



A variedade lexical no jornal *Aqui PE*¹

Felipe Casado de LUCENA²
Universidade Católica de Pernambuco, Recife, PE

RESUMO

Este artigo aborda a variedade lexical presente nas notícias do jornal *Aqui PE*, considerando que a utilização de determinadas expressões está diretamente ligada à variante linguística de cunho social (diastrática) utilizada pelo seu público-alvo (classes C, D e E). Para entender melhor esse fenômeno, esta pesquisa se fundamentou nos estudos de Ilari (2007) a respeito do léxico e da variação diastrática. Também foram utilizadas como base Amaral (2006), Pedroso (2001) e Dias (1996) e seus estudos a respeito da concepção de jornalismo popular, a fim de compreender o processo de construção das notícias.

PALAVRAS-CHAVE: léxico; variação diastrática; jornalismo popular.

Jornalismo e sociedade

Apurar, reunir, selecionar e difundir notícias, ideias, acontecimentos e informações gerais, tudo isso levando em conta a veracidade, a exatidão, a clareza e a rapidez como formas de unir o pensamento à ação. Essas características, descritas por Bahia (2009, p.12), resumem bem o conceito de jornalismo e o seu compromisso com a sociedade. O jornalismo incentiva, direta ou indiretamente, a comunidade a participar da vida social, assumindo um papel de intermediário da sociedade. Segundo Amaral (2001, p.17), o jornalismo possui quatro principais funções: política, econômica, educativa e de entretenimento.

Em sua função política, o jornalismo atua como instrumento de direção dos negócios públicos e como órgão de expressão e de controle da opinião pública. A sua função econômica e social diz respeito ao fato de ser um instrumento do desenvolvimento econômico e social, uma vez que tem como objetivo difundir diariamente informações de interesse da sociedade, contribuindo com o

¹ Trabalho apresentado no GP Jornalismo Impresso do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Professor do Curso de Jornalismo da Unicap, email: felipe_casado@hotmail.com



desenvolvimento da indústria e do comércio e promovendo uma melhoria nas relações sociais em geral.

A função educativa é cumprida de várias formas, através de publicações do noticiário internacional, debates na Câmara e no Senado, reportagens sobre problemas educacionais, comentários, editoriais, entre outras que contribuem com a formação intelectual do leitor. A função de entretenimento é representada pela própria leitura do jornal, considerada uma atividade de prazer, já que os momentos reservados para a leitura são geralmente os intervalos de repouso. Também é comum ler nos transportes, em salas de espera ou nos dias feriados.

A imprensa se caracteriza como um importante e poderoso meio de influência das classes dominantes sobre as massas populares, atuando como formadora de opinião pública, construindo juízos, conceitos e apreciações a respeito dos diferentes aspectos da vida da população e do Estado nas diversas classes sociais.

Assim, o jornalismo mantém-se atento ao seu propósito principal de informar o público, causando reações imprevistas ou sensações agradáveis, mas também induz atitudes, influencia, altera padrões de comportamentos e, conseqüentemente, contribui com os hábitos de consumo.

A diversidade do português brasileiro e os segmentos sociais do jornalismo

A linguagem considerada padrão é aquela falada pelas classes sociais dominantes, que detém o poder político, ou seja, a linguagem das elites. Os membros desse grupo de liderança tiveram acesso à educação e são capazes de utilizar as palavras e construir um discurso, usufruindo adequadamente dos equipamentos linguísticos. Por terem um conhecimento mais ordenado e preciso da língua padrão, eles também estão aptos a usar tanto a linguagem culta quanto a linguagem usual.

Segundo Gurgel (1990, p.9), o nível mais elaborado da língua nacional é representado pela linguagem padrão, cujos falantes têm domínio de uso e socializam o seu conhecimento. Eles fazem parte das classes mais adestradas e preparadas para as funções de liderança e do exercício do poder político dentro da sociedade. A linguagem utilizada pelos membros desses grupos apresenta certo ordenamento linguístico, cultivando e preservando os valores históricos e semânticos da língua, além de sua identidade estrutural.



