



## DA OPINIÃO AO FATO: A INVISIBILIDADE E A DISSOLUÇÃO DO EDITORIAL NA CATEGORIA INFORMATIVA

Nadini de Almeida Lopes <sup>1</sup>

**RESUMO:** Este artigo discute as categorias e gêneros jornalísticos e a possível diluição do jornalismo opinativo no informativo. Para compreender a sociedade atual foi possível utilizar a metáfora da liquidez que Bauman (2001) apresentou para explicar os processos da modernidade e da formação identitária. Ao mesmo tempo, foram levantados alguns autores que apresentaram acontecimentos em âmbito internacional e que – mais recentemente – debateram no plano teórico as conceituações e problemáticas envolvendo os editoriais e o jornalismo opinativo em seus países. Em seguida, discutiu-se a prática do jornalismo brasileiro e seus possíveis encaminhamentos por meio de conceituações de teóricos que debateram – ao longo dos anos – as compreensões sobre as categorias e gêneros no país.

**PALAVRAS-CHAVE:** *Editorial. Gêneros Informativo. Jornalismo.*

**ABSTRACT:** This article discusses the categories and genres of journalism and the possible dilution of opinionated journalism in the news. In order to understand the present society it was possible to use the liquidity metaphor that Bauman (2001) presented to explain the processes of modernity and identity formation. At the same time, some authors presented events in an international scope and - more recently - debated in the theoretical plane the conceptualizations and problematics involving the publishings and the opulent journalism in their countries. Following, was discussed the practice of Brazilian journalism and the possible referrals through the conceptualization of theorists who debated - over the years - the understandings about the categories and genres in the country.

**KEYWORDS:** *Editorial. Informative Genres. Journalism.*

---

<sup>1</sup> Professora nas Faculdades Integradas Alcântara Machado e Doutoranda pelo Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. E-mail: nadini.lobes@usp.br

## **Introdução**

Em julho de 2011, a Noruega vivenciou uma explosão na zona de edifícios governamentais de Oslo e, um tiroteio – poucas horas depois – na Ilha de Utøya. O atentado, praticado por um ativista de extrema direita resultou em pelo menos 76 jovens do partido trabalhista mortos em ambas as cidades norueguesas. Em março de 2017, os pesquisadores Karoline Andrea Ihlebaek e Anders Olof Larsson, da Universidade de Oslo (NOR), investigaram as experiências dos usuários com o controle editorial nos campos de comentários online de um jornal após a reação pública contra comentários após os ataques terroristas de 2011, na Noruega (IHLEBAEK e LARSSON, 2017).

Ao se concentrarem nas experiências e atitudes em relação ao controle editorial, os pesquisadores verificaram o processo binomial entre o que eles chamaram de “intervencionistas” e “não intervencionistas” (IHLEBAEK e LARSSON, 2017). Por meio de entrevistas, eles concluíram que os intervencionistas viram o controle editorial como raso. Já os “não intervencionistas” observaram com mais frequência o alvo de medidas de controle editorial e afirmaram que este controle se intensificou após os ataques terroristas.

A conclusão dos pesquisadores foi a de que os jornais deveriam se ater às diferentes necessidades dos participantes ao elaborar estratégias de controle editorial. De uma forma mais plural, os profissionais de mídia também deveriam considerar mudanças para aumentar a transparência das práticas de moderação. E, além disso, as discussões sobre as diferentes ambiências em que o jornalismo editorial são praticados podem diferenciar a interação com seus interlocutores. Para os pesquisadores é importante que os campos de comentários nas plataformas online conectem-se aos propósitos da democracia e que o “controle editorial seja exercido de uma maneira que seja percebida como justa e equilibrada pelos usuários”. (IHLEBAEK e LARSSON, 2017).

Karsten Pedersen, pesquisadora da Universidade da Dinamarca, publicou sua pesquisa sobre o tabloide dinamarquês, intitulado BT, sobre o possível conhecimento de Bjarne Riis – do time de ciclismo do país – sobre o uso de doping em suas equipes. Para

o pesquisador o tabloide estruturou suas ações para sublinhar a seriedade com que se trata o jornalismo esportivo utilizando as teorias do enquadramento e da polifonia. (PEDERSON, 2015).

