

Artigo / Article

Como os suportes revista, jornal e internet impactam a produção do gênero discursivo reportagem

How magazines, newspapers, and the internet impact the production of the discursive genre of journalism

Giulia Chiaradia Gramuglia Araujo 

Universidade de São Paulo, Brasil

ggccggaa@gmail.com

<https://orcid.org/0009-0001-9417-7549>

Recebido em: 03/10/2023 | Aprovado em: 12/11/2023

Resumo

Em *Os Gêneros do Discurso*, escrito entre 1952 e 1953, Bakhtin definiu os gêneros discursivos como sendo enunciados estilísticos, temáticos e composicionais relativamente estáveis. Tal reflexão, contudo, foi feita em um contexto pré-internet, sem considerar os impactos que os suportes – como papel, rádio, televisão ou, mais recentemente, computador e dispositivos móveis – têm nos gêneros. Para Bertocchi, por exemplo, os gêneros não podem ser definidos apenas pela sua estrutura prototípica e temática, uma vez que o suporte também pode gerar novos tipos de enunciados. Corroborando essa linha de raciocínio, este artigo identificou que, no jornalismo, o suporte pode interferir no gênero discursivo usado. Dessa forma, sistematizou-se as diferenças dos gêneros reportagem de site (ciber-reportagem), reportagem de jornal e reportagem de revista. As reflexões aqui feitas foram pautadas pelo Círculo de Bakhtin e por uma entrevista inédita com o jornalista Fernando de Barros, ex-editor da Folha de S. Paulo e ex-diretor da revista Piauí.

Palavras-chave: Gêneros do discurso • Círculo de Bakhtin • Jornalismo • Internet • Reportagem

Abstract

In 'Speech Genres and Other Late Essays' written between 1952 and 1953, Bakhtin defined discursive genres as stylistic, thematic, and compositional

utterances that are relatively stable. However, this reflection was made in a pre-internet context, without considering the impacts that mediums such as paper, radio, television, or more recently, computers and mobile devices have on genres. According to Bertocchi, genres cannot be defined solely by their prototypical structure and theme since the medium can also generate new types of utterances. Supporting this line of reasoning, this article identified that, in journalism, the medium can interfere with the discursive genre used. Thus, the differences between website reportage (cyber-reportage), newspaper reportage, and magazine reportage were systematized. The reflections made here were based on the Bakhtin Circle and an unpublished interview with journalist Fernando de Barros, former editor of Folha de S. Paulo and former director of Piauí magazine.

Keywords: Speech Genres • Bakhtin Circle • Journalism • Internet • Reportage

Introdução

Escrito por Mikhail Bakhtin entre 1952 e 1953, em Saransk, o ensaio *Os Gêneros do Discurso* integrava um projeto de livro não lançado pelo autor, sendo publicado pela primeira vez em 1978, duas décadas depois de ter sido redigido e três anos após a morte do teórico russo.

Nessa obra, Bakhtin (2016) define gênero do discurso como sendo enunciados cujo estilo – ou seja, seleção de recursos lexicais, fraseológicos e gramaticais –, conteúdo temático e construção composicional são relativamente estáveis. O autor também defende que os gêneros refletem as condições específicas e as finalidades de cada campo da atividade humana, sendo a diversidade entre gêneros infinita, pois ela cresce e se diferencia à medida que cada campo se desenvolve e ganha complexidade.

Na época em que esse ensaio foi escrito, o suporte rádio já existia há algumas décadas, e a televisão vinha se consolidando em solo soviético e no mundo após o fim da Segunda Guerra Mundial (1939-1945). A internet, por sua vez, ainda estava longe de ser usada massivamente. Dessa forma, não é uma surpresa que Bakhtin não tenha abordado o impacto do suporte na produção de um enunciado – apesar de Valentin Volóchinov, em seu ensaio *Estilística do discurso literário II: A construção do enunciado*, já ter pontuado em uma nota de rodapé que palestrar para um auditório visível não era o mesmo que, através do microfone, palestrar para ouvintes de uma rádio.

Isso não significa, no entanto, que não se possa reelaborar dialogicamente a teoria bakhtiniana para o atual contexto multimidiático. Conforme Irene Machado, o teórico tinha um compromisso com o conhecimento da linguagem como manifestação viva das relações culturais. Desta forma:

É possível entrar em contato com as repercussões das formulações de Bakhtin sobre os gêneros discursivos no contexto das interações de uma cultura dialogicizada não apenas pela palavra, mas por linguagens de comunicação, ou seja, ritos das mediações tecnológicas. Afinal, ao refletir sobre o diálogo como

forma elementar da comunicação, Bakhtin valorizou, indistintamente, esferas de usos da linguagem que não estão circunscritas aos limites de um único meio. Com isso, abriu caminho para as realizações que estão além dos domínios da voz como, por exemplo, os meios de comunicação de massa ou as mídias eletrônico-digitais. Meios, evidentemente, não estudados por ele (Machado, 2018, p. 163).

Nesse sentido, Daniela Bertocchi (2010), ao discorrer sobre o jornalismo, afirma que os gêneros não podem ser definidos apenas pela sua estrutura prototípica e temática, já que o suporte também pode gerar novos tipos de enunciados – como nos casos do debate em mesa-redonda (TV) e da nota em SMS (digital).