No entanto, fora dessa linguagem padrão existem inúmeras variações linguísticas na sociedade. E essas variações estão associadas à forma como a língua é utilizada, considerando-se a socialização do conhecimento e o nível de educação dos indivíduos e dos grupos sociais. Esses indivíduos que, por um motivo ou outro, não tiveram acesso aos estudos ou se dedicaram a outras necessidades básicas mais urgentes, utilizam um conjunto de variantes, ou seja, “um conjunto de usos linguísticos considerados relevantes para a caracterização de uma variedade” (CASTILHO, 2010, p.197). A variedade seria a soma idealizada das variações. Essa variação do português brasileiro que envolve as classes sociais é denominada *sociocultural*, pois cada falante, mesmo que pertencente à mesma região, procede de um segmento diferente da sociedade.

É importante ressaltar que, conforme explica Castilho (2010, p.197), a variação e a mudança são propriedades linguísticas que seguem uma sistemacidade e uma regularidade, não comprometendo, assim, a intercompreensão. Em todos os casos de variação, a linguagem desempenha uma função efetiva, factual e casuística, reunindo no seu equipamento linguístico, falado e escrito, todo o estoque de palavras e blocos, expressões e frases, utilizadas com mais frequência. É a língua permanente, empregada no dia-a-dia, para a representação da coisificação da ideia, observando o módulo de situação. (GURGEL, 1990, p.21)

Ilari (2006, p.175) descreve o fenômeno denominado pelos linguistas de *variação diastrática* como o tipo de variação que se encontra quando se comparam diferentes estratos de uma população. Segundo o autor, esse tipo de variação também é chamada de *português subpadrão* ou *português substandard*, por se tratar de uma variedade de português falada pela população menos escolarizada. No entanto, ele também ressalta que essas construções do *português substandard* são parte de uma variedade linguística que segue uma gramática própria, permitindo, assim, uma comunicação eficaz.

Segundo Sá (2007, p.50), até os falantes de uma mesma região geográfica se comunicam de formas diferentes. Isso ocorre em virtude do domínio da língua, que se configura como um processo constante, fruto do contato entre os falantes. “A variação social é o resultado da tendência para maior semelhança entre os atos verbais dos membros de um mesmo setor sociocultural da comunidade”.

O jornalismo também participa dessa construção social ao utilizar uma linguagem que se adapta ao contexto dos leitores. É possível encontrar periódicos que



utilizam tanto a forma mais culta como a forma popular. Os jornais têm carregado em sua linguagem, ao longo dos séculos, as marcas dessa segmentação social.

Observa-se que, na grande imprensa, existem jornais que atendem às expectativas de públicos distintos. Alguns deles possuem uma linguagem voltada para o público de maior escolaridade, os quais integram as classes alta e média da população; outros, uma linguagem voltada para o público de baixa escolaridade, que faz parte de classes economicamente menos favorecidas.

Segundo Pedroso (2001, p.46), os jornais para as classes alta e média possuem características em comum, como a sobriedade na apresentação dos fatos e o efeito de credibilidade junto ao público. Tais periódicos são reconhecidos pelo conceito editorial e pelos lucros obtidos junto ao público anunciante.

Os jornais que se preocupam em atingir as classes mais baixas são conhecidos como populares, pois, apesar de buscarem a atenção dos leitores de todas classes, estão focados especialmente naqueles de pouca escolaridade, que integram as camadas populares.

A concepção de popular trabalhada aqui é baseada na ideia de Amaral (2006) a respeito de uma imprensa que se auto-intitula popular e é bem consumida pelo seu público-alvo. Ela é composta de jornais baratos, com baixa paginação, vendidos em bancas, sem serviço de assinante, e que incorporam publicidades de produtos para a baixa renda. Além disso, é um tipo de imprensa que tem proximidade e empatia com o seu público, principalmente porque utiliza elementos culturais historicamente relacionados com as classes populares ou produzidos por eles.

Não há um consenso em relação à data de surgimento do jornalismo popular, uma vez que muitos dos primeiros jornais de cada país traziam características de uma linguagem popular. Também não é possível desassociar jornalismo sensacional de jornalismo popular, pois esse rótulo era utilizado para designar os jornais voltados para o público de baixa renda, designando o grau mais elevado de mercantilização da informação. Hoje em dia essa noção está ultrapassada porque os diversos segmentos populares são baseados em características diversas que não devem ser avaliadas de maneira generalista.

