

Linguagem atrevida: uma análise da apropriação pela mídia do modo de falar adolescente como forma de atrair audiência/leitura

Fernando Alves de OLIVEIRA¹

Resumo

Pela necessidade de atingir públicos cada vez mais segmentados, o jornalismo tem assumido modos de produção e linguagem muito específicos. Quando se fala particularmente das mudanças linguísticas, vê-se que jornalistas que atuam em programas de televisão, *sites* da Internet, jornais impressos e, principalmente, revistas voltados para o público adolescente estão se apropriando da gíria, conseguindo interagir e promover uma identificação maior com o seu público-alvo. Esta prática tem provocado uma mudança nos moldes tradicionais do fazer jornalístico, privilegiando uma produção planejada, quase direcionada das notícias, atendendo, também, aos interesses comerciais das empresas, que conseguem angariar mais leitores. Diante disso, procuramos analisar de que forma se processa e quais são os impactos do fenômeno da segmentação e da mudança do padrão linguístico do jornalismo decorrentes disso. Para conseguirmos nosso objetivo, utilizamos como *corpus* as edições 60, 62 e 91 da revista *Atrevidinha*, impresso voltado para meninas pré-adolescentes, observando de que forma se deu a apropriação da gíria pelos jornalistas.

Palavras-chave: Gíria. Linguagem jornalística. Linguagem Adolescente. Segmentação de Mercado.

Abstract

Aiming to achieve public increasingly segmented, journalism has made production methods and language more specific. When we speak specifically of linguistic changes, we can see that journalists working in television programs, websites, print newspapers and especially magazines aimed at teenage audiences are appropriating the language slang, interacting more and promoting a greater identification with your audience. This practice has caused a change in the traditional way of doing journalism, focusing on a planned production, almost directed, of the news, serving also the commercial interests of companies, that could raise more readers. Therefore, we want to examine how it

¹ Mestrando do Proletras da UFPB, Campus IV - Mamanguape/PB. E-mail: fernandotutorufpb@gmail.com

processes and what are the impacts of the phenomenon of segmentation and change the default language of journalism resulting from it. To achieve our goal, we analyse the 60 and 62 number editions of the magazine *Atrevidinha* made for pre-adolescent girls, searching how the journalists took ownership of slang.

Key-Words: Slang. Journalistic Language. Adolescent Language. Segmentation.

Introdução

É fato que o jornalismo praticado atualmente no Brasil se ocupa mais da produção do que da reprodução de fatos. Baseado no modelo empresarial dominante do fazer jornalístico e reproduzindo uma lógica que impera em todos os setores da economia, os veículos de imprensa tiveram que adaptar seu modo de produção em todas as instâncias, privilegiando o caráter de empresa e se esforçando para vender da forma mais eficiente o seu principal produto: a informação.

A interatividade é uma realidade nos dias atuais e faz com que espectadores/leitores/ouvintes tenham condições de se “inserir” no processo de produção das notícias, “invadindo” um espaço antes privado para os jornalistas, espécie de agentes autorizados para produção da informação noticiosa.

Nessa perspectiva, tem-se processado uma mudança do que seria um padrão baseado no repasse objetivo e claro da informação, usando uma linguagem “standard”, para um modo de trabalho que coloca em primeiro plano a produção planejada, quase direcionada da notícia, privilegiando linguagens que visam a uma maior atração de públicos os mais variados, como os adolescentes, por exemplo.

Por ter como público falante um conjunto de indivíduos em um período de transição, entrando em uma fase nova de sua vida, a linguagem adolescente é dinâmica, variada, inusitada e diferente, contrapondo-se ao que se espera da linguagem de um adulto.

Esta realidade não se afina com o modelo de abordagem jornalística “tradicional”, calcada nos princípios da objetividade e baseada nos preceitos da gramática normativa, tentando reproduzir um modelo padrão, preocupação refletida pela

necessidade da elaboração de manuais de redação que ajudam na padronização da forma de escrever.

No caso do jornalismo “feito” para o público adolescente, percebe-se uma alteração nos preceitos da linguagem padrão utilizada nos textos voltados para outros públicos. As construções são mais livres, como o falar adolescente, e fogem dos preceitos dos manuais de redação, caracterizando uma “linguagem atrevida”, uma “gramática indisciplinada”, como a personalidade da maioria dos seus usuários.

Assim, o jornalista que escreve para um desses veículos específicos de comunicação com o jovem, passou a fazer uso de ocorrências de linguagem bem típicas, neste caso, mais próximas do coloquial e da oralidade, como é a forma de falar da juventude na atualidade.