Assim sendo, o objetivo deste artigo é – a partir dos pressupostos teóricos do Círculo de Bakhtin e de uma entrevista inédita com o jornalista Fernando de Barros e Silva, ex-editor do jornal Folha de S. Paulo (FSP), ex-diretor de redação da revista piauí e apresentador do *podcast* Foro de Teresina – referenciar de que modo um suporte pode impactar a elaboração de um enunciado, gerando diferentes gêneros discursivos no jornalismo.

Este artigo utilizou o gênero reportagem como exemplo dessa diferenciação de enunciado – um gênero que é definido pelo Manual de Redação do jornal Folha de S. Paulo (2021) como sendo a essência do jornalismo – e identificou que, após anos de existência e complexificação do campo jornalístico, o gênero matriz reportagem gerou descendentes como – para citar apenas aqueles cujo enunciado é um texto escrito – a ciber-reportagem, a reportagem de jornal e a reportagem de revista. Em consonância com a metodologia bakhtiniana, verifica-se que – ao nos determos na história do jornalismo brasileiro e, em especial, da reportagem – a evolução entre os gêneros discursivos ocorre a partir de uma transformação dialógica, em que cada gênero vive o seu presente, mas também ecoa o seu passado.

1 Gêneros do discurso e seus descendentes

No que diz respeito à insurreição de um gênero a partir de outro, conforme explicação da professora Machado (2018), em um autêntico processo dialógico, os discursos e processos de transmissão das mensagens se deixam contaminar, permitindo o surgimento de híbridos. Ainda segundo a professora, trata-se de um processo de transformação, e não da substituição de uma forma discursiva por outra.

E é exatamente porque o surgimento de um gênero discursivo ocorre por meio de um típico processo dialógico que, para uma análise aprofundada de um novo gênero e de suas características, é necessário contextualizar o ambiente no qual ele foi gerado e também estudar o gênero do qual ele se origina. Tal qual feito por Bakhtin (2018) em seu exame do gênero romance polifônico inaugurado por Dostoiévski, tais contextualizações são fundamentais para uma investigação mais aprofundada e uma compreensão mais concreta das peculiaridades dos gêneros aqui em estudo, uma vez que:

O gênero sempre é e não é o mesmo, sempre é novo e velho ao mesmo tempo. O gênero renasce e se renova em cada nova etapa do desenvolvimento da literatura e em cada obra individual de um dado gênero. [...] O gênero vive do presente, mas sempre *recorda* o seu passado, o seu começo (Bakhtin, 2018, p. 121, itálico do autor).

Nos casos dos gêneros discursivos aqui analisados – ciber-reportagem, reportagem de revista e reportagem de jornal –, desde o início de seu gênero matriz, nota-se que suas histórias e enunciados estão intrinsecamente ligados às evoluções tecnológicas da sociedade.

2 A origem da reportagem

Conforme Marcondes Filho (2008), o suporte jornal surge, um século depois da invenção da imprensa de Gutenberg (séc. XV), como um instrumento do capitalismo financeiro e comercial que precisava ter mais rapidamente informações sobre exportações, importações e movimento de capital para acelerar o fluxo de troca de mercadorias.

O gênero reportagem, no entanto, não nasceu instantaneamente. Advinda do francês, mas tendo a sua raiz etimológica no verbo inglês “*to report*”¹, a palavra “reportagem” entrou para o português em 1899, conforme o dicionário Houaiss. Seu surgimento enquanto gênero se deu em decorrência das mudanças sociais causadas pela segunda Revolução Industrial (séc. XIX), que – entre outras coisas – provocou um aumento no total de pessoas letradas na Europa, assim gerando uma demanda por uma readequação do estilo das matérias publicadas pelos jornais. O novo público queria um texto mais popular, mais próximo da oralidade (Lage, 2008, p. 13).

Foi então que nasceram a reportagem e o seu instrumento, o repórter.

Do ponto de vista técnico, escritores de folhetins e jornalistas obrigaram-se a reformar a modalidade escrita da língua, aproximando-a dos usos orais ou cultivando figuras de estilo espetaculares, ora exagerando no sentimentalismo, ora incorporando a invenção léxica e gramatical das ruas. Descobriu-se a importância dos títulos, que são como anúncios do texto, e dos furos, ou notícias em primeira mão (Lage, 2008, p. 15).

Grillo (2004) explica que, diferentemente do gênero notícia – que é um registro sucinto que se propõe a reproduzir o referente, assim se empenhando em produzir um “efeito de real” –, a reportagem “busca o aprofundamento do fato, o que se dá principalmente na busca de exposição das fontes de informação, criando um ‘efeito de objetividade’, ou seja, a fundamentação das informações nos discursos dos atores sociais” (Grillo, 2004, p. 91). Dessa forma, a diferença entre nota, notícia e reportagem seria uma gradação de aprofundamento e de detalhamento do acontecimento noticiado.

¹ Ou seja, reportar, relatar, narrar.

Panorama realizado por Kindermann (2003) sobre as características do gênero reportagem segue a mesma linha. Conforme a autora, a reportagem é uma notícia ampliada, um enunciado que vai além da notificação, que se situa no detalhamento, na interpretação e nas consequências.

Grillo (2004), no entanto, ressalva que as definições feitas pelos manuais da redação a respeito dos verbetes “reportagem” e “notícias” são pouco precisas. Por exemplo, segundo a definição dada pelo Manual da FSP – edição de 1992 –, e por ela transcrita, a reportagem seria o relato de um acontecimento importante e que foi feito por um jornalista que tenha estado no local.