Por fazerem parte de uma vertente jornalística que valoriza a linguagem popular das notícias, o conteúdo do noticiário popular detém-se na dramatização ou humanização dos acontecimentos, enfocando principalmente os conflitos pessoais que fornecem aos leitores “elementos para projeção ou identificação, a partir dos seus



problemas pessoais, o que permite a consumação de experiências catárticas” (MELO, 1972, p.189 apud PEDROSO, 2001, p.47). Sendo assim, essas mensagens precisam estar ajustadas ao público-alvo, permitindo que se haja uma identificação com os termos usados.

Os jornais populares, segundo Amaral (2006, p.13), fazem parte de um novo mercado voltado para as classes C, D e E. É um segmento jornalístico mais focado no entretenimento e na prestação de serviços. O cotidiano das pessoas se torna a pauta principal, prevalecendo o interesse do público sobre o interesse público. A fim de se aproximar mais das camadas populares, esses impressos apresentam uma entonação diferente do jornalismo tradicional. Essa característica varia de periódico para periódico, mas os incluem num mesmo segmento.

Transformações de atitude linguística, isto é, de alteração do prestígio social das formas orais, vêm ocorrendo no dia-a-dia da linguagem urbana. Vocábulos e estruturas linguísticas ligados às classes populares se incorporaram ao uso, introduziram-se na mídia, participando de veículos de comunicação, como o rádio, a TV e a imprensa.
(DIAS, 2003, p.17)

Os meios de comunicação estão interessados em atingir essa parte da população, utilizando a variação linguística popular como estratégia de mercado, já que o público pouco escolarizado também consome jornais. Por causa disso, a linguagem precisa ser ajustada, a fim de atingir seus objetivos. Além disso, a ideia do jornalismo popular é não concorrer com os grandes jornais, que têm um formato tradicional.

Amaral (2006, p.10) observa que dentre as características padrões de um jornal popular está o fato de que eles são vendidos somente em bancas de jornais e suas capas são sempre chamativas, enfocando, com certa frequência assuntos que envolvem violência, mas com imagens cada vez mais raras de cadáveres. Além disso, esses periódicos buscam uma linguagem mais simples, o didatismo, a prestação de serviços e também a credibilidade. Eles abrangem as regiões metropolitanas e dão enfoque à editoria de Cidades. A temática política, atualmente, vem ocupando um lugar mais expressivo nesses jornais.

Verifica-se, através dessa descrição da autora, que o jornal popular segue uma estrutura que se diferencia do padrão sensacionalista, mas também não se enquadra num perfil tradicional de jornalismo. Sua principal característica, a linguagem objetiva,



mantém o vínculo com uma proposta original do jornalismo: clareza da informação. Segundo Pena (2008, p. 82), “o jornalista procura diminuir ao máximo o grau de entropia, pois sabe que seu público é heterogêneo e precisa de um entendimento imediato”.

Apesar de todas as diversidades conceituais e estruturais do jornalismo popular, Dias (2003, p.64) destaca que boa parte das notícias são redigidas dentro das normas sintáticas cultas e que a variação popular recai mais sobre o vocabulário, que é a parte da língua mais sujeita a renovações.

Exemplos disso são as gírias e expressões populares, que aparecem com mais frequência na linguagem das manchetes que na das notícias. Isso demonstra a preocupação do jornal com a sua vendagem, pois quanto mais chamativos forem os conteúdos das manchetes, mais interesse o jornal desperta no seu público. Através da utilização de gírias e expressões populares, o jornal popular demonstra estar sempre atualizado.

Para Gurgel (1990, p.13), a gíria contribui com o maior número de palavras e blocos, frases, expressões ou alocuções para a linguagem usual e o equipamento falado. Outro fator importante a ser ressaltado é que as gírias estão relacionadas com a época e o módulo de situação. Cada época tem sua gíria e, por isso, muitas delas surgem, têm a sua expectativa de vida, desempenham o seu ciclo e finalmente desaparecem.

