



## **Do Gênero às Práticas Discursivas: problemas para classificações no discurso jornalístico.<sup>1</sup>**

Alice Enes de Matos BETTENCOURT<sup>2</sup>

Wedencley Alves SANTANA<sup>3</sup>

Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, MG.

### **Resumo**

O objetivo deste trabalho é confrontar um produto jornalístico com as definições de gêneros tradicionais. Os estudos de gênero no Brasil se estagnaram, presos ainda à antigas definições como informação, interpretação e opinião. O artigo aponta problemas em algumas definições, como a de gênero interpretativo. Após uma reflexão sobre as classificações mais tradicionais, o trabalho compara uma reportagem de capa da revista *Veja* com alguns conceitos de objetos de realidade e como eles são usados pela argumentação, segundo explicações de Lia Seixas.

**Palavras-chave:** Jornalismo; Reportagem; Gêneros; Informativo; Interpretativo.

### **Introdução**

A pesquisadora Lia Seixas, em sua tese de doutorado, aponta que, no Brasil, houve uma estagnação dos estudos de gêneros jornalísticos brasileiros a partir da década de 80. Com exceção de alguns artigos e do trabalho que Manuel Chaparro realizou em 2008.

Além dessa estagnação, outro ponto que nos chama atenção nos estudos de gêneros jornalísticos é a força do paradigma Informação x Opinião. Segundo Chaparro, citado por Seixas, essa seria a causa do pouco avanço nas definições de gêneros jornalísticos.

A autora acredita que essa divisão forte entre Informação e Opinião surgiu de seis fenômenos:

- 1) do “jornalismo de informação”, em que figura a concepção moderna de jornalismo, hoje hegemônica; 2) da forte tradição norte-

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no IJ 1 - Jornalismo do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste realizado de 28 a 30 de junho de 2012.

<sup>2</sup> Graduanda em Comunicação Social na UFJF, Bolsista MEC-SESu do PET-Facom (UFJF), e-mail: alicemb@gmail.com.

<sup>3</sup> Professor Adjunto da Faculdade de Comunicação. Doutor em Linguística pela Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP)



americana da instituição jornalística brasileira; 3) da frouxa noção de opinião na pesquisa acadêmica sobre jornalismo; 5) da pressão do mercado empresarial jornalístico, que precisa de formatos para sobreviver, na academia científica; 6) das categorias de finalidade e função enquanto principal critério de definição de gênero jornalístico. (SEIXAS, 2008, p.74)

Para Seixas, um problema ao discutir opinião e informação é pressupor que o jornalismo trate apenas de fatos. A autora afirma que a realidade também é formada por acontecimentos que ainda estão em processo, acontecimentos possíveis e previsíveis e também “dados estatísticos, objetos abstratos, ‘sistemas de verdades’, comportamentos e sentimentos de atores sociais ou ainda de objetos que se constituem pela relação entre dois ou mais objetos.” (Seixas, 2008, p 75).

Aliada a isso, está o equívoco de pensar que a realidade pode ser verificada. Seixas não nega técnicas de apuração e buscas pela exatidão, ao contrário, considera conquistas fundamentais. Mas para a autora a realidade não é formada apenas pelo o que é verificável.

Por conta de todos esses problemas nas classificações de gênero, surgiu o interesse de avaliar o que é produzido atualmente. Verificar como é construído, na prática, um produto classificado como um determinado gênero jornalístico.

Nossa opção foi pelo gênero Reportagem, pois é o produto jornalístico onde o profissional se aprofunda mais no tema. É um importante gênero classificado e conhecido no jornalismo brasileiro, e possui credibilidade com o leitor médio, como fonte de informação. O meio escolhido foi a revista semanal, pois traz jornalismo de atualidade. Lidam com os fatos recentes no mundo, na maioria das vezes, de forma mais elaborada que o jornal impresso. Além disso, Seixas afirma que a Revista foi consolidada como “produto de reportagens” e por isso “era o meio onde mais se experimentava a contextualização, o aprofundamento, os dados comparativos” (Seixas, 2008, p. 65).

A escolha pelo jornalismo de atualidade aconteceu, pois, de acordo com Seixas, os principais gêneros já classificados surgiram com o jornalismo de atualidade da “chamada imprensa tradicional, que trata dos acontecimentos da atualidade e do cotidiano” (Seixas, 2008, p.132). Seixas afirma, ainda, que o jornalismo de atualidade é a forma mais representativa dessa atividade social.