Com o passar dos anos e com o desenvolvimento tecnológico, o campo do jornalismo foi se modificando e Grillo (2004) detectou que a versão do Manual da Redação da FSP de 2001 introduziu novas diretrizes que visavam promover uma maior flexibilização em favor de uma parceria mais estreita entre os fatos e a análise nos gêneros informativos. Em sua análise, Grillo (2004) apontou que a expansão do jornalismo on-line poderia ter sido uma das causas para a autorredefinição na forma de representação da imprensa. E de fato, ao olhar para o passado, pode-se notar como os suportes jornal, revista e, mais recentemente, internet impactaram e impactam a produção do gênero reportagem.

3 A reportagem de jornal

Com a atividade de impressão proibida no Brasil colonial, o primeiro jornal editado no país só foi possível com a vinda da família real portuguesa para cá em 1808 e, subsequentemente, com a instalação da tipografia da Imprensa Régia. Conforme Martins e Luca (2008, p. 36), naquela primeira geração da imprensa brasileira,

Não havia incompatibilidade entre o local, nacional e internacional, nem entre as dimensões opinativas e informativas: o cotidiano e questões locais misturavam-se com discussões doutrinárias dos rumos que o Estado e a nação deviam tomar, ao lado de notícias nacionais, internacionais e interprovinciais.

Ainda segundo as autoras, a divisão que se tinha era a de que o jornal tratava de política, e de que a revista tratava de literatura. Essa lógica começou a ser modificada em meados do século XIX, quando os primeiros equipamentos vindos em 1808 passaram a ser substituídos pela prensa mecânica e por novos desenvolvimentos técnicos como a zincografia – técnica que possibilitava a impressão de imagens – e a cromolitografia – método que possibilitou o uso de cores em impressões. Somava-se a esse contexto a criação do telefone e do telégrafo, que aceleraram a transmissão de dados para as redações jornalísticas.

Tais invenções, no entanto, demandavam altos gastos e a receita dos periódicos não cobria os custos. É nesse contexto que, segundo Marcondes Filho (2008), a imprensa começa a se consolidar enquanto uma empresa capitalista, que precisa vender notícias – e assim inicia-se a lógica do “furo” jornalístico – para se autofinanciar. Foi a partir daí também que se

estabeleceram novas diferenciações entre jornal e revista: o primeiro seria diário e vespertino, com a função de divulgar notícias; a segunda, por sua vez, teria uma periodicidade maior, tendo o papel de se aprofundar em temas e de ser um momento de lazer, através da impressão de imagens.

Naquele período, a informação deixou de ser um acréscimo cultural e se tornou essencial na vida das pessoas. Nesse contexto, entrou no texto jornalístico a figura do especialista, ou seja, a daquele profissional que vai dissertar, e até mesmo opinar, sobre determinado assunto – sendo o jornalista a pessoa que vai traduzir esse discurso (Lage, 2008, p. 22). Posteriormente, com as invenções do rádio e da televisão, a imprensa não só migrou para esses canais como também mudou a forma de se fazer jornal e revistas.

A concorrência com a televisão exigiu que o jornalismo impresso se especializasse nas formas opinativas e interpretativas, deixando a abordagem puramente informativa a cargo do jornalismo televisivo. Essa imperiosidade garantiu, pelo menos, a sobrevivência do jornal como empresa e sua separação clara do jornalismo televisivo (Marcondes Filho, 2008, p. 156).

No século XXI, com a massificação da internet e o advento das redes sociais, o acesso à informação tornou-se instantâneo e global, trazendo um maior sentimento de velocidade, e, mais uma vez, o jornalismo e seus gêneros tiveram de se reinventar.

Atualmente, conforme a última edição do Manual do jornal FSP (2021), o gênero reportagem é um enunciado “balizado por regras técnicas e padrões de conduta, traz relatos fidedignos e atuais sobre **fatos, pessoas, ideias e produtos relevantes**” (Folha de S.Paulo, 2021, p. 123, grifo nosso).

4 A reportagem de revista

Conforme a seção anterior, o começo da imprensa, no Brasil, se deu com a vinda da Família Real. Naquele início, as revistas com suas gravuras foram fundamentais para entreterem em um país com o índice de analfabetismo tão alto. Mas, com o governo Vargas (1930-1945) e sua política de escolarização, o mercado de leitores começou a se ampliar. Nesse contexto, se populariza *O Cruzeiro*, uma revista lida por toda a família e que mudou o padrão adotado até então pelos magazines, em que o texto era o predominante. Isso se deu com a introdução da dupla repórter-fotógrafo, com reportagens iniciadas com fotos de página inteira e os nomes de seus dois realizadores (Mira, 2001).

Com a televisão, a indústria cultural se consolidou no país e o mercado de revistas iniciou um processo de segmentação de seus títulos – a revista voltada para todos os públicos e gostos perdia seu espaço. Uma das revistas que nasce nesse contexto é a Quatro Rodas, pioneira em prestar um serviço ao leitor, como testes de desempenho de carro ou com tabela de preços de veículos, conforme relata Corrêa (*apud* Martins; Luca, 2008, p. 211).

O jornalismo de serviço em revistas foi visto no início como um jornalismo de segunda categoria, esquecendo – quem era dessa opinião – que se tratava de uma maneira eficiente de servir e de fidelizar o leitor, dando-lhe informações úteis para sua vida pessoal. E hoje, com raras exceções, jornais e revistas de todos os tipos, inclusive as semanais, consideram “servir o leitor” parte de sua missão editorial.