A teoria do enquadramento noticioso (*framing*), formulada por Gregroy Bateson (em 1954) e depois por Erving Goffman (1974), revela que a mídia se utiliza de determinadas palavras, expressões, ideias e adjetivos para moldar o acontecimento, destacando, assim, alguns aspectos em detrimento de outros que são ocultados. Quanto à forma em que o enquadramento é apresentado, pode-se verificar sua linha editorial e interesses defendidos pelo veículo.

Ao mesmo tempo a teoria da polifonia compreende as potencialidades heurísticas do jornalismo, em que os processos cognitivos empregados em decisões não racionais, podem se definir como sendo tipos de estratégias que ignoram parte da informação com o objetivo de tornar a escolha do receptor mais simples e rápida. (PEDERSON, 2015).

Para Pederson (2015) essas potencialidades do conceito de polifonia tem sido enfraquecidas pela “pressuposição de que uma notícia seria polifônica por definição” somente por lidarem com “interconexões entre jornalismo e polifonia”. Este “concerto de vozes sociais imiscíveis” pode indicar potencialidades heurísticas do conceito quando aproximado do jornalismo na compreensão do papel da textualidade informativa, das personagens e das mídias noticiosas.

As práticas do jornalismo foram analisadas, pela pesquisadora, para a verificação da idoneidade do veículo em questão frente à crise enfrentada pela possibilidade do conhecimento do uso do doping pela equipe de ciclismo. O interesse pelo tema e pela apresentação dos valores aos quais o tabloide está conectado perpassa por suas práticas na categoria informativa mas, também, na opinativa.

No continente africano, também em 2007, três pesquisadores nigerianos, concluíram que as políticas editoriais do país não conversam com a prática ideal do editorialismo que deveria ser a base para que os profissionais deixem claros os seus deveres. Essa ausência de políticas editoriais é uma das razões, encontradas pelos

pesquisadores para justificar o fato de o ofício ainda não ser visto como uma profissão. (TALABI, OGUNDEJI e LAMIDI, 2007: 447).

O artigo, elaborado em 2012, visava compreender os efeitos do não profissionalismo no jornalismo nigeriano em que o analfabetismo e a falta de investimento para universidades foram citados como tendo contribuído para o baixo grau de treinamento em jornalismo e também para um baixo padrão de desempenho jornalístico. “A profissão de jornalismo sofreu sérios constrangimentos em seus processos de desenvolvimento na Nigéria porque a nação nigeriana não deu prioridade aos programas de graduação em jornalismo” (TALABI, OGUNDEJI e LAMIDI, 2007: 447).

A ausência de políticas e direcionamentos para a profissão fez com que alguns profissionais se reunissem e elaborassem uma organização não governamental, não partidária e sem fins lucrativos para os “mais altos estratos de jornalistas trabalhistas que alcançaram a posição exaltada de editores na profissão de jornalismo”, explicam os autores (TALABI, OGUNDEJI e LAMIDI, 2007: 447).

O código de ética que rege o jornalismo na Nigéria afirma, em seu artigo primeiro sobre independência editorial, que as decisões sobre o conteúdo das notícias devem ser de responsabilidade de um jornalista profissional. Já no item “precisão e equidade” na segunda provisão, há a afirmação de que um dos deveres do jornalista é se esforçar para separar “fatos de conjecturas e comentários” (TALABI, OGUNDEJI e LAMIDI, 2007: 447).

Stephen Cushion, *Diretor da Postgraduate Research Studies na Cardiff University School of Journalism*, e Justin Lewis, professor da mesma universidade, publicaram, em maio de 2017, um artigo intitulado “*Impartiality, statistical tit-for-tats and the construction of balance: UK television News reporting of the 2016 EU referendum campaign*” debatendo a imparcialidade na construção do equilíbrio nos jornais televisivos do Reino Unido sobre a campanha de referendo da União Europeia. Já no resumo os autores debatem os posicionamentos editoriais dos veículos televisivos defendendo “uma abordagem mais orientada para a imparcialidade, onde os jornalistas

exploram de forma independente a veracidade das reivindicações da campanha e têm a liberdade editorial para desafiá-las” (CUSHION e LEWIS, 2017).