Nossa pesquisa tem como objetivo uma análise discursiva das reportagens produzidas pelas principais revistas de atualidades brasileiras. Nossa intenção é analisar e comparar com os principais conceitos do gênero reportagem, as matérias de capa do mês de janeiro das revistas semanais de informação mais vendidas no Brasil: *Veja*, *Istoé*, *Época* e *Carta Capital*.

No presente artigo vamos confrontar a reportagem que estampou a capa da primeira revista *Veja* do ano de 2012 com as noções de gênero interpretativo e de construções de sentido.

### **A reportagem classificada como gênero Interpretativo**

Seixas (2010) relembra que em estudos de jornalismo brasileiro, os gêneros jornalísticos já foram classificados como “informativo e opinativo” por Marques de Melo, “informativo, interpretativo e opinativo” por Beltrão, “informativo, opinativo, educativo, de entretenimento” por autores que pesquisaram rádio e TV e “informativo, opinativo, interpretativo, diversional e utilitário”, mais recentemente, por Marques de Melo.

O conceito de interpretação, de acordo com Seixas (2008), não é unânime em todas as teorias do jornalismo. Alguns autores como Beltrão e Marques de Melo, dividem em gêneros interpretativos. Seixas conta que Marques de Melo defende interpretação no sentido de explicação e não de valoração e explica:

Defende-se que a atividade jornalística interpretativa tem três particularidades: 1) o fato e tratado como acontecimento, ou seja, gera uma discussão sobre a realidade contextual; 2) as técnicas produtivas são particulares, como sugere Beltrão – identificação do objeto, que deve ter valor absoluto de notícia; decomposição da ocorrência em elementos básicos e investigação dos valores essenciais para estruturação da informação; redação do texto de forma que o leitor seja capaz de, por si próprio, interpretar a ocorrência; e 3) a unidade interpretativa permitiria uma dose maior de análise crítica do autor-jornalista, incluindo adjetivos, advérbios e abolição do *lead*. A finalidade (interpretar) vem, assim, associada à qualidade do objeto, ao modo discursivo (narração, dissertação, descrição, argumentação), ao grau de interferência do autor e as técnicas de apuração e produção. (SEIXAS, 2008, p.64)

As classificações onde o jornalismo se divide entre gênero informativo, gênero interpretativo e gênero informativo ainda são utilizadas no ambiente acadêmico. Nessas



classificações a reportagem e a “reportagem em profundidade” são os principais produtos do gênero interpretativo.

Se um determinado gênero é considerado interpretativo, significa que os demais não são ou não tem essa função. Então, a reportagem seria o único produto onde há interpretação, a notícia ficaria com o papel exclusivo de informar e os artigos e editoriais de opinar.

Em um trabalho mais recente Seixas afirma que um grande problema nos estudos de gêneros jornalísticos é tratar “interpretação” como um termo e não como um conceito. E explica que qualquer ato linguístico realizado faz uso de interpretação, embora algumas vezes passe despercebida. No fazer jornalístico, estamos interpretando quando relacionamos mais de um objeto de realidade. O que existe de diferente, dependendo do produto jornalístico, são os níveis de interpretação (Seixas, 2010). Existe interpretação na reportagem, mas também existe na notícia, na nota, no artigo de opinião e em qualquer outro ato linguístico.

Dessa forma, há um problema em classificar um gênero como interpretativo, pois isso pressupõe que os demais não são. Considerando, então a divisão anterior, onde as formações discursivas jornalísticas são divididas apenas em informativas e opinativas, a reportagem é considerada parte do gênero informativo.

De acordo com Seixas (2008) o jornalismo informativo está ligado ao paradigma da objetividade, e à separação entre fato e opinião. Também é caracterizado como descrição da realidade. Essa visão do jornalismo informativo é questionada por vários autores. Daiane Bertasso Ribeiro e Maria Ivete Fossá (2011) usam a definição de Foucault de “formação discursiva”, “enunciado” e “discurso” para explicar que os produtos jornalísticos trazem marcas dos “modos de ser e fazer dos jornalistas” e também das organizações midiáticas em que esses profissionais estão inseridos. Renata Marcelle Lara Pimentel, em seu estudo de caso com produtos de telejornalismo, também conclui que “a ideologia se materializa no discurso, e este se materializa na língua.” (Pimentel, 2009, p. 873).

Quando à ideia de representação da realidade, Pimentel (2009) afirma que a notícia, e vale também para a reportagem, é o resultado de apenas uma, entre outras versões que possam existir para um mesmo acontecimento.