Neste cenário, surgem gírias (fenômeno linguístico antes considerado “de margem”, mas que, dentro da estratégia de aproximação adotada pelos meios de comunicação, adquire importância vital por refletir o estilo do público-alvo dessas publicações), assim como expressões e termos formados a partir da justaposição de palavras – geralmente não aceitos gramaticalmente –, abundância de diminutivos, palavras e siglas em inglês, onomatopeias e construções que sequer existem no sistema escrito da língua.

Considerando tudo isso, foi escolhido, como objeto de estudo deste trabalho, reportagens e uma coluna da revista *Atrevidinha*, impresso voltado para o público pré-adolescente (9 aos 13 anos, segundo especialistas), especificamente as meninas. Nela, são tratados assuntos os mais variados, que vão desde namoro, saúde, esporte, estudo e temas ligados à televisão, até celebridades, relações familiares, moda e comportamento.

Editada e escrita por jornalistas, a publicação é um eficiente exemplo de como a imprensa segmentada se utiliza da linguagem jovem para despertar o interesse e se aproximar de um público específico, no caso as meninas. Por todas as suas seções (palavra utilizada pela equipe como sinônimo de editoria, termo mais recorrentes nas grandes redações de veículos de mídia impressa), observamos a utilização de termos e expressões típicas do falar adolescente, com processos que abrangem, principalmente, as áreas da morfologia, sintaxe e semântica.

Almejamos demonstrar a apropriação pelo jornalista desta linguagem através de exemplos retirados das reportagens “Brrrrrr – Confira seis dicas para ficar linda e ‘superbem’ no inverno” (edição 62); “Príncipe da Telinha” (edição 91) e da coluna “Natureza” (edição 60) que foram estrategicamente escolhidos pela grande quantidade de registros que interessam à pesquisa. Todas as palavras, termos e construções textuais que se encaixam em nossos propósitos serão listados e, a eles, adicionadas informações como o seu significado e a funcionalidade e sentidos do texto dentro do texto.

Por se tratar de um trabalho que enfoca a linguagem jornalística adotada por um veículo de comunicação com abordagem segmentada para o público jovem, faremos, primeiramente, um estudo do modelo de linguagem jornalística tido como convencional a partir das teorias de Lage (2001) e Erbolato (2003).

Pretendemos traçar um perfil que ajudará a entender o fenômeno da segmentação de mercado no jornalismo, que teve reflexos também na linguagem, recorrendo, desta vez, às teorias de Scalzo (2008) que nos amparará, também, no entendimento sobre o jornalismo de revista.

Por estarmos analisando reportagens e colunas, gêneros eminentemente jornalísticos, contextualizaremos o estudo com as importantes contribuições teóricas de Marcuschi (2004, p.16), que afirma: “gêneros são formas sociais de organização e expressões típicas da vida cultural” e não se prestam a “identificar realidades estanques”; além da concepção interacionista defendida por Bakhtin (TRAVAGLIA, 1998, p. 23).

Os gêneros são importantes e, como ressalta Sobral (2009, p. 108), devem ser trabalhados a partir da “ordem do discurso”, levando em conta, para a materialização de um determinado gênero, “o conteúdo, o material e a forma”.

1 A linguagem jornalística e suas especificidades: um caminho rumo à segmentação

Os aspectos culturais e sociais inerentes aos jovens são extremamente bem incorporados pela mídia, que galga sucesso no trabalho de “atraí-los”. E para que este

sucesso seja consolidado, estratégias de aproximação como a modificação no trato linguístico (fazendo uma transição do modelo formal para o informal) são essenciais.

Há uma estreita relação entre mídia e público e vale lembrar que, além de entretenimento, dicas e diversão, os veículos de comunicação lidam com um aspecto extremamente importante nos dias atuais: a informação. Ela é um dos produtos midiáticos com maior poder de atração na atualidade, não importando a que tipo de público seja dirigida.

Discorrendo sobre a importância da produção de notícias para a sociedade, Pereira (2007, p. 162) chega a afirmar que “temos no exercício da profissão dos jornalistas a condição própria da existência da vida cotidiana em sociedade na atualidade. Não podemos falar em vida social se não conhecemos os fatos, comportamentos, organização da sociedade em que vivemos”.

A notícia foi alçada à condição de artigo “de luxo” entre os demais da escala dos gêneros textuais, alcançando *status* de item de primeira necessidade. Para Rodrigues (1993, p. 27), ela tem um caráter de imprevisibilidade:

quanto menos previsível for, mais probabilidades tem de se torna notícia e de integrar, assim, o discurso jornalístico. É por isso que se diz, gracejando, que um cão que morde um homem não é um facto jornalístico, mas se um homem morder um cão então perante um facto susceptível de se tornar notícia. O acontecimento jornalístico é, por conseguinte, um acontecimento de natureza especial, distinguindo-se do número indeterminado dos acontecimentos possíveis em função de uma classificação ou de uma ordem ditada pela lei das probabilidades, sendo inversamente proporcional à probabilidade de ocorrência.