Os autores revisitaram as diretrizes editoriais da BBC e acreditam que a “imparcialidade devida é, muitas vezes, mais do que uma simples questão de ‘equilíbrio’ entre pontos de vista opostos”. Além disso, eles completam explicando que da mesma forma, “não exige uma neutralidade absoluta em todas as questões ou desapego dos princípios democráticos fundamentais”. (CUSHION e LEWIS, 2017).

O guia editorial da BBC, disponível no site da emissora, diz que algumas considerações especiais se aplicam aos períodos de campanhas de eleições e referendos e que existe a necessidade do envolvimento de mais sensibilidade em relação à imparcialidade em todos os gêneros de produção.

É interessante observar que o guia da emissora se preocupa com a busca pela imparcialidade em todos os gêneros o que – certamente – retira o teor inflamado de transmissões acalouradas inclusive da categoria opinativa. Além disso, eles possuem uma espécie de conselheiro chefe (Chief Adviser Politics) no âmbito político que publica diretrizes específicas para cada período de campanha ou referendos.

O Reino Unido possui um órgão regulamentador intitulado Ofcom (The Office Communications) que possui, em sua página, o slogan “fazendo as comunicações funcionarem para todos”. O caráter da busca pela heterogeneidade esta presente nessa sentença mas, Cushion e Lewis afirmam em seu artigo que o código do órgão afirma que “a imparcialidade devida não significa que uma divisão igual de tempo deve ser dada para cada visão, ou que cada argumento e cada faceta de cada argumento deve ser representado”. (CUSHION e LEWIS, 2017).

Para os autores, as diretrizes de imparcialidade incentivam os julgamentos editoriais a permitirem que os jornalistas avaliam com rigor as reivindicações de cada grupo de campanha. Além disso, eles acreditam que o “julgamento editorial” foi utilizado – pelos jornalistas – como uma arma de verificação dos argumentos apresentados.

O julgamento editorial permite que os jornalistas traçam seus caminhos através desse enigma filosófico, buscando a versão mais verdadeira de uma história em um pano de fundo de reivindicações concorrentes. (CUSHION e LEWIS, 2017. Tradução minha).

### **A liquidez do jornalismo brasileiro**

O jornalismo brasileiro vive um processo de transformação. De modo geral essa não é somente uma característica nacional e em todo o mundo os avanços tecnológicos e as construções sociais têm alterado a forma com que os elementos que compõem o fazer da profissão, seus objetivos e resultados não sejam iguais aos que a constituíram.

No campo social pode-se perceber que as alterações identitárias, os processos políticos e principalmente culturais, que formam a sociedade, são moldáveis e não se aplicam como estruturas rígidas. Ao longo dos anos as diferentes formas de arranjos sociais se transformaram e coordenaram os processos e os conduziram às suas apresentações atuais.

A sociedade se expressa de maneira líquida diante destas formatações e a forma que a contorna e retém é definidora da cultura, práticas e trocas que acontecerão. É possível considerar o livro do sociólogo Zygmunt Bauman e suas compreensões sobre a “Modernidade Líquida” para compreender os processos de transformação sociais em um período em que este constructo não é sólido. Para Bauman (2001) a concepção de liquidez é a representação daquilo que é frágil. O que é líquido, não concreto e fluido, não se firma, se espalha e escorre sem configurar relações.

Na concepção do sociólogo, a sociedade de produtores foi substituída pela sociedade de consumidores fazendo com que os processos de hierarquização, de formação cultural e de reconhecimento aconteçam a partir da lógica do consumo e não mais pela via produtiva. O autor denomina este período como sendo parte do capitalismo leve ou flexível e não da concretude da modernidade sólida de outra fase histórica.

E é a partir dessa compreensão da sociedade consumidora que compreende todas as coisas como sendo descartáveis – desde um aparato tecnológico à uma relação afetiva – que percebe-se que as pessoas se conectam mas não se relacionam. Deste modo pode-

se compreender a formação das relações atuais, embebidas pelas facilidades tecnológicas, e suas conexões, como sendo diferentes de processos de vinculação.

A sociedade age como sendo consumidora e todas as coisas são descartáveis. A obsolescência programada pelas empresas de tecnologia – que definem a curta vida útil de um produto para que as pessoas criem a necessidade de adquirirem outro – cede lugar à redução da vida útil pelas funcionalidades que não podem se renovar ou atualizar.