## **Análise**



Lia Seixas explica que a Retórica de Aristóteles foi o primeiro saber estruturado que surgiu sobre argumentação. “A primeira retórica e a arte da persuasão pela palavra, da manipulação de opiniões e consciências, tendo como premissa a ideia de que tudo é argumentável e que o orador é um homem de poder, mais do que ético e de opinião.” (Seixas, 2008, p. 139).

Com o passar dos séculos, segundo Seixas, os conceitos de Aristóteles e Platão vão sendo dissociados e “Retórica e argumentação vão se distanciando.” A autora cita então, a nova retórica de Perelman, onde “o discurso argumentativo deve se construir sobre os pontos de acordo, sobre as premissas admitidas e aceitas pelo auditório. O acordo do auditório quanto a essas premissas é considerado como ponto de partida da argumentação.” (Seixas, 2008, p. 139).

Ao analisar os objetos de acordo, a autora identifica entre eles a noção de tópico, um conjunto opiniões e saberes compartilhados, lugares comuns:

Os *tópicos* funcionam como os objetos de acordo, pois constituem o saber social sobre objetos, ideias, opiniões. As opiniões compartilhadas num determinado momento e para uma comunidade discursiva são dinâmicas e, ao mesmo tempo, mutantes, principalmente em se tratando de uma prática discursiva onde circulam várias formações discursivas por várias vozes de variados domínios. (Seixas, 2008, p. 142)

A lógica enunciativa do discurso jornalístico, segundo Seixas, é construída através da seguinte relação: “objetos de realidade (OR), tópicos jornalísticos e compromissos realizados pelo ato de linguagem.” Sendo os objetos de realidade a matéria prima do jornalismo e o compromisso do ato de linguagem a “adequação do enunciado à realidade”. (Seixas, 2008).

A autora esclarece ainda que nem todos os objetos de realidade são objetos de acordo, existem também os objetos de desacordo. Ao tratar desses o autor pode indicar autoria de outro, como no caso da citação direta. Ou então assumir a autoria, se responsabilizando pelo enunciado. Seixas afirma que no último caso o ato de linguagem é opinativo.

A partir dos objetos de acordo que Perelman e Olbrechts-Tyteca sistematizaram, Seixas organizou uma lista de objetos de realidade frequentes nos gêneros chamados informativos da formação discursiva jornalística: Declarações de autoridade, de conhecimento (especialista) e de testemunho; Fatos dados (passíveis de constatação pela simples observação ou passado recente ou histórico, comprovável por documentos ou



por serem conhecidos pela sociedade); Fato suposto, sem certeza de realização; acontecimento convencionado; “acontecimento em processo, ainda ocorrendo ou provável; o estado de coisas (uma situação em seu contexto); situação de saber comum; “saberes tidos como verdadeiros”; complexas ligações entre fatos; dados e estatísticas com o estatuto de verdade; “dados do saber especializado”; regras (tanto as conhecidas pela sociedade, quanto as dos saberes especializados); “comportamento de ator social”; (Seixas, 2008).

A autora aponta também os objetos de desacordo mais frequentes: “estados psicológicos de atores sociais, comportamentos e crenças de atores sociais, opiniões em acordo num momento determinado e conceitos abstratos” (Seixas, 2008, p.243)

Segundo a autora, nas notícias, em média 50% dos objetos de realidade se apresentam como “fato passível de verificação ou constatação”. Enquanto nas reportagens relações entre objetos de acordo aparecem como forma predominante de objetos de realidade. “A articulação, de alguma ordem, seja por sucessão apenas ou uma relação explícita de causa e consequência, parece originar um terceiro objeto de realidade construído como enunciado.” (Seixas, 2008, p. 150). O grau de evidência dos objetos de realidade é mediado pelos tópicos jornalísticos.

Os tópicos mais frequentes foram listados por seixas: tópico do factual: crença de que o jornalismo trata apenas de fatos possíveis de serem verificados e constatados; tópico da presença: “crença compartilhada de que a presença de jornalista-repórter indica um mais exato conhecimento da realidade”; tópico da autoridade: crença em que um maior número de vozes leva a um conhecimento mais exato da realidade.

Além dos objetos de realidade e tópicos jornalísticos, Seixas afirma que a formação discursiva jornalística é formada também por compromissos de atos de linguagem:

Os compromissos condicionam os objetos de realidade configurados no discurso e são condicionados por eles, enquanto os tópicos atuam no nível de acordo existente na relação entre estes elementos. Os compromissos condicionados por objetos de acordo e que os condicionam como tal são majoritariamente assertivos. De acordo com nossa amostra, as chamadas notícias, tanto dos veículos impressos, quanto dos digitais são compostas por, em média, 90% de assertivos. Ou seja, o principal compromisso que se assume no ato comunicativo se realiza como assertivo, cujo compromisso é firmado com a adequação do enunciado a realidade. Os compromissos condicionados por objetos de desacordo e conexões entre os mais variados objetos (acordo e desacordo) são os opinativos. (SEIXAS, 2008, p. 152)



Seixas ressalta ainda que depende do leitor, se os compromissos realizados serão assertivos ou opinativos em formações com objetos de realidade formados por articulações de abjetos de acordo.