Erbolato (2003, p. 52) tem uma forma particular de definir notícia. Ele a relaciona ao conceito de novidade ao afirmar que notícias são as “comunicações sobre fatos novos que surgem na luta pela existência do indivíduo e da própria sociedade”. Falando sobre o jornalismo como técnica, diferenciado as formas de fazer jornalismo desde o seu surgimento, até a forma como o conhecemos hoje, Lage (2001, p. 18) a associa com relatos orais.

Lage (2001, p. 38) explica a linguagem jornalística a partir de três diretrizes que são os “registros de linguagem, processo de comunicação e os compromissos

ideológicos”. Os registros de linguagem se dividem em formal e coloquial. O primeiro pertence à modalidade escrita que se aprende em sala de aula e o segundo está ligado à língua materna, às conversas informais. Ele defende, então, que o jornalismo deve utilizar de linguagem competente e aceitável na sociedade. Essa linguagem deve ser “basicamente construída de palavras, expressões e regras combinatórias que são possíveis no registro coloquial e aceitas no registro formal” (LAGE, 2001, p. 38).

Diante disso e considerando a vastidão de públicos a serem alcançados, com gostos, desejos, graus de instrução e atitudes distintos, o jornalismo se vê diante do impasse de ter que transmitir a informação de forma que qualquer um possa entender, usando uma linguagem clara e objetiva. Para alguns veículos, então, é essencial optar pela segmentação, especialmente a linguística, e um exemplo é a revista *Atrevidinha*.

1.1 A importância da revista e a necessidade de atrair os jovens

A revista é um meio de comunicação diferenciado em todos os sentidos. Tem um formato gráfico e editorial específico e que demanda abordagens que combinem com sua configuração enquanto meio de comunicação. Segundo Scalzo (2008, p. 11), é “uma mistura de jornalismo e entretenimento” e deve mesclar estes dois aspectos de forma a atingir o seu público-alvo. Nas palavras da autora, “revistas, na verdade, podem ser chamadas de ‘supermercados culturais’” (SCALZO, 2008, p. 44), pois refletem as relações estabelecidas no grupo a que são direcionadas, mostrando um pouco da sua cultura.

A autora explica que, quando surgiram, as revistas tinham a intenção de divertir, trazendo gravuras e fotos sobre situações inusitadas e “novas” para a sociedade. Mas elas também traziam informações para os que não queriam ou não podiam usar os livros. Diferente dos jornais, “formatados” para todos os tipos de público, afirma Scalzo (2008), a revista entra no espaço pessoal do leitor, causando uma identificação quase íntima com ele.

Nas revistas, o encaminhamento dos textos também deve ser diferenciado. Por não se prenderem a fatos instantâneos, possibilitam uma linguagem menos formal, que

não tem compromisso com os moldes do jornalismo tradicional. É um veículo que permite a adoção de métodos menos usados em um jornal, a exemplo das notas jornalísticas, dos boxes coloridos com informações adicionais, fotos em tamanhos pouco convencionais como as que ocupam metade ou até uma página inteira.

Assim, fica clara a tendência de segmentação estabelecida pelo mercado das revistas, fenômeno iniciado há décadas, como conta Scalzo (2008, p. 32), falando sobre as revistas de telenovelas, surgidas logo após a Segunda Guerra Mundial:

Nascidas na Itália, logo depois da Segunda Guerra Mundial, as fotonovelas – histórias de amor fotografadas, que misturavam técnicas de cinema com quadrinhos – foram responsáveis por impressionantes números de circulação de revistas brasileiras nas décadas de 1950 e 1960. Capricho, da editora Abril, lançada em 1952, chegou a tirar meio milhão de exemplares quinzenalmente. Desbancadas pelas novelas de televisão, essas revistas começaram a mudar no final dos anos 1970 e assumem outros modelos. Algumas transformam-se em publicações voltadas para adolescentes, enquanto outras passam a cobrir o mundo da TV, reforçando a vocação das revistas para a cobertura da indústria cultural – que começa com o rádio (Revista do Rádio) e o cinema (Cinelândia) e segue para a televisão e o vídeo.

Scalzo (2008, p. 33-34) explica, entretanto, que as revistas femininas existem desde o primeiro contato dos brasileiros com este tipo de publicação. No princípio, refletiam, apenas os ideais estrangeiros, com assuntos relacionados principalmente à Europa. Outra particularidade é que, em sua maioria, eram feitas por homens, o que diferenciava o trabalho desenvolvido na atualidade. Entre as publicações consideradas como precursoras estão *Manequin* e *Cláudia*.

