

LÉXICO E CULTURA NO DISCURSO DA MÍDIA

Nelly Medeiros de Carvalho (UFPE)

nellycar@terra.com.br

A língua, não tendo função em si, existe para expressar a cultura e possibilitar que a informação circule. Ela corporifica as demais interpretações culturais, como as letras nas músicas, a oração na religião, a descrição e a especificação na moda, a receita na culinária, o título nas obras de arte. A cultura é transmitida pela língua, sendo também seu resultado, o meio para operar e a condição da subsistência dessa cultura. O discurso midiático é também matizado pela cultura em que está inserido no vocabulário escolhido. A competência do discurso da mídia e a sua eficácia vão depender da forma como representa a cultura em que está inserido, permitindo estabelecer uma relação pessoal com a realidade próxima. A presença de índices carregados de cultura partilhada pela comunidade aumenta o poder de persuasão e sedução da mensagem veiculada, pois apela para valores que circulam e são aceitos, sendo entendidos facilmente. Na mídia brasileira, podemos observar que, enquanto algumas mensagens se dirigem a um público-alvo nacional, outras são construídas visando a um público-alvo mais específico, regional. Léxico e cultura formam um todo indissociável e, no caso da língua e da cultura maternas, esse todo não é ensinado em nenhum lugar especial, mas adquirido ao sabor dos acontecimentos cotidianos. Ele identifica os indivíduos como participantes de uma coletividade e serve de denominador comum para o convívio social.