A formação dessa sociedade baseada em consumo, refém cega do limite de vida dos aparatos tecnológicos, estimulada a desejar itens, produtos e vidas vendidas pela espetacularização das imagens contribuem para um processo de individualização. Tudo se torna efêmero, ídolos, ícones, artistas, professores, padres são facilmente abandonados, esquecidos e substituídos por outros que podem trazer a audiência e o lucro desejado.

A constituição da identidade se mercantiliza. Os valores, tradições e desejos são procurados desenfreadamente e não mais herdados fazendo com que a força motriz que move e mede o consumo seja o desejo. O sentimento de pertencimento é gerado a partir do suprimento deste desejo que – em pouco tempo – se substituirá por outro e assim sucessivamente o próprio processo de formação identitária será o produto buscado que nunca se saciará.

E este processo gera a construção de períodos de instabilidade e de incertezas. Ainda para o autor é através da incerteza que os que estão no topo da cadeia hierárquica da sociedade podem domina-la e controla-la. A constante oferta por produtos, sejam objetivos ou subjetivos, se apresenta como resposta às incertezas e mobiliza a sociedade a uma busca incessante.

O papel da mídia neste processo é fundamental. Essas formatações são referenciadas e ganham credibilidade a partir do momento em que a sociedade enxerga a sua representatividade. A construção da individualidade acontece em grupo, os valores pessoais, tradicionais e familiares são importantes mas – ao mesmo tempo – é através desta referência e espelhamento midiáticos que se formalizam os sentimentos de pertencimento.

E é em meio a este cenário que o jornalismo busca se firmar. De um lado uma sociedade líquida, refém da lógica do consumo, que se conecta, não se vincula e nem se relaciona, imersa em incertezas nos diversos campos e que deve ter como prioridade a busca pela verdade, pelos fatos e pela credibilidade construindo pontes que vão de encontro com seus interesses.

Do outro lado as grandes corporações midiáticas conectadas à processos políticos, com amarras comerciais e publicitárias, desconectada dos valores ideológicos da gênese do jornalismo e que é a detentora do poder da fala, da emissão, da construção da mensagem que será emitida e – principalmente – do sentido.

### **Gêneros e Categorias**

Uma das formas de compreender o jornalismo, e o funcionamento da produção de notícias, é através da compreensão das categorias e gêneros. A ideia não é redefinir, conceituar ou contrapor escolas e suas visões sobre o assunto, mas sim, trazer alguns exemplos que permitirão a verificação de suas presenças no ambiente jornalístico.

186

O professor e pesquisador José Marques de Melo (1985: 32) afirma que desde o início das atividades jornalísticas foi possível observar o esforço em definir os gêneros a partir da necessidade de se compreender a distinção entre as modalidades de relato dos acontecimentos os jornalistas estabeleceram padrões para discernir a natureza de suas práticas profissionais.

Antes de falar sobre os gêneros o autor contextualiza as duas categorias existentes no jornalismo: jornalismo informativo e jornalismo opinativo que, para ele, distingue os fatos das suas versões e se esforçam para delimitar “os textos que continham opiniões explícitas”. (1985: 32).

Este trecho deixa claro que há a necessidade de diferenciar, para o leitor, onde se encontra a contagem do fato puramente e, por outro lado, onde ele pode visualizar uma reflexão do veículo sobre este fato. É interessante observar que existe o esforço para que o leitor possa diferenciar os textos opinativos dos informativos para que ele não seja levado a tomar uma opinião como sendo o fato em si.

Para Melo, é possível compreender que na formação histórica da profissão essas categorias podiam se misturar por conta da atividade social que nascia, se fortalecia e – ao mesmo tempo – deveria se transformar. O que não deve se manter no cenário atual: “Contemporaneamente essa superposição não pode ser aceita. O que existe, isso sim, é uma correspondência entre categorias e gêneros”. (MELO, 1985: 32).

Entre os autores escolhidos por José Marques de Melo para trabalhar as definições de gêneros é possível observar que muitos se prendem à intenção do jornalista ao narrar um fato. Sejam os estilos, as formas de expressão, a leitura motivadora, a linguagem ou o utilitarismo, o foco do profissional está sempre conectado ao receptor da notícia.

