem de forma potencial na mente do estudante. Contém o prefixo latino *ex*, modificado para *e*, e a raiz do verbo *ducere* – “conduzir”. Significa, portanto, ajudar o aluno a adquirir conhecimentos, respeitando sua inteligência, ao invés de adestrá-lo, como é feito com os animais.

Já *ensinar*, também de origem latina, provém de *in* (“dentro”) + *signare* (“pôr um signo”, “marcar”). Dá a idéia como que de marcar com ferro quente. Do ponto de vista pedagógico, corresponde ao procedimento de “empurrar” informações, de fora para dentro, na cabeça do aluno.

Como lembrávamos em Oliveira (2003b):

“Não é função da literatura infantil nem de literatura nenhuma, ensinar nada a ninguém, marcando a ferro e fogo, ditando normas de conduta, ou seja lá o que for, mas educar, no sentido etimológico da palavra, conduzindo para fora do sujeito o que nele já existe, contribuindo para, através do belo, ampliar sua percepção de mundo e isso vale para todas as artes.”

Também dizíamos, nesse artigo que “a fronteira entre a literatura infantil e a literatura dita adulta (...) é de natureza contratual”. Cada uma tem seu contrato de comunicação, sem que esta valha mais que aquela.

A criança – leitor típico dessa modalidade de literatura – tende a ter um universo menor que o do adulto que a produz, “com limitações de léxico, de sintaxe e de visão de mundo”, o que reduz a margem de manobra do autor, aumentando o seu desafio.

A qualidade que intuitivamente percebemos nos grandes autores da literatura infantil, muitos dos quais participam deste volume, decorre precisamente da criatividade com que administram, em seus projetos de comunicação, essa margem de manobra tão estreita.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CHARAUDEAU, Patrick. De la competencia social de comunicación a las competencias discursivas. *Revista Latinoamericana de Estudios del Discurso*. Caracas, 1(1): 7-22, ago. 2001.

----- . *Grammaire du sens et de l'expression*. Paris: Hachette, 1992.

----- . *Langage et discours : éléments de sémiolinguistique (théorie et pratique)*. Paris: Hachette, 1983.

----- . Para uma nova análise do discurso. In: CARNEIRO, Agostinho Dias (org.) *O discurso da mídia*. Rio de Janeiro: Oficina do Autor, 1996.

----- & MAINGUENEAU, Dominique, orgs. *Dicionário de análise do discurso*. São Paulo: Contexto, 2004.

COELHO, Nelly Novaes. *Literatura: arte, conhecimento e vida*. São Paulo: Peirópolis, 2000a.

----- . *Literatura infantil: teoria, análise, didática*. 7. ed. São Paulo: Moderna, 2000b.

MARCUSCHI, Luiz Antônio. *Gêneros textuais : definição e funcionalidade*. In : DIONÍSIO, Ângela Paiva, MACHADO, Anna Rachel & BEZERRA, Maria Auxiliadora, orgs. *Gêneros textuais & ensino*. Rio de Janeiro : Lucerna, 2002. p. 19-36.

OLIVEIRA, Ieda de. *O contrato de comunicação da literatura infantil e juvenil*. Rio de Janeiro: Lucerna, 2003a.

----- . A maioria da literatura infantil. *Notícias*. Rio de Janeiro: Fundação Nacional do Livro Infantil e Juvenil, 12 (25): 8-9, dez. 2003b.