2 A adolescência e a necessidade de uma “linguagem própria”

A língua é a identidade de um povo. É através dela que o homem se expressa e, sem ela, dificilmente seria possível viver e entender a realidade da forma como se apresenta. Desde as atividades mais elementares como as exercidas dentro de casa, no convívio com a família, até as mais elaboradas, como uma apresentação pública, a

redação de trabalho ou o uso de uma máquina, o desempenho da capacidade linguística em suas variadas modalidades é essencial.

Preti (1984, p. 61), falando sobre a linguagem proibida e os tabus que têm reflexos também na linguagem sobre o caráter social da língua, diz que:

A vida das palavras torna-se um reflexo da vida social e, em nome de uma ética vigente, proibem-se ou liberam-se palavras, processam-se julgamentos de “bons” e “maus” termos, apropriados ou inadequados aos mais variadas contextos. E tabus linguísticos aparecem como decorrência de tabus sociais.

A língua é dinâmica e se modifica de acordo com o passar dos anos e a influência dos gostos e costumes de uma época. Um comportamento linguístico tido como normal na atualidade pode ser diferente daqui a 10 ou 20 anos. Isso fica claro na forma de falar dos jovens, público que, por causa da fase de transição entre a infância e a vida adulta, é “alvo” de intensas modificações de personalidade, humor e atitude. Parece que, assim como o ser humano que tem livre arbítrio para escolher que tipo de comportamento adotará, a linguagem a ser adotada também é livre e o jovem, como nenhum outro ente, aproveita esta “liberdade” para criar dentro do sistema em que está inserido.

Este caráter dinâmico, inovador da língua, faz com que ela seja manifestada de várias formas, estando os gêneros textuais entre as mais legítimas. Em cada esfera de troca social são elaborados “tipos relativamente estáveis” de enunciados, definição feita por Bakhtin para os gêneros do discurso (SOBRAL, 2009, p. 115).

Como lembra Rodrigues (1993, p. 156), discurso, neste caso, deve considerar “a língua em sua integridade concreta e viva, não a língua como objeto da linguística, obtido por meio de uma abstração absolutamente legítima e necessária de alguns aspectos da vida concreta do discurso”.

Este discurso, aliás, deve ser calcado na união entre forma, conteúdo, material e acabamento, mostrando, como diz Bakhtin (apud SOBRAL, 2009, p. 108) que “o autor é orientado pelo conteúdo (...) ao qual ele dá forma e acabamento por meio de um material determinado – verbal, no caso de que tratamos (...). A forma não pode ser compreendida independentemente do conteúdo”.

Vê-se, assim, que aspectos ligados às particularidades do gênero são decisivos em sua materialização, caracterizando o caminho da segmentação feito pelo jornalismo que levou os jornalistas a serem “orientados pelo conteúdo”, adaptando sua escrita e incluindo nela palavras, termos e expressões característicos do universo adolescente.

2.1 Gíria: representação singular do modo de falar adolescente

Os jovens usam um conjunto único de signos, mas que se traduz em um sistema dinâmico como a própria língua e, por isso, o seu modo de se comunicar tem características diferenciadas que precisam ser levadas em consideração em qualquer análise. A linguagem se torna, então, uma maneira escolhida pelos mais novos de demarcar o seu lugar no mundo, demonstrando o que querem dizer de forma, na grande maioria das vezes, adversa ao pré-estabelecido.

Não somente do ponto de vista linguístico, esta “transgressão” é demonstrada quando o jovem resolve quebrar as regras sociais. Rector (1994, p. 25) lembra que “a forma como os jovens falam estabelece o seu lugar na sociedade” e Preti (1984, p. 66) arremata que a gíria é “um mecanismo social de agressão e defesa, justificando plenamente sua condição de linguagem especial, só acessível a uma minoria”.

O modo de falar do adolescente reflete características inerentes às necessidades dos jovens de se comunicarem por códigos, sem serem entendidos por pessoas “estranhas”. Todas as mudanças inerentes aos jovens são vivenciadas dentro de um contexto social específico em que a identificação com outros “parecidos”, ou seja, com pares que partilhem dos mesmos desejos, gostos e atitudes é importante e dá sentido à noção de código usada para caracterizar o modo de falar da juventude. Inclusive, segundo Bernstein (apud RECTOR, 1994, p. 23-24), “o desenvolvimento (de um código restrito) se baseia num conjunto comum de identificações compartilhadas estrita e conscientemente por seus membros, onde se imediatiza a relação”.

O processo de criação empreendido pelos jovens, dentro do sistema linguístico da gíria, demonstra a dinamicidade da língua, reforçando o papel do adolescente como agente transformador deste sistema na medida em que cria uma palavra nova ou usa

uma palavra familiar com uma nova referência. Relações diferentes são estabelecidas entre significante e significado.