Surge então, no final de 1960, a revista *Veja*, que, conforme Mira (2001), adotou um modelo de negócio que departamentalizou as notícias em editorias e subeditorias, “criando um sistema de pesquisa e checagem para suprir os redatores com a informação que dá o entorno de cada notícia, além de todo um pessoal ligado a seus departamentos comerciais, de assinatura, de marketing etc.” (Mira, 2001, p. 91). Ela inaugurou no Brasil o modelo *newsweeklies*, ou seja, publicações projetadas para fornecer uma cobertura semanal e aprofundada de notícias, análises, reportagens e artigos de opinião sobre uma variedade de tópicos que incluem política, economia, cultura e entretenimento. O mesmo modelo usado pela *Time*, *Newsweek* e *The Economist*.

Apesar de tais inovações, o começo de *Veja* foi um fracasso de vendas para a editora Abril. Conforme Corrêa (*apud* Martins; Luca, 2008), a revista levou quase seis anos para deixar de dar prejuízo, e o fez muito em consequência da implementação de um sistema de assinaturas.

A expectativa gerada por uma marca que falava em ver (apesar do *e leia* pequenino embaixo de *Veja*), fez com que a revista ilustrada aguardada por quem comprou o primeiro número fosse um enorme desapontamento. Era uma revista cheia de texto, [...] não tinha o formato grande de *Manchete*, nem tantas páginas coloridas. Para um público que não conhecia o gênero, a revista era muito compacta, com muito texto para ler, e a novidade não foi muito bem entendida (Martins; Luca, 2008, p. 218).

Aos poucos, *Veja* foi ganhando relevância com importantes furos de investigações jornalísticas, como, em 1992, a entrevista exclusiva com Pedro Collor de Mello, irmão do ex-presidente Fernando Collor de Mello, na qual ele denunciou irregularidades envolvendo desvio de recursos públicos, ou então, em 2004, a transcrição de um vídeo que flagrava um esquema de pagamento de propina envolvendo o então deputado Roberto Jefferson, uma negociata que depois ficou conhecido como Mensalão.

Em 2006, já com uma maior consolidação da TV a cabo no país e uma maior penetração da internet nas classes A e B, Ferreira (2006) notou em sua tese que a *Veja* havia adotado uma estratégia de imagnetização dos textos, em que as fotografias estavam cada vez maiores e em mais páginas estabelecendo um outro ritmo de leitura que substituiu o olhar de um esquadramento lento e rigoroso pelo olhar passageiro e breve. Ainda conforme Ferreira (2006, p. 315), “desvencilhada do tempo da reflexão pela descartabilidade das informações, dos objetos, pela volúpia do consumo permanente, a prática de leitura inscrita em *Veja*, exemplifica metonimicamente a ordem discursiva da sociedade de consumo”.

Naquele mesmo ano, a revista piauí é lançada, se anunciando, em sua carta de intenções, como uma revista para quem gosta de ler e sem ser ranzinza ou chata em seus textos.

Segundo Carvalho (2014), a piauí constituiu sua identidade pela negação de outros modelos, sobretudo das revistas de celebridades e de semanais como a *Veja*.

Predomina, nas revistas semanais de informação, a pretensão de explicar, sem nuances, os fatos aprisionados (na maior parte das vezes) na ideologia neoliberal, materializados na forma de textos curtos, econômicos, líquidos. A brecha vislumbrada pelos criadores de piauí foi romper com esse modelo, criar um outro espaço discursivo. Ao fazê-lo resgata as referências dos anos 1960 (Carvalho, 2014, p. 121).

Tendo as publicações *Realidade* e *O Pasquim* como influências confessas – a primeira por seu jornalismo literário² e a segunda pela sua quebra de convenções na linguagem e nas temáticas jornalísticas –, piauí surge como uma revista mensal, com textos densos, ou seja, no lugar de notas informativas cercadas por fotos, há reportagens longas, com raras fotografias. Conforme Carvalho (2014), piauí projeta um leitor que a consuma em etapas, no prazo de um mês. Dessa forma, o leitor interagiria com o texto em um tempo mais dilatado e reflexivo, indo contra a prática predominante da vida moderna de uma leitura ágil e superficial.

Atualmente, com a expansão da internet móvel, novamente o papel da revista, junto com seus enunciados estilísticos, temáticos e composicionais relativamente estáveis, foi ressignificado. Conforme o jornalista Fernando de Barros relatou em entrevista exclusiva para este artigo (Anexo), anteriormente, as revistas semanais até forneciam algumas informações exclusivas, mas a sua real ambição era ser um resumo aprofundado da semana, até por terem uma dinâmica menos urgente que a do jornal em decorrência das diferentes periodicidades de distribuição.

Esse formato, no entanto, tornou-se obsoleto, e o total de revistas semanais minguou. Atualmente, com o novo modo de vida estabelecido pela internet, mesmo o jornal, que estava submetido a uma urgência grande, ficou lento. Segundo Barros (Anexo), “a gente tem a sensação de que vai ler o jornal e já leu tudo aquilo. Então, a gente vai para ler as análises, ler mais os colunistas e tal”.

Em face dessa diferença de periodicidade, o repórter de revista acaba tendo um tempo maior de apuração e de produção. Por isso, para Barros (Anexo), espera-se que o texto de uma reportagem de revista seja superior ao texto do jornal: “Se o texto da revista for igual ao texto do jornal, a revista está fazendo um trabalho malfeito, porque tem uma pressa que é diferente”.