No entanto, apesar de muitas das gírias serem um produto da época, algo relacionado à moda, muitas delas resistem por tempo maior. Algumas são absorvidas pela própria língua e passam a fazer parte do seu patrimônio, incorporando-se à linguagem padrão.

Segundo Amaral (2006, p.57), os periódicos populares buscam falar do universo de seus leitores, utilizando recursos temáticos, estéticos e estilísticos diferenciados do discurso jornalístico tradicional. Eles valorizam o cotidiano e a percepção de mundo personalizada, dando um enfoque subjetivo e pessoal às notícias.

Dias (2003, p.63) confirma que o envolvimento do redator muitas vezes estabelece um efeito narrativo muito a gosto da conversação, “criando-se um estilo de narrar que se aproxima da oralidade e que nos surpreende nos momentos menos esperados”. Ainda segundo a autora, o jornalismo popular busca atender a uma expectativa do leitor, assim como no discurso oral, cujo falante tem interesse em satisfazer às expectativas do seu interlocutor.



O jornal *Aqui PE*

O jornal *Aqui PE* começou a circular na cidade do Recife em 11 de agosto de 2008, uma segunda-feira, trazendo em sua capa a seguinte manchete: *Procura-se defunto assassino*. Esse primeiro exemplar trouxe aos leitores um estilo de periódico composto por notícias marcadamente populares, com pretensão de atingir um público-alvo de classes C e D, pouco habituado à leitura diária, mas suficientemente curioso para comprar um jornal com manchetes diferenciadas ao preço de R\$0,50.

Apesar de nem todas as manchetes do jornal apresentarem fatos espetaculosos, as temáticas que ganham maior enfoque são, em sua maioria, de dimensão local, envolvendo comunidades do Recife e de sua região metropolitana.

O *Aqui PE* se divide nas seguintes seções: 2ª página – que traz cartas dos leitores, frases do dia, previsão do tempo, cardápio dos restaurantes populares, dicas e charges; Cidades – que traz notícias sobre o Recife e Região Metropolitana; Polícia – onde aparecem os casos policiais; Geral – que engloba as notícias do Brasil e do mundo, cursos e concursos para leitores, opiniões e muito mais; Lazer e CIA – com fotos e fofocas, programação de TV, cinema, horóscopo e entretenimento; Esportes – onde aparecem informações sobre futebol e outros esportes.

O léxico no jornal *Aqui PE*

Carvalho (2009) explica que *Léxico* é sinônimo de *vocabulário*, o inventário completo dos vocábulos que fazem parte dos dicionários de uma língua. Segundo Castilho (2010, p.110), “o léxico é um inventário de categorias e subcategorias cognitivas; e de traços semânticos inerentes”. Esse inventário é virtual, pré-verbal, um feixe de propriedades de que lançamos mão para a criação das palavras.

O motivo pelo qual formamos palavras é o mesmo pelo qual formamos frases: o mecanismo da língua sempre procura atingir o máximo de eficiência, o que se configura em uma maior flexibilidade de expressões e uma menor quantidade de elementos armazenados na memória. “É essa flexibilidade que nos permite contar com um número gigantesco de elementos básicos de comunicação sem termos que sobrecarregar a memória com esses mesmos elementos. (BASÍLIO, 2003, p.10)

Segundo Ilari (2006, p.134), o português do Brasil possui um léxico de uso corrente de aproximadamente sessenta mil palavras, considerando-se os usuários do



português brasileiro em seu conjunto. O vocabulário que cada falante consegue interpretar, ou seja, que domina passivamente, constitui-se apenas como parte do léxico da língua, e o que cada falante utiliza ativamente nas próprias construções enunciativas é ainda mais reduzido que esse vocabulário passivo. Ainda conforme o autor, os estudos de natureza estatísticas têm mostrado que há uma grande variação na frequência de uso dos vários itens lexicais.

No *Aqui PE*, a variação linguística se concentra mais nesse campo lexical, por ser um grupo de palavras com forte conteúdo semântico prévio, representando o mundo extralinguístico, como no caso das gírias e expressões populares utilizadas em seus textos. Segundo Gurgel (1990, p.13), a gíria é o componente mais importante dentre as variações mais frequentes no sistema linguístico, pois possui o maior número de palavras e blocos, frases, expressões ou alocações para a linguagem usual e o equipamento falado. Preti (1983, p.67) salienta que, em sua essência, a gíria constitui-se num vocabulário ligado à vida e à cultura de um grupo social restrito. Ela tem a função de defesa e preservação de classe.