3 Atrevidinha: a linguagem como manifestação da cultura e da forma de falar do adolescente

A revista *Atrevidinha* é voltada especificamente para o público adolescente, mais precisamente meninas na pré-adolescência como faz questão de esclarecer já na capa de sua edição. É um desdobramento da revista *Atrevida*, voltada para o público adolescente e jovem. Como outras publicações do gênero, trata de assuntos os mais variados, indo desde namoro, saúde, esporte, estudo, assuntos ligados à televisão, até celebridades, relações familiares, moda e comportamento.

Em sua maioria, entretanto, as matérias são sobre temas ligados ao mundo das celebridades mirins, atores de filmes de sucesso entre os jovens, a exemplo de Crepúsculo (sobre o qual foi elaborada a principal reportagem da edição número 60) e Hannan Montana (capa da edição 62). Outros textos tratam do cotidiano das meninas (vida na escola, diversão, relação com os pais, compras, dentre outros). Há, também, o horóscopo, uma das seções em que é mais perceptível o uso de gírias e outros recursos da linguagem adolescente.

A começar do editorial, os editores já demonstram a preocupação em trazer uma linguagem menos formal, com um texto cheio de aspas, perguntas, palavras contraídas e outros recursos linguísticos. Na seção “Papel de Carta”, a equipe responde mensagens das leitoras, que mandam felicitações pela edição anterior, pedem ajuda para resolver problemas pessoais e dão sugestões. Na seção “kkk” são apresentados fatos engraçados vividos pelas leitoras e piadas. Na “Tá Rolando”, há dicas de filmes, CDs, livros, DVDs, programas de televisão e *sites* da *internet*.

Em todas estas seções, além das peculiaridades citadas acima, é possível perceber a utilização da linguagem adolescente, com o uso de gírias, expressões mais usadas por esse público na fala ou na escrita e outros recursos linguísticos que “aproximam” e atraem as leitoras.

É possível perceber, ainda, uma preocupação em adaptar todas as abordagens, independente do assunto tratado, às exigências do mundo contemporâneo, permeado e determinado pelas novas tecnologias, fartamente usadas pelas adolescentes, inclusive.

Os assuntos tratados em *Atrevidinha* geralmente têm relação com o universo adolescente, mas, em muitos casos, temas com cunho histórico, geográfico e científico são tratados, em nossa visão, com o objetivo de informar e ajudar a formar a opinião das leitoras sobre os mais variados assuntos. É neste momento que a adaptação da linguagem nos parece mais útil, pois atrai a atenção para abordagens que, em outros suportes e com outro tratamento linguístico, dificilmente despertariam o interesse de crianças.

A capa da revista demonstra a sua identidade e precisa ser atrativa para o seu público-alvo. Uma das principais características das capas de *Atrevidinha* é a presença de estrelas do mundo adolescente, geralmente outras garotas que atraíam a atenção das meninas ou os pequenos galãs que atuam em filmes, séries ou cantam em bandas da moda.

Algumas revistas optam por capas ao estilo “clean”, sem tantas chamadas. Na *Atrevidinha* é o contrário. Há, pelo menos, seis chamadas em cada edição e uma foto que ocupa todo o espaço. Na edição 60, a imagem principal é de Kristen Stewart, estrela do filme *Crepúsculo*, megasucesso baseado na série de livros lançada por Stephanie Meyer.

4 Característica da expressão verbal do jovem

A forma de falar dos jovens representa uma renovação para a língua. Ao afirmarem códigos, criarem novos termos, reciclarem os já existentes, enfim, modificarem o sistema, eles dão sentido a um novo modo de falar. E as causas desta mudança são sociais, como afirma Rector (1994, p. 36): “A fala dos jovens oscila entre a norma culta e a inculta e, normalmente, assume feição própria”. É o que Rector (1994, p. 101) caracteriza como “norma jovem” compatível com a “moda jovem” estabelecida

entre os indivíduos sociais que, intencionalmente, adotam um linguajar descompromissado com as regras linguísticas previstas nas gramáticas.

Os termos e expressões que constituem o linguajar jovem, mais precisamente a gíria, que é a sua principal representação, são retirados, também, do dia a dia do jovem com sua família, uma vez que, na grande maioria dos casos, parentes usam, principalmente no ambiente familiar, uma linguagem popular, abrindo caminho para o surgimento da gíria. Esse sistema diferenciado e específico tem uma gramática e um léxico próprios construídos não apenas em casa, mas no contato do jovem com tudo o que o cerca.

Apesar desta divergência das regras da gramática e do léxico tradicional, há termos que podem estar dicionarizados e apresentarem apenas diferenciações do modo tradicional. “Os termos podem estar dicionarizados ou não. O léxico é divergente do comum, mas a morfologia e a sintaxe geralmente obedecem à gramática tradicional” (RECTOR, 1994, p. 27).