A autora retoma a discussão sobre o conceito de interpretação afirmando que a argumentação trabalha com “tópicos jornalísticos”, “tópicos universais” e “tópicos especializados”. Esses lugares comuns, segundo seixas, permitem a criação de valores e hierarquias. De acordo com Seixas, essas hierarquias formam argumentos que constituem “estratégias discursivas de composições assertivas cujo objetivo é apresentar o maior grau de verossimilhança possível, ao mesmo tempo com o menor nível de interpretação atribuído.” (Seixas, 2008).

A autora afirma que, quanto mais verossímeis forem as conexões entre objetos de acordo, menos interpretativas elas são, dessa forma, são consideradas como dadas e não como interpretadas. Já as conexões que envolvem objetos de desacordo, em geral, são consideradas interpretadas.

Neste primeiro trabalho, analisamos a reportagem de capa da edição número 2250 da revista *Veja*, publicada no dia 04 de janeiro de 2012. A empresa encomendou uma pesquisa internacional CNT/Sensus, realizada por cerca de treze empresas, sobre a imagem do Brasil dentro e fora do país. Os resultados da pesquisa renderam a reportagem especial de capa que ocupou doze páginas e está assinada pelos repórteres Laura Diniz e Kalleo Coura.

Por se tratar de uma matéria baseada em uma pesquisa, podemos observar logo que o principal objeto de acordo que aparece é “estatísticas com estatuto de verdade”. A reportagem começa trazendo “dados”, quantas empresas foram envolvidas, quantos países e pessoas foram entrevistados. Ao apresentar esses primeiro dados e um panorama geral do resultado, a reportagem faz uso de uma comparação, apelando para o senso comum afirmando que se o Brasil fosse um colega de trabalho, seria um daqueles que todos os outros chamam para tomar cerveja. Ao longo do texto, essas comparações vão se repetindo, como contestar se o futuro do Brasil pode vir a ser, ou não, como uma “praia ensolarada”.

Juntamente com os dados, o texto apresenta opiniões de especialistas, que confirmam suas afirmações. Neste exemplo, há duas ”declarações de conhecimento”, uma complementando a outra: Um sociólogo afirma que a boa imagem do Brasil abre portas e logo depois há a aspas de um filósofo dizendo que essa imagem positiva da ao



país a chance de se transformar no que pensam dele. São duas fontes seguidas para reafirmar a ideia de que a boa imagem do Brasil é vantajosa.

Quando o assunto é a internacionalização da Amazônia, o texto faz um claro juízo de valor. Por exemplo, ao introduzir o tema internacionalização da Amazônia, o texto usa o termo “balela”. Depois quando retoma o assunto, usa ainda “falácia”, “delírio” e utiliza o termo “má-fé” para se referir à intenção dos grupos a favor da internacionalização. Ainda há um uso de ironia, contrastando com os termos negativos que usou, o texto afirma que pessoas a favor tem a “intenção elevada de preservar a floresta”, sendo o uso do termo “elevada” uma sátira.

Para justificar essa afirmação, o texto novamente faz uso de “declaração de conhecimento” com a fala de um cientista e vice-presidente executivo da Conservação Internacional para explicar porque não se deve internacionalizar a Amazônia. Para conferir ainda mais credibilidade o texto destaca que a Conservação Internacional possui sede em Washington. Acreditamos que, por ser uma organização desconhecida, citar onde está localiza sua sede, na capital de uma das maiores economias do mundo, segundo o próprio texto, confere mais credibilidade. Além da “declaração de conhecimento” a reportagem também usa, para validar a imagem negativa da internacionalização da Amazônia, “fatos históricos” e “dados de saber especializado”.

Há casos em que a matéria traz uma afirmação que não é confirmada depois por um especialista ou por um dado. É o caso da possível explicação que o texto traz para o aumento da popularidade do Brasil em alguns países. A reportagem atribui ao crescimento da economia, mas não traz um objeto de acordo que confirme essa relação de causa. Essa ausência de um objeto de acordo se aproxima mais de uma construção opinativa do que assertiva. Ocorre também, um fato curioso, onde uma “declaração de conhecimento” é mal fundamentada. Para explicar uma afirmação, o texto usa a declaração de um professor da Universidade de Brasília, mas não especifica em que área leciona. Enquanto algumas fontes são apresentadas com até dois cargos ou para reiterar sua autoridade, nessa fica vago se realmente é um especialista no assunto.