Foram analisadas manchetes, antetítulos (chapéus), títulos e subtítulos (linhas finas) do jornal *Aqui PE*, uma vez que concentram uma maior variedade lexical, e selecionamos 10 exemplares para representar este estudo a respeito do léxico. Dentre as amostras estudadas, foi encontrada uma gama de itens lexicais que representam a fala do povo, como mostra a tabela abaixo.

Nº	Datas da publicação	<i>Aqui PE</i>	Parte da notícia
1.	06/08/09	<i>Gringa filezinho é presa com pó</i>	Manchete
2.	11/08/09	A gente deu uma <i>guaribada</i> pra comemorar um ano de vida.	Manchete
3.	12/08/09	Quem mandou levar tanta <i>lapada</i> ?	Chapéu
4.	13/08/09	Diretoria leonina dá o <i>lavra</i> do Sport	Manchete
5.	19/08/09	Marido <i>lelé</i> faz esposa refém	Manchete
6.	20/08/09	<i>Fuleragem</i>	Chapéu
7.	26/08/09	Levou <i>gaia</i> e matou o <i>urso</i> traíra	Manchete
8.	03/08/10	Meteram bala no jogador <i>Caça Rato</i>	Manchete
9.	07/08/10	Rubens Pontes (E) imita o Rei	Linha fina



		fazendo apresentações por aí. O problema é que um larápio levou a peruca do <i>cara</i> e ainda engravidou a <i>boyzinha</i> dele. Vai ter azar assim lá na...	
10.	25/08/10	<i>Leão vacila em casa</i>	Título

Exemplo 1

Gringo(a) (Houaiss) - Expressão usada somente no Brasil. Significado: indivíduo estrangeiro.

Filezinho é uma variante da expressão coloquial do português brasileiro “filé”, utilizada para designar uma mulher bonita, principalmente de corpo.

Pó (Houaiss) - Expressão usada somente no Brasil. Significado: cocaína.

Exemplo 2

Guaribada é uma expressão coloquial do português brasileiro que significa ação ou resultado de *guaribar*, de arrumar alguma coisa de modo superficial; Ajeitada; Arrumada.

Exemplo 3

Lapada é uma expressão coloquial da fala popular que pode ser utilizada para várias coisas, dentre elas “tabefe, surra” e, no caso da linguagem futebolística, perder de forma vergonhosa. Em alguns casos, também é utilizada com uma conotação sexual.

Exemplo 4

Lavra vem de “lavar”, que é uma expressão utilizada na oralidade para dizer que alguém saiu de algum lugar.

Exemplo 5

Lelé na linguagem coloquial do português brasileiro significa “louco, maluco”.

Exemplo 6

A palavra *fuleragem* é uma variante do adjetivo *fuleiro* que, segundo o dicionário Houaiss, significa algo que não é confiável.

Exemplo 7

(Levar) *gaia*, na linguagem coloquial do português brasileiro, significa ser traído.

Urso, na linguagem coloquial do português brasileiro, é o amante envolvido na traição.

Exemplo 8



A expressão “Caça Rato” faz referência ao apelido do jogador de futebol, Flávio Caça Rato. No entanto, na linguagem coloquial recifense, ela é usada para qualificar uma mulher (ou homem) que não é exigente na escolha de alguém para se relacionar e fica com várias pessoas, sem critérios. Nesse caso, o jornal trabalhou a ambiguidade do termo.

Exemplo 9

Cara (Houaiss) – Expressão usada somente no português do Brasil. Significado: indivíduo, pessoa qualquer.

Boyzinha, na linguagem coloquial, significa “garota”, “namorada”. Temos aí uma variante lexical com base na expressão “boyzinho” (do inglês, boy = garoto).

Exemplo 10

Leão é o símbolo do time de futebol Sport Recife.

Vacilar vem de vacilo que, segundo o dicionário Houaiss, significa um erro ou deslize.