Ainda conforme Barros (Anexo), sem dúvida, foi a *Veja*, já em seus primeiros anos, que estabeleceu um padrão elevado de qualidade em seus textos. No entanto, esse padrão virou uma camisa de força. A *Veja* foi se editorializando, havendo por parte da chefia uma intervenção muito grande no trabalho dos repórteres, com uma edição mais invasiva – mais editorializante –, algo que nos jornais é menos possível, até pela dinâmica mais rápida de publicação, em que nem sempre há tempo de o texto ir para a edição e para a revisão.

² Conforme Carvalho (2014), o jornalismo literário não se esforça por perseguir a objetividade. Pelo contrário, seu principal pressuposto reside na incorporação da subjetividade do jornalista à narrativa.

Opondo-se a essa antiga lógica de ser um resumo semanal, a revista piauí se propõe a ser inessencial no bom sentido, abordando pautas diferentes e que surpreendam, pautas que não vão ficar velhas em pouco tempo. Apesar de também ter a pretensão de ser relevante e conectada ao noticiário, para Barros (Anexo), no entanto, é inevitável que o espaço físico das revistas diminua e que o espaço on-line ganhe mais importância: “É uma fatalidade dos tempos”.

Dessa forma, é preciso encontrar uma abordagem diferente, o que torna a criatividade essencial nesses momentos. Por exemplo, nos casos das chamadas coberturas de pautas quentes – ou *hard news* –, em que há uma constante evolução das informações, com diferentes desdobramentos que podem deixar uma notícia desatualizada em poucas horas, reportagens do tipo reconstituição são uma possibilidade para a revista. Para Barros, nesses casos, é aconselhável que a revista física espere um pouco o desenrolar dos eventos, de modo que um repórter tenha a oportunidade de passar um tempo considerável na região do noticiado, apurando novas informações e criando uma narrativa completa, com começo, meio e fim.

Esse tipo de abordagem não é novo, muitos profissionais da imprensa o utilizam, principalmente em efemérides. No entanto, na revista, o comprometimento com o tempo é maior. Os repórteres dedicam semanas e até mesmo meses a um único assunto, algo que poucos jornalistas de outros meios de comunicação conseguem fazer, pois suas periodicidades são menores. Dessa forma, o papel dos repórteres de revista é o de mostrar que é possível encontrar histórias valiosas ao olhar para trás e iluminar um assunto que já foi amplamente abordado. Essa abordagem simples, quase um lugar-comum, pode funcionar bem se for executada adequadamente e se o objeto escolhido for cuidadosamente selecionado.

Ainda para Barros, uma reportagem do tipo perfil – ou seja, uma reportagem sobre uma pessoa específica – também é algo que funciona bem para as revistas no atual contexto de menor perenidade do tempo de vida de uma matéria.

5 A Ciber-reportagem

A internet teve sua origem na década de 1960, no contexto da Guerra Fria (1947-1991), sendo por décadas utilizada de forma restrita pelos militares e pelas universidades. Mas foi apenas em 1989 que se deu o nascimento da internet como a conhecemos, quando um grupo chefiado por Timothy Berners-Lee e Robert Cailliau criou o *world wide web* – o famoso WWW –, um protocolo baseado em hipertextos e que suportava linguagem multimídia.

Já no Brasil, a internet comercial foi oficialmente lançada no feriado de 1º de maio de 1995. Logo em seu início, surgem os primeiros portais de notícias – o BOL e, uma semana depois, o UOL –; no entanto, nesse estágio inicial, os enunciados publicados por eles eram, basicamente, a reprodução de textos do impresso. Durante anos, prevaleceu a lógica de se replicar integralmente os gêneros do jornal e da revista no ciberespaço – algo similar ao que aconteceu com a televisão, que, em seu início, importou do rádio e do teatro seus enunciados

relativamente estáveis; com o passar do tempo, as emissoras foram refinando seus discursos e os gêneros televisivos foram surgindo e se desenvolvendo.

Foi somente em 2011 que ocorreu o *turn point* que possibilitou a produção de uma ciber-reportagem, ou seja, que possibilitou o surgimento de um novo gênero que, em virtude dos impactos e características do digital, desenvolveu enunciados estilísticos, temáticos e composicionais relativamente estáveis próprios e diferentes daqueles das reportagens de jornal e de revista.

De acordo com Longhi (2014), a criação do HTML5 representou um avanço significativo na linguagem do protocolo WWW. Essa evolução permitiu a geração de formas inovadoras de *design*, – como o *parallax scrolling*³ –, e trouxe melhorias na navegação e imersão do usuário. Se, anteriormente, os internautas precisavam instalar o Adobe Flash para visualizar vídeos, com o HTML5 tornou-se possível reunir texto escrito, imagens, vídeos e sons em uma mesma aba, proporcionando a experiência de uma grande variedade de elementos verbivocovisuais (Paula; Serni, 2017) compondo um único enunciado. Essa mudança na tecnologia *web* abriu caminho para a criação de conteúdos mais dinâmicos e interativos, impulsionando o desenvolvimento de diferentes cibergêneros.

No que diz respeito ao descendente direto da reportagem no ciberespaço, a matéria que inaugurou essa nova forma de se publicar informação foi a *Snow Fall*⁴, feita pelo site do jornal The New York Times. Já no caso do Brasil, Longhi (2014) considera que o gênero ciber-reportagem estreou aqui em dezembro de 2013, com a matéria *A Batalha de Belo Monte*⁵, publicada pelo *site* da FSP.