Após a Amazônia, mais um assunto é tratado com expressões que carregam juízo de valor. No subtítulo “A imagem impressiona” que trata da representação do Brasil dentro e fora dele, contrastada com sua realidade o texto traz as palavras “vexame”, para se dirigir a uma tentativa de acordo com o Irã e “foguetório” e “autolouvação” para se referir ao anuncio do trato. Outro ponto curioso é a imagem que



ilustra essa retranca, um Zé Carioca que, ao se olhar no espelho, enxerga um pássaro maior e robusto.

De forma geral, o objeto de acordo que aparece em maior número é “estatística”, seguido de “declarações de conhecimento”. Isso pode ser explicado pelo fato da reportagem ser acerca de uma pesquisa. Além desses, também aparecem “fatos dados”, “passado recente”, “passado histórico”, “acontecimento em processo” e “dados do saber especializado”. Podemos considerar no texto a presença do objeto de desacordo “opiniões em acordo num dado momento” no parecer estrangeiro sobre o Brasil. Mas, como essa “opinião” se apresenta na forma de “estatística”, consideramos como objeto de acordo.

Os três tópicos jornalístico que Seixas listou como mais frequentes nas produções jornalísticas também foram identificados no texto da revista *Veja*. O tópico do factual está presente, pois os fatos são tratados como verificáveis. O tópico da presença, crença de que a presença do jornalista indica um conhecimento mais exato da realidade aparece, pois o jornalista descreve fatos e faz afirmações sem ilustrá-los. O tópico da autoridade pode ser verificado, pois o texto se utiliza de muitas vezes para validar seu discurso.

### **Considerações Finais**

Foram identificados acima problemas na classificação de um gênero considerado interpretativo e também problemas na caracterização do jornalismo informativo como representação da verdade e produto de uma objetividade impossível aos discursos. Seixas identifica que o principal critério para classificação de gêneros no Brasil é a finalidade. Considerada aqui como gênero informativo, então a reportagem deve ter a função de informar.

Levando em conta as observações de Seixas de que a argumentação usa os “tópicos jornalísticos”, os lugares comuns para construir composições assertivas com o objetivo de gerar menos interpretação e parecer mais verossimilhanças. E que quanto mais parecerem verdadeiras as conexões entre “objetos de acordo”, menor seu nível de interpretação e são consideradas como dadas. Considerando a quantidade de “objetos de acordo” e “tópicos jornalísticos” utilizados na reportagem analisada, junto com as sentenças que carregavam juízo de valor, identifica-se o texto da reportagem como uma estrutura argumentativa, com a finalidade de convencer os leitores.



A finalidade que se espera da reportagem é a de informar. Sendo esta um texto argumentativo, com a tentativa de convencer, estaria da mesma forma levando informação e cumprindo esse objetivo esperado? A reportagem passa uma informação, sem dúvida, mas com baixo nível de interpretação possível e o discurso dado como verdade. Torna-se necessário maior aprofundamento e estudo do real conceito de “informar” para responder se as reportagens argumentativas cumprem ou não essa função.

### **Referências bibliográficas**

DINIZ, L.; COURA, K. O Brasil aos olhos do mundo. **Veja**, São Paulo, ano 45, n. 1, p. 66 – 77, jan, 2011.

PIMENTEL, R. M. L. A composição imagem-verbal em gestos de interpretação telejornalística. In: II ENCONTRO ANUAL DE ESTUDOS DA IMAGEM, 2. 2009, Londrina. **Anais**. Londrina, 2009. P. 859 – 874.

RIBEIRO, D. B.; FOSSÁ, M. I. T. O discurso jornalístico autorreferencial como estratégia de construção da imagem de si. **Estudos em jornalismo e mídia**, v. 8, n. 2, p. 339 – 354, Julho/dez. 2011.

SEIXAS, L.. Porque não existe gênero interpretativo. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO, 8., 2010, São Luis. **Anais**. São Luis: Universidade federal do Maranhão, 2010.

SEIXAS, L. **Por uma outra classificação**: Uma proposição de critérios de definição de gêneros discursivos jornalísticos por impressos e digitais. Salvador: Universidade Federal da Bahia, 2008. 314 p. Tese (Doutorado), Programa de Pós-graduação em comunicação e cultura contemporâneas, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2008.