Melo cita Folliet (1985: 33) que explica que a “as diferenças entre os gêneros surgem da correspondência dos textos que os jornalistas escrevem em relação às inclinações e aos gostos do público”. Sendo assim, se o jornalismo deve se conectar aos interesses daquele que o consumirá é importante que as categorias estejam claras e os posicionamentos do veículo também. Isso para que ele se defronte com fatos no setor destinado à informação e opiniões no seu devido espaço.

Na prática, a grande divisão é que separa as *stories* dos *comments*, continuando a velha tradição britânica de distinguir entre o que é intencionalmente informativo e o que é explicitamente opinativo. É essa, grosso modo, a orientação que adota o clássico manual de Fraser Bond: de um lado, estão as matérias que encerram tratamento noticioso, de outro as que estão segregadas na ‘*editorial page*’. (MELO, 1985: 35).

Marques de Melo mostra que há uma conceituação categórica, utilizada por Fraser Bond, que – em linhas gerais - coloca a parte informativa (Noticiário: notícia, reportagem, entrevista, história de interesse humano) e a opinativa do veículo (Página Editorial: editorial, caricatura, coluna, crítica).

O autor passa por classificações europeias, norte-americanas, hispano-americanas. Na classificação brasileira Marques de Melo cita o pesquisador Luiz Beltrão que, segundo ele, sugere uma separação funcional dos gêneros de acordo com seus desempenhos junto ao leitor seja informar, explicar ou orientar. No jornalismo

opinativo ficam os gêneros: editorial, artigo, crônica, opinião ilustrada e opinião do leitor (MELO, 1985: 45).

O pesquisador cria a classificação brasileira em que o Jornalismo Informativo é composto por: nota, notícia, reportagem e entrevista. Já o opinativo é composto por: editorial, comentário, artigo, resenha, coluna, crônica, caricatura e carta. E complementa que “o comentário e o editorial estruturam-se segundo uma angulação temporal que exige continuidade e imediatismo” (MELO, 1985: 48-49).

Nesse sentido, quando Nelson Traquina discute o jornalismo informativo, ele traz os critérios que levam o jornalista à transformação de um fato em notícia e – ao mesmo tempo – quais são estes valores que conduzem e determinam o que deve ser abordado em um veículo jornalístico.

Não é o objetivo deste artigo discutir as definições categóricas do autor, mas um ponto é crucial para a compreensão da construção editorial de um veículo. O autor explica que os valores-notícia fazem parte da cultura jornalística mas que “a política editorial da empresa jornalística pode influenciar diretamente o processo de seleção dos acontecimentos por diversas formas” (TRAQUINA, 2005: 93).

A política editorial influencia a disposição dos recursos da organização e a própria existência dos espaços específicos dentro do produto jornalístico através da sua política de suplementos e sobretudo de rubricas. (TRAQUINA, 2005: 93).

Retomando o “utilitarismo” citado pelo professor Marques de Melo (1985: 94) como uma das questões para a divisão categórica dos gêneros e que deixa clara a intenção relacionada aos gostos do público - a afirmação do pesquisador Nelson Traquina faz com que surja a dúvida sobre a quem servem os valores-notícia. Caso estejam defronte ao público - que consome a notícia - o interesse público é o principal norteador deste processo, porém, se estiver de face às entonações mercadológicas e comerciais o caminho será outro.

O autor completa afirmando que a direção da organização jornalística, ou seus donos, podem influenciar “o peso dos valores-notícia com a sua política editorial, às vezes por razões pessoais, dando prioridade a certo assunto ou tema”.

No livro *Pragmática do Jornalismo*, o professor Manuel Carlos Chaparro, atribui à intenção o “valor de atributo de equilíbrio e unidade do bom texto jornalístico”. (1994: 21). Para ele a tríade: ética, técnica e estética caminham juntas para chegarem ao relato verdadeiro e compreensível da atualidade.

Vladimir Hudec em seu livro intitulado “O que é jornalismo?” discute as raízes da profissão sob a perspectiva histórica e debate alguns aspectos que a caracterizam. Entre as definições citadas pelo autor encