



ESCOLHAS LEXICAIS APELATIVAS NAS MANCHETES DO PORTAL DE NOTÍCIA R7: ESTRATÉGIA OU TENDÊNCIA?

Amanda Vieira dos Santos¹; Ieda Márcia Donati Linck²

Palavras-chave: Enunciado. Jornalismo. Discurso. Persuasão.

1 CONSIDERAÇÕES INICIAIS

Produzir conteúdos de qualidade e relevantes tornou-se um desafio diário para os jornalistas, devido os avanços tecnológicos, as novas ferramentas digitais e a convergência do jornalismo para o online, que permitiu uma propagação mais rápida de conteúdos e um aumento na quantidade de informações disponíveis nas plataformas digitais. “As transformações operadas no mundo do jornalismo a partir das possibilidades on-line tem remetido nossa reflexão mais imediata às mudanças promovidas pelas novidades tecnológicas que se põem desde então” (PUCCININ, 2003, p.01).

O jornalismo tradicional converteu-se para o online, assim os conteúdos são produzidos e apresentados para o público através dos portais de notícias de forma não linear e possibilitando uma interatividade entre o jornalista e o leitor. “Portais são definidos aqui como os websites de notícias online de referência que oferecem conteúdos editoriais semelhantes aos da imprensa, incluindo boletins de esportes e trânsito, assim como seções e links categorizados por temas, áreas para bate-papo, e-mails, dicas, e uma variedade de serviços e produtos.” (HERSCOVITZ, 2009, p.03). Contudo, a internet possibilitou a criação de diversos portais de notícias online, o que acarretou as organizações e os jornalistas a criarem estratégias e métodos para atrair e conquistar a audiência do público, já que é abundante a circulação de diversos tipos de informações na plataforma. “Produzir bons conteúdos e que sejam relevantes para o consumidor tem sido o alvo de muitas organizações que buscam adaptar-se às mudanças ocorridas nos últimos anos no campo da comunicação midiática” (MACHADO, 2015, p.02).

¹ Discente do curso de Jornalismo, da Universidade de Cruz Alta - Unicruz, Cruz Alta, Brasil. E-mail: amandavieira2012@hotmail.com.br.

² Doutora pelo PPGL/UFSM e UA Portugal. Mestre em Linguística pela UPF. Mestre em Educação pela Uninorte. Docente do curso de Jornalismo da Universidade de Cruz Alta. Membro do GEL e NEEPS/Unicruz. Coordenadora do Proenem/Unicruz, Cruz Alta, Brasil. E-mail: ilinck@unicruz.edu.br



Os usuários das plataformas digitais escolhem o que desejam consumir e interagir, selecionando as informações que mais lhe agradem e que atendem seus interesses pessoais. “O consumidor escolhe um conteúdo que satisfaça as suas necessidades naquele momento, é como se o conteúdo servisse de munição para provocar discussões entre os membros da sua comunidade” (MACHADO, 2015, p.14). Com isso, as organizações jornalísticas para conquistar a atenção dos leitores passaram a usufruir de marcas linguísticas textuais apelativas em suas manchetes de notícias para ocasionar impacto, curiosidade e atenção do leitor, conduzindo-os a consumir e compartilhar com sua rede de amigos a informação oferecida, sem questionar sua veracidade ou fonte.

2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Este estudo, por meio de uma pesquisa bibliográfica, demonstra as marcas linguísticas que apontam para um discurso apelativo em manchetes noticiosas, analisando os textos verbais e não verbais de uma manchete do portal R7. Segue uma abordagem qualitativa, pois, através de um gesto de leitura, procura compreender a construção do sentido com a utilização de marcas textuais apelativas em enunciados online.

De acordo com os objetivos do estudo, trata-se de um estudo exploratório e descritivo, analisando os dados apresentados de modo a justificar o motivo da utilização de algumas escolhas lexicais específicas, dentre elas o “adjetivo chocado”, presente no texto verbal da manchete do portal online.

3 RESULTADOS E DISCUSSÕES

As marcas linguísticas textuais (MLT) são termos utilizados nas produções textuais que nos possibilitam constatar a verdadeira intenção do autor com o seu texto, sendo usada nas manchetes nos portais de notícias online para proporcionar um discurso atrativo, através do uso de figuras de linguagem (KOCH, 1996).

O discurso é o espaço em que saber e poder se articulam pois quem fala, fala de algum lugar, a partir de um direito reconhecido institucionalmente. No caso deste texto, o portal. Esse discurso tido como verdadeiro, que veicula saber (o saber institucional) é gerador de poder (SANTOS, 2013). É desse poder, institucionalizado pelo espaço que ocupa, que a mídia usa para persuadir.



Diante das publicações analisadas no portal de notícias do R7 verificou-se várias manchetes com características apelativas, com o propósito de chamar a atenção e disseminar a informação em grande escala, sendo assim foi selecionada a seguinte manchete do portal R7 “Cientista grava fenômeno estranho com nuvens no céu e fica **chocado**” (Figura 1).

Figura 1: Cientista grava fenômeno estranho com nuvens no céu e fica **chocado**



Fonte: Portal R7

Pode-se perceber, pelo enunciado da figura 1, que o mesmo possui característica apelativa, devido ao uso do termo “fica chocada”, expressão essa que proporciona curiosidade no leitor por se tratar de um cientista o sujeito da manchete, pois é comum para o profissional desta área vivenciar fenômenos naturais no seu dia a dia e, não ficar chocada.

A imagem da manchete é a primeira impressão que o leitor absorve, e que induz o mesmo a consumir a informação oferecida. Sendo assim, o autor faz uso de uma imagem atrativa no enunciado como uma ferramenta de transmissão da informação, “A fotografia empregada na Web, como recurso de narrativa jornalística, que inclui a possibilidade de uma maior interatividade, de personalização e memória decorrentes diretas das características da própria Internet é um elemento multimídia passível de ser utilizado na webnotícia” (FERREIRA, 2003, p.07).

Além da manchete apresentada, nota-se que o portal de notícia R7 utiliza deste modelo de abordagem como característica própria para influenciar seus leitores através das manchetes apelativas, pois o mercado jornalístico na web está cada vez mais acirrado, visto que há inúmeras fontes de informações disponíveis para o público na internet.



4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A prática jornalística na internet com os portais de notícias tem sido, ou deveria ser, um meio utilizado pelos jornalistas para levar informação de qualidade associado com a velocidade que essa plataforma oferece.

Como há inúmeros portais de notícias, muitos se utilizam de uma abordagem apelativa como forma de influenciar os leitores, porém alguns acabam exagerando em suas marcas linguísticas textuais, o que torna os conteúdos hipotéticos. Isso, às vezes, leva o leitor a menosprezar a informação oferecida pelo Portal, que ainda é sério e comprometido com a verdade. É disso que a informação atual precisa.

Portanto, faz necessário que os portais de notícias online, assim como o R7, encontrem novas estratégias de comunicação para conquistar, manter e reter seus leitores no jornalismo de web, que se baseia na instantaneidade, interatividade e na veracidade da informação.

REFERÊNCIAS

FERREIRA, Jorge Carlos Felz. **A IMAGEM NA WEB: FOTOJORNALISMO E INTERNET.** INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – BH/MG. 2003. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/111272190310313002620857971412258431445.pdf>

HERSCOVITZ, Heloiza G. **CARACTERÍSTICAS DOS PORTAIS BRASILEIROS DE NOTÍCIAS.** Sociedade Brasileira de Pesquisa em Jornalismo. California State University Long Beach, EUA. 2009. Disponível em: <https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/197/196>

KOCH, Ingedore G. Villaça. *Argumentação e linguagem.* 4. ed. São Paulo: Cortez, 1996.

MACHADO, Vanda de Souza. **O CONTEÚDO É RELEVANTE? OS DISCURSOS DAS MARCAS NA PRODUÇÃO DE CONTEÚDOS PROPAGÁVEIS.** COMUNICON2015. Congresso Internacional Comunicação e Consumo. SÃO PAULO. 2015. Disponível em: http://anaiscomunicon2015.espm.br/GTs/GT4/20_GT04_%20MACHADO.pdf

PUCCININ, Fabiana. **JORNALISMO ONLINE E PRÁTICA PROFISSIONAL: QUESTIONAMENTOS SOBRE A APURAÇÃO E EDIÇÃO DE NOTÍCIAS PARA WEB.** BOCC - Biblioteca Online de Ciências da Comunicação da Universidade da Beira Interior - Covilhã - Portugal. 2003. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/puccinin-fabiana-jornalismo-online-pratica-profissional.pdf>

SANTOS, Iramaia da Silva. **PRÁTICAS DISCURSIVAS NO ÂMBITO DA FORMAÇÃO DO PROFESSOR.** Pensares em Revista, São Gonçalo-RJ, n.3, pág. 96 – 111, jul./dez. 2013.