Conforme mapeado por Araujo (2022), atualmente, são características mínimas da ciber-reportagem o audiovisual (enunciados verbivocovisuais), a infografia e a interatividade. Já a hiperlinkagem, uma boa usabilidade em dispositivos móveis e técnicas de SEO⁶ são prerrogativas de textos ciberjornalísticos como um todo e idealmente devem ser usados nesse cibergênero. Já um design bem-feito e uma equipe multidisciplinar – com jornalistas, desenvolvedores e *web designers* trabalhando juntos – são características adicionais da ciber-reportagem, ou seja, não são uma condição, mas enriquecem o enunciado.

³ Efeito que “permite ‘velocidades’ diferentes para as camadas de leitura, onde a camada de trás move-se mais lentamente que a da frente, criando um efeito de terceira dimensão” (Longhi, 2015, p. 11).

⁴ Disponível em: <https://www.nytimes.com/projects/2012/snow-fall/index.html>. Acesso em: 5 maio 2020.

⁵ Disponível em: <https://arte.folha.uol.com.br/especiais/2013/12/16/belo-monte/>. Acesso em: 5 maio 2020.

⁶ Search Engine Optimization, ou seja, critérios usados por buscadores – como o Google, Yahoo!, Bing – que ranqueiam os demais sites nas páginas de pesquisas feitas por internautas. Conforme verificado por Araujo (2022), muitas vezes SEO impacta a construção composicional da matéria, especialmente na elaboração do título. Algumas fórmulas de bons títulos de SEO são o de lista – 10 dicas para bons títulos de SEO –, de tutorial – Como utilizar técnicas de SEO em títulos –, de questionamento – Será que SEO impacta a produção de títulos? –, de guia – SEO: tudo o que você precisa saber para fazer um bom título – etc.

A tudo isso, também se deve somar características essenciais do gênero matriz reportagem. Na prática, isso significa uma boa história com informações relevantes, enunciados maiores, mais detalhados e analíticos do que os de uma notícia, um tempo maior de apuração, além da elaboração de um roteiro – um plano de ação que detalhe as questões a serem respondidas ao longo da apuração, o enfoque a ser dado, o formato e o material de apoio a ser criado – antecedendo a execução da pauta.

Dessa forma, é importante que o jornalista pense o seu texto a partir do conceito de uma narrativa, de fato, multimídia, ou seja, uma narrativa em que o texto e os demais elementos da matéria completem-se entre si, criando uma leitura fluida. Pois é apenas dessa maneira que estilo, construção composicional e conteúdo temático do enunciado alcançarão seu potencial digital, e não serão simplesmente reportagens do gênero de revista ou de jornal que foram publicadas no ciberespaço. Conforme Araujo (2022) apurou ao entrevistar um ex-editor do portal UOL:

O jornalista que for produzir isso [uma ciber-reportagem] tem que saber contar uma história assim e saber tratar a matéria dele como se fosse um projeto. Pois ao tratar só como “aqui está meu texto” a tese até desenrola, mas enquanto conceito de uma narrativa de fato multimídia, pode estar um excelente texto, mas é nítido que perde força e perde interesse. Você realmente tem que estar disposto a encontrar, com os recursos que a internet permite, a melhor forma de contar uma história (Araujo, 2022, p. 110).

Nesse sentido, a utilização de fotos (estáticas ou em movimento, no tamanho padrão ou estourando a tela) e vídeos é importante, pois, conforme verificou Araujo (2022), se no impresso o uso de imagens é feito para dar um respiro à leitura, no digital isso se torna ainda mais fundamental para não cansar o internauta.

Ainda em relação à linguagem multimídia, o uso de infográficos dinâmicos – ainda mais os que carregam bem em dispositivos móveis – é mais do que bem-vindo e confere uma dimensão interativa ao enunciado. Já o design, por sua vez, não só deve ser bonito como também baseado na usabilidade. Por exemplo, nos casos de ciber-reportagens feitas em capítulos, é recomendável que o sumário dessa série seja posto na parte da página que carregue mais facilmente e que as cores escolhidas sejam as que menos causam cansaço durante a leitura.

Nota-se, portanto, que, quando uma reportagem é de fato pensada para aproveitar o máximo de recursos do ciberespaço, as possibilidades oferecidas pelo suporte impactam na **construção composicional**, estilo e conteúdo temático do enunciado, assim gerando um gênero descendente da reportagem.

Conclusão

Bakhtin definiu gêneros do discurso como enunciados relativamente estáveis, com características estilísticas, temáticas e composicionais específicas, mas não considerou o

impacto dos suportes na produção do discurso. No entanto, é possível estabelecer diálogos entre a sua teoria e o atual contexto cibernético. Afinal, as possibilidades de renovação entre os gêneros são infinitas, uma vez que eles acompanham as complexificações dos campos de atividades humanas.

Com tais reflexões em mente, este artigo entende que, atualmente, passados quase três décadas de internet comercial no país, as construções composicionais do jornalismo, e em especial do gênero reportagem, se desenvolveram e se tornaram gêneros discursivos distintos que variam conforme o suporte que as publica.

Verificou-se que a reportagem de jornal passou a ser mais analítica e perdeu a obrigação de o repórter ter presenciado o fato ali narrado. A reportagem de revista deixou de ser um resumo da semana e começou a apostar mais em reportagens do tipo reconstituição e perfil. Já a ciber-reportagem, fora as particularidades essenciais de seu gênero matriz, tem como característica mínima a utilização de enunciados verbivocovisuais, infografia e interatividade. Enquanto hiperlinkagem, boa usabilidade e técnicas de SEO são prerrogativas de textos ciberjornalísticos como um todo.