4.1 Um mar de metáforas

A maioria das gírias, segundo Rector (1994, p. 19), é construída a partir de metáforas, que são a forma de expressão preferida dentro do linguajar dos jovens. Novos significados são incorporados a palavras já existentes e a percepção é a de que as metáforas e suas acepções são “selecionadas” de acordo com os valores e do contexto cultural em que o indivíduo está inserido. Elas são validadas como linguagem, dentro do sistema do falar adolescente, principalmente por sua capacidade de adaptação às necessidades linguísticas destes indivíduos.

Um exemplo retirado de uma das revistas analisadas e que nos ajuda a perceber a diferença entre o sentido literal de uma palavra e o seu sentido metafórico é o verbo “encanar” (ed. 60, p. 16). No sentido dicionarizado, o verbo significa “conduzir por cano ou canal; canalizar; pôr (o osso fraturado) em talas, ou canas, em direção para se soldar; criar canas”.

Já no sentido metafórico tem significado de ficar preocupado, transtornado, apreensivo, passar a refletir sobre algo ou ainda, em algumas regiões do país, ser preso. A partir da análise dos dois significados, vê-se uma modificação estratégica do sentido literal do termo, mas que ainda guarda uma relação com o original, pois dá a ideia de pressão, de situação em que o termo é utilizado por um falante sem espaço para agir, apertado, desconfortável.

O mesmo ocorre com a palavra “rolo”. Para o completo entendimento do seu sentido no texto da *Atrevidinha* (Ed. 60, p. 24), temos que recorrer novamente ao Aurélio que traz a seguinte acepção: “Qualquer coisa de forma cilíndrica, um tanto alongada; embrulho, pacote, fardo”. Percebe-se uma relação direta com o sentido estabelecido na frase “O rolo todo começou no mercado imobiliário dos Estados Unidos”, construção adaptada do sentido formal de dizer que o problema tratado na matéria (início da crise financeira mundial do ano de 2009) tem a ver com o mercado imobiliário.

O substantivo “rolo” tem outra acepção na linguagem adolescente. O termo representa um relacionamento fraco, instável. Neste caso, a comparação é com o objeto rolo propriamente, numa referência à sua capacidade de rolar, de girar, como um casal que termina e volta o namoro com bastante frequência.

O termo “balada” é bastante emblemático na atual construção do sistema da gíria juvenil. Na acepção de festa ou qualquer outro evento para diversão, com música e paquera, a palavra sequer é dicionarizada. Já como “canção para dançar, de estrutura variável; poema de origem francesa, do século XIII, formado por três oitavas e três décimas que têm a mesma rima e terminam pelo mesmo verso”, o termo integra o léxico da Língua Portuguesa.

4.2 Processos de formação

4.2.1 Morfologia

O campo morfológico é o mais rico para análise. Percebemos, como assinala Rector (1994, p. 105), o recorrente uso da prefixação, ou seja, o uso de um prefixo junto

a outra palavra. Em muitos casos, pelo não comprometimento com a norma culta da língua, os adolescentes inventam novas construções, obrigando uma transcrição na revista *Atrevidinha* baseada, apenas, na forma como o termo é pronunciado. É o caso de:

“...este aparelhinho é *superimportante*...” (Ed.60, p. 42).

“Confira seis dicas para ficar linda e *superbem* no inverno” (Ed. 62, p. 32)

“A partir daí, Austin só cresceu e conseguiu participações em séries *superbombadas*” (Ed. 91, p. 61)

“...bem pertinho de um *megarresort* da Disney” (Ed. 91, p. 61)

O diminutivo é muito comum e, segundo Rector (1994, p. 107),

indica o envolvimento emocional do jovem. Pode haver uma positividade demonstrando afeto e carinho, ou, ao contrário, uma negatividade, uma conotação de crítica, ironia ou até de deboche. O diminutivo é usado em abundância, ao lado do aumentativo, que também pode ser positivo, enfatizando a qualidade ou característica, ou negativo, exagerando o que os jovens desejam apontar. Em muitos casos, há registros não aceitos gramaticalmente. Nos diminutivos predomina a função emotiva ou psicológica sobre a função lógica (ideia de pequenez).

Alguns dos muitos exemplos de diminutivos e aumentativos são:

“Se isso acontecer, nada de puxar a *pelinha*’...” (Ed. 60, p. 33)

“...preste atenção nessas *diquinhas* para que seu computador...” (Ed. 60 p. 42)

“Com o tempo seco os lábios ficam desidratados e alguns chegam até a ficar *machucadinhos*” (Ed. 60, p. 33)

“E você não pode esquecer os cuidados especiais com a higiene: a *gaiolinha* onde eles vão dormir...” (Ed. 60, p. 43)

“Sua primeira aparição nas *telonas* do cinema foi em 2009...” (Ed. 91, p. 61)

“...ganhou seu primeiro papel na pele do *bonitão* James Garret”. (Ed. 91, p. 61).