A partir dessas amostras, verifica-se que o jornalista tenta explorar o universo do leitor, utilizando um vocabulário com grande variedade lexical que permite uma identificação com o público-alvo. Preti (1983, p.68) explica que no vocabulário das classes baixas, alguns termos ascendem na escala social, passam a fazer parte do uso cotidiano da comunidade e chegam a alcançar até mesmo contextos literários.

Normalmente essa mudança ocorre através do contato entre a língua oral e a escrita, em particular pelos textos de jornais, mas também por meio da influência de vocábulos gírios que aparecem em entrevistas e telenovelas. Assim, algumas dessas expressões passam a fazer parte dos dicionários mais abertos à influência da linguagem popular, transformando-se em formas familiares.

Considerações finais

Conforme explica Ilari (2007), em uma sociedade complexa como a brasileira, convivem diversas variedades linguísticas que são usadas por grupos sociais expostos a diferentes graus de educação formal.

Além disso, pessoas que fazem parte de um mesmo grupo linguístico tendem a utilizar palavras e expressões diferentes de acordo com o caráter mais formal ou



informal da língua e tais grupos são bem diversos: temos os jovens, os malandros, os drogados, os economistas, etc.

Ou seja, é importante compreender que além do português-padrão existe um português *sub-standard*, que não é ensinado na escola nem utilizado pela mídia tradicional, tampouco pela literatura. Essa variedade linguística tem sido a base do jornalismo popular, que tem como seu público-alvo classes sociais pouco escolarizadas, mas que também lêem jornal e se identificam com esse formato.

Esse jornalismo, chamado de popular, tem assumido uma maior importância social, uma vez que informa setores mais amplos da população e não se limita a um único estilo de se fazer notícia. Essa relação entre leitor e jornal está longe de ser passiva, uma vez que os periódicos fazem sucesso porque há uma recompensa aos leitores, sejam elas por causa do entretenimento oferecido ou pelo baixo preço.

Isso ocorre, principalmente, porque o jornalismo popular se pauta pelo interesse do público e não pelo interesse público, dando ênfase às temáticas de interesse das classes C, D e E.

REFERÊNCIAS

- AMARAL, Luiz. **Técnica de jornal e periódico**. 5. ed. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2001.
- AMARAL, Márcia Franz. **Jornalismo popular**. São Paulo: Contexto, 2006.
- BAHIA, Juarez. **As técnicas do jornalismo**. 5. ed. Rio de Janeiro: Mauad X, 2009.
- BASÍLIO, Margarida. **Teoria Lexical**. São Paulo: Ática, 2003.
- CARVALHO, Nelly. **Publicidade a linguagem da sedução**. 3. ed. São Paulo: Editora Ática, 2009.
- CASTILHO, Ataliba T. de. **Nova gramática do português brasileiro**. São Paulo: Contexto, 2010.
- DIAS, Ana Rosa Ferreira. **O discurso da violência – as marcas da oralidade no jornalismo popular**. São Paulo: Cortez, 1996.
- GURGEL, J.B. Serra e. **Dicionário de gíria – Modismo linguístico – O equipamento falado do brasileiro**. Rio de Janeiro: Gráfica MEC Editora, 1990.
- HOUAISS, A; VILAR, Mauro de Salles. **Dicionário Houaiss da língua portuguesa**. Instituto Antônio Houaiss de Lexicografia e Banco de Dados da Língua Portuguesa. Rio de Janeiro: Objetiva, 2010.



ILARI, Rodolfo. **Introdução ao estudo do léxico** – brincando com as palavras. São Paulo: Contexto, 2006.

_____; BASSO, Renato. **O português da gente** – a língua que estudamos a língua que falamos. São Paulo: Contexto, 2007.

PEDROSO, Rosa Nívea. **A construção do discurso de sedução em um jornal sensacionalista**. São Paulo: Annablume, 2001.

PRETI, Dino. **A linguagem proibida** – um estudo sobre a linguagem erótica. São Paulo: t. A. Queiroz, 1983.

SÁ, Edemilson José de. **Estudos de variação linguística** – o que é preciso saber e por onde começar. São Paulo: Textonovo, 2007.