Em resumo, as mudanças causadas pela internet trouxeram desafios tanto para as revistas quanto para os jornais. As revistas semanais perderam relevância diante do mundo acelerado da internet, enquanto os jornais apostam em enunciados mais analíticos para se manterem atualizados em um contexto de hipervelocidade na produção jornalística. As revistas precisam encontrar maneiras de se reinventar e oferecer conteúdo de qualidade, enquanto os jornais buscam se adaptar às demandas do público. E mesmo o ciberjornalismo ainda está desenvolvendo e consolidando os seus gêneros típicos, como a ciber-reportagem, o *amp story*, o *post* jornalístico em rede social, o *podcast*, entre outros.

Em última análise, o sucesso dependerá da capacidade de inovação, de criatividade e da escolha adequada dos objetos de cobertura.

Referências

ARAUJO, G. C. G. *Reportagem em convergência: a cobertura inicial da Covid-19 nos sites e nos impressos da Folha de S. Paulo e de O Estado de S. Paulo*. 166f. Dissertação (Mestrado em Filologia e Língua Portuguesa) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2022.

BAKHTIN, M. *Os gêneros do discurso [1952-1953]*. 1.ed. Organização, posfácio, tradução e notas de Paulo Bezerra. São Paulo: Editora 34, 2016.

BAKHTIN, M. *Problemas da poética de Dostóievski*. 5.ed. Tradução, notas e prefácio de Paulo Bezerra. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2018.

BERTOCCHI, D. Gêneros no Ciberjornalismo. In: MELO, J. M.; ASSIS, F. (Org.). *Gêneros jornalísticos no Brasil*. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2010, p. 315-328.

CARVALHO, P. H. V. *Revista Piauí: acontecimento no arquivo de brasilidade*. Aracaju: EDUNIT, 2014.

LINHA D'ÁGUA

FERREIRA, L. C. *Práticas de leitura contemporâneas: representações discursivas do leitor inscritas na revista Veja*. 337f. Tese (Doutorado em Linguística e Língua Portuguesa) – Faculdade de Ciências e Letras de Araraquara, Universidade Estadual Paulista, Araraquara, 2006. Disponível em: <http://acervodigital.unesp.br/handle/11449/102356>. Acesso em: 01 fev. 2024.

FOLHA DE S. PAULO. *Manual da Redação: as normas de escrita e conduta do principal jornal do país*. Barueri: Publifolha, 2021.

GRILLO, S. V. de C. *A Produção do Real em Gêneros do Jornal Impresso*. São Paulo: Associação Editorial Humanitas, 2004.

KINDERMANN, C. O estudo dos gêneros do jornal: o caso da reportagem. In: ENCONTRO DO CELSUL, 5., 2003. Curitiba. *Anais [...]*. Curitiba, 2003. p. 352-359.

LAGE, N. *A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística*. Rio de Janeiro: Record, 2008.

LONGHI, R. R. O turning point da grande reportagem multimídia. *Famecos*, v. 21, n. 3, p. 897-917, 2014. DOI: <https://doi.org/10.15448/1980-3729.2014.3.18660>.

LONGHI, R. R. A grande reportagem multimídia como gênero expressivo no ciberjornalismo. In: VI Simpósio Internacional de ciberjornalismo, 2015, Campo Grande, MS. *Anais [...]*. Campo Grande, 2015. p. 1-13.

MACHADO, I. Gêneros discursivos. In: BRAIT, B. (Org.). *Bakhtin: conceitos-chave*. 5.ed. São Paulo: Contexto, 2018, p. 151-166.

MARCONDES FILHO, C. *Ser Jornalista*. 6.ed. São Paulo: Summus, 2008.

MARTINS, A. L.; LUCA, T. R. *História da imprensa no Brasil*. Editora Contexto, 2008.

MIRA, M. C. *O Leitor E A Banca De Revistas: A Segmentação Da Cultura No Século XX*. São Paulo: Olho d'Água: Fapesp, 2001.

PAULA, L.; SERNI, N. M. A vida na arte: A verbivovisualidade do gênero filme musical. *Raído*, v. 11, n. 25, p. 178-201, 2017. DOI: <https://doi.org/10.30612/raido.v11i25.6507>.

VOLÓCHINOV, V. *Marxismo e filosofia da linguagem: problemas fundamentais do método sociológico na ciência da linguagem*. 2.ed. Tradução, notas e glossário de Sheila Grillo e Ekaterina Vólkova Américo. São Paulo: Editora 34, 2018.

Anexo

Entrevista exclusiva concedida por Fernando de Barros e Silva, jornalista, ex-editor dos cadernos Brasil e Painel do jornal Folha de S. Paulo e ex-diretor de redação da revista piauí. Atualmente, é apresentador do *podcast* Foro de Teresina e repórter da piauí.

Quais as diferenças que você vê entre uma reportagem de revista e uma reportagem de jornal?

Depende da revista. O jornal está submetido a uma dinâmica, a uma urgência, que as revistas não têm ou têm em outra medida. As revistas semanais, que praticamente morreram nesse novo mundo da internet, tentavam ser um pouco um resumo. Elas também traziam coisas exclusivas, mas elas tinham a ambição de ser um resumo da semana mesmo. Isso se tornou obsoleto no mundo de hoje e elas foram minguando.