Os termos em inglês também são bastante comuns no linguajar adolescente. “Idioma oficial” da *internet* e da maioria dos filmes de maior sucesso entre os jovens, os termos naquele idioma são comuns na revista. Estas palavras (que de tão comuns são grafadas sem negrito, itálico ou qualquer outro destaque como acontece em outros veículos) aparecem fartamente nos nomes dos filmes e das músicas, mas também têm uso intrínseco na fala adolescente como pode ser visto nas construções abaixo:

“...mostrou todo o seu charme e talento na pele do paquera da patricinha mais pink (e amada) que já vimos...” (Ed. 91, p. 61)

“...não se esqueça de acessar o link de Perguntas Frequentes...” (Ed. 60, p. 43)

Neste caso, é interessante perceber que os jornalistas preferem a grafia padrão das palavras, apesar de, em sua maioria, os jovens fazerem uma adaptação ortográfica e fonética transformando “night” (noite) em “nait” e “drink”, em drinque, conforme atesta Rector (1994, p. 110).

Percebe-se, ainda, a inusitada aplicação de onomatopeias como “Uhuuuuuu” (Ed. 60, p. 43) usada para expressar alegria e “Brrrrrrrrr” (Ed. 62, p. 32) que tenta reproduzir o som que as pessoas fazem quando estão com frio e é utilizado como título de uma reportagem com dicas para se vestir bem no inverno. O termo “Atchiiimmm” (Ed. 62, p. 46) identifica um *box* em que são dadas informações sobre doenças respiratórias.

Outra característica bastante particular e que aproxima ainda mais o léxico jovem da linguagem falada é a repetição de letras de uma só palavra, utilizada para dar maior carga semântica ao termo. O recurso é frequente e pode ser visto, dentre outras, nas seguintes frases que são escritas na revista como se estivessem sendo pronunciadas:

“Para se proteger desse problema aposte *tuuudo* nos hidratantes!” (Ed. 62, p. 32)

“... é um animal que se dá *suuuuperbem* com os humanos”. (Ed.60, p. 43).

“Você conhece o Emporium Pet das Meninas? *Nãããã*? Então se ligue” (Ed. 60, p. 43)

“Ahhh! não se esqueça de acessar o link de Perguntas Frequentes...” (Ed. 60, p. 43).

4.2.2 Fonética e fonologia

Nossa análise refere-se à gíria em sua representação escrita na revista em questão e, por isso, vamos focar nos aspectos linguísticos que viabilizem a pesquisa. Entretanto, alguns fenômenos fonético-fonológicos como a aférese percebida no uso de “bora” ao invés de “vamos embora” (Ed. 62, p. 27) e a síncope comum em “pra fora”, ao invés de “para fora” são corriqueiros. Há casos de acrossemia e um exemplo encontrado na revista é o uso das iniciais BFF para “best friends forever” (melhores amigas para sempre) como na edição 91, página 63.

4.2.3 Semântica

Há também uma constante recorrência à polissemia, como destaca Rector (1994, p. 113): “em sua economia linguística, o jovem lança mão da semasiologia, ou seja, da polissemia, um significante para vários significados”. Alguns exemplos são encontrados com facilidade na revista *Atrevidinha* como é o caso da palavra “fofo”, que não se refere apenas a “leve”, “macio”, mas serve também como um termo que identifica um rapaz jovem e bonito.

Do ponto de vista semântico, as maiores mudanças acontecem a partir da criação de neologismos, que, segundo Rector (1994, p. 109), “implicam uma mudança de significado, ou modificação do campo semântico, ou de suas funções gramaticais”.

Rector (1994) lembra que os palavrões, o eufemismo e o disfemismo são constantes na gíria jovem, mas, como se trata de uma revista que tem o objetivo de informar e que é voltada para um público feminino e pré-adolescente, não há ocorrência destes fenômenos em *Atrevidinha*.

A autora estabelece critérios para entendimento do que é considerado um palavrão. São considerados ‘palavrões’ unidades lexicais que: 1) se relacionam com o

sexo ou excrementos, tais como babaca e merda; 2) termos de blasfêmia e injúria, relacionados, entre outros, com a religião cristã (...) 3) imagens animais (zoomorfização), chamar o outro de cavalo, cachorro, galinha, vaca” (RECTOR, 1994, p. 112).

Considerações finais

Percebe-se que o vocabulário gírio tem sua existência referendada a partir de seu uso pelos meios de comunicação como forma de atrair a leitura ou audiência. Enquanto para muitos pais ou professores o uso de gírias por seus filhos e alunos representa falta de conhecimento linguístico, fazendo com que seus usuários sejam, em muitos casos, tratados de forma marginalizada, para os jornalistas que trabalham em veículos específicos voltados especificamente para o público adolescente, é uma preciosa ferramenta de atração.

Esta realidade pode ser comprovada se for levado em consideração o fato de que a forma de se expressar linguisticamente é de livre escolha do ser humano e, por isso, reflete muito sobre a sua personalidade, sobre o seu estado de espírito, sobre os seus gostos e preferências e sobre o contexto e o local em que o falante vive. Ao contrário do que poderia parecer, o uso de gírias pelos veículos de comunicação confere mais acessibilidade ao leitor juvenil, na maioria dos casos resistente aos temas e abordagens mais clássicos do modelo tradicional de produção noticiosa.

Vê-se que, mais do que um equívoco como defendem os puristas do jornalismo tradicional, a apropriação da linguagem adolescente pelos meios de comunicação é um acerto. A forma como os jovens falam é a expressão maior de seus sentimentos, demonstrando um pouco sobre sua vida social, namoro e família e, na medida em que o jornalista consegue reproduzir esta realidade através do que escreve, comunica-se melhor com o seu leitor, deixando o seu texto mais interativo.

Embora revistas como a *Atrevidinha* sejam editadas e escritas por jornalistas que tentar apreender ao máximo o modo de falar dos jovens, reproduzindo-o em seus textos,

ela ainda segue preceitos do jornalismo tradicional, especialmente no que se refere ao critério de escolha das pautas e às técnicas de entrevista e pesquisa jornalística.

Mesmo do ponto de vista da linguagem, é possível perceber a coerência jornalística necessária para um texto de revista, acontecendo apenas uma adaptação à forma de apresentação das notas, matérias e reportagens publicadas. Na verdade, é possível concluir que a apropriação pelos comunicadores do modo de falar adolescente e sua conseqüente inclusão na elaboração da revista servem como um acréscimo que fortalece a constituição gráfica, ajudando a deixar mais eficiente a comunicação com o leitor.

A linguagem é utilizada pelos jovens com a finalidade de comunicação com os colegas da mesma faixa etária. Utilizando o mesmo código – termo aqui entendido como conjunto de signos linguísticos comuns a um determinado grupo de falantes –, eles se entendem de forma mais precisa e socializam suas experiências, atingindo o mais alto nível de compreensão.

Sabendo disso, jornalistas que trabalham em revistas como a *Atrevidinha* se apoderaram da linguagem adolescente, conseguindo, a partir de uma estratégia bem sucedida, estabelecer um canal eficiente de ligação com o seu público-alvo formado por meninas de 9 a 13 anos de idade. Trata-se, inclusive, de um importante meio para vender mais, objetivo de qualquer empresa, seja ela de comunicação ou de qualquer outro ramo.

Deste modo, torna-se inquestionável a afirmação de que a linguagem jornalística cumpriu o seu papel ao se apresentar como um canal de leitura e interpretação dos gostos, desejos e expressões do adolescente, ainda por cima informando-os de uma forma eficiente e prazerosa.

Referências

ERBOLATO, Mário L. *Técnicas em codificação em jornalismo*. 5. ed. São Paulo: Ática, 2003.

LAGE, Nilson. *Reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística*. Rio de Janeiro: Record, 2001.

MARCUSCHI, Luiz Antônio; XAVIER, Antônio Carlos (Orgs.). **Hipertexto e gêneros digitais**. Rio de Janeiro: Lucerna, 2004.

PEREIRA, Lúcia Helena Mendes. **Jornalistas para quê e para quem?**. *Revista Brasileira de Ensino de Jornalismo*, Brasília, v.1, n.2, p. 160-187, ago./nov. 2007.

PRETI, Dino. *A Linguagem Proibida* – Um estudo sobre a linguagem erótica. São Paulo: T. A. Queiroz, 1984.

RECTOR, Mônica. *A Fala dos Jovens*. Petrópolis: Vozes, 1994.

RODRIGUES, Adriano Duarte. **O acontecimento**. In: TRAQUINA, Nelson (org.). *Jornalismo: Questões, Teorias e “Estórias”*. Lisboa: Vega, 1993, p. 27-33.

SCALZO, Marília. *Jornalismo de Revista*. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2008.

SOBRAL, Adail. **Do dialogismo ao gênero**: as bases do pensamento do Círculo de Bakhtin. Campinas, São Paulo: Mercado de Letras, 2009, 175p.

TRAVAGLIA, Luiz Carlos. *Gramática e Interação*: uma nova proposta para o ensino de gramática no 1o. e 2o. graus. São Paulo: Cortez, 1998.