Então, o jornal está submetido a uma urgência grande – ou estava submetido a uma urgência grande, porque agora, nesse mundo da internet, o jornal já fica, ele próprio, lento. A gente tem a sensação de que vai ler o jornal e já leu tudo aquilo. Então, a gente vai ler as análises, você vai ler mais os colunistas e tal.

Em relação às reportagens, o texto das revistas tende a ser melhor, ou tem a obrigação de ser melhor. Se o texto da revista for igual ao texto do jornal, a revista está fazendo um trabalho malfeito, porque tem uma pressa que é diferente.

No caso das revistas, sem dúvida, o texto da Veja foi o que estabeleceu um padrão elevado de texto. A gente tem que pensar na Veja que na sua fundação, no final dos anos 1960, ao longo dos anos 1970, criou um padrão de texto muito bom. E começou a ter cacótes, e aquilo virou uma camisa de força. Pela minha experiência como leitor e pelos relatos, ela foi se editorializando, e há por parte da chefia uma intervenção muito grande no trabalho dos repórteres. Você vê uma edição mais invasiva e uma edição mais editorializante.

Já nos jornais, isso é menos perceptível, menos possível de se fazer, até. Tem o espaço dos editoriais, o espaço dos manifestos e tal, mas o jornal é um pouco aquela coisa que está nos Manuais da Folha e que é uma frase do Otávio Frias, de ser o registro taquigráfico da história.

No caso da piauí, a diferença é muito grande. Embora tenha a pretensão de ser relevante, de estar conectada ao noticiário, a despeito disso, a piauí tem uma pretensão também de ser uma revista inessencial no bom sentido, de ter pautas diferentes, pautas que o cara pensava que não ia encontrar, a composição é diferente. Você não está conectado ao noticiário, como a revista semanal e os jornais estão, ou estavam.

Então, basicamente, as diferenças são o tempo para apurar e o espaço para escrever – no caso da internet, o tamanho também é elástico, é ilimitado, a rigor. É que não combina muito com o meio você fazer uma coisa muito longa. As pessoas não aguentam. É como se uma revista como a piauí pedisse uma forma de revista física, pedisse um objeto físico que é quase um fetiche. E é uma revista que se coleciona também, as capas são assim, assado. A experiência da leitura longa tá um pouco ligada a esse papel, é gostoso pegar a revista física.

E tem todo o processo de confecção, que, no caso da piauí, tem essa preocupação formal, vamos dizer assim, de como é que a gente vai contar essa história. A história está com começo, meio e fim? A

gente está propondo que o sujeito perca duas, três, quatro horas da vida dele lendo uma história só. Então, a gente tem que contar bem. Tem um pouco essa ideia de que a maneira como você conta é tão fundamental quanto aquilo que você tá contando.

Como você definiria esse estilo, essa preocupação estética com o texto?

Eu acho que não tem uma receita daí. A piauí aposta numa coisa autoral. Sendo que cada repórter tem as suas idiossincrasias, a revista tem as suas idiossincrasias, e o editor tem as suas idiossincrasias.

Tem uma questão muito controversa – e que eu aprendi na Folha a evitar – que é o uso da primeira pessoa. Na piauí é muito frequente. E a gente discutia em que caso isso era aceitável, em que caso isso estava exagerado. Não tem uma receita, uma dose certa. Mas você vai discutindo caso a caso. Mas o trabalho de quem escreve e de quem edita é intenso, é grande.

Me conta um pouco da relação entre o site e a revista.

Quando eu cheguei, embora a gente já reconhecesse que o jornalismo estava caminhando para esse lado do on-line, a revista ainda era muito só a revista física. Ela era, enfim, a dona do pedaço mesmo.

E não se olhava muito pro site. Durante alguns anos, foi assim. Mas, enfim, a gente foi vendo a necessidade de profissionalizar o site, começar a ter uma produção independente da revista, mas que preservasse um pouco o DNA da piauí no site.

A gente fez uma reforma gráfica na casa do site. Se estabeleceu uma equipe autônoma. A gente tentou também fazer com que as pessoas enxergassem o site como mais um produto da marca piauí. O site se desenvolveu bastante.

O espaço da revista física vai diminuir e o espaço do site vai aumentar. Eu acho que é uma fatalidade dos tempos. E o desafio da revista é justamente como é que você vai cobrir? Em um episódio de *hard news*, você tem que inventar uma maneira diferente de conta. Você tem que ser criativo.

E lá na frente, você pode fazer a reportagem de reconstituições no impresso. A gente pode mandar, daqui a três ou quatro meses, um repórter para ficar um mês na região para contar tudo muito detalhadamente, descobrindo coisas novas e, principalmente, criando uma narrativa com começo, meio e fim. Porque nos casos em que a coisa muda todo dia, a revista física não tem o que fazer. É o tipo de caso que você tem que esperar ele acabar ou esperar passar o momento.

Isso é antigo. Isso, de certa forma, todo mundo faz. As efemérides, por exemplo. Mas é diferente. Na revista, o tempo que você dedica é maior. você vai para um lugar e fica 20 dias, depois você precisa ficar mais uma semana. Isso pouca gente faz.

A coisa da internet é uma coisa de informação ininterrupta, né? E criou essa coisa de que você tá sempre correndo atrás do prejuízo. Mas quando você olha pra trás, joga uma luz lá e fala, “vamos fazer com calma aqui. Isso já foi super falado, mas vamos apostar que tem muita coisa aqui pra ser contada e tal”. Isso funciona. Eu acho que é uma ideia simples, quase um lugar-comum. Mas se você executar bem, escolher bem o seu objeto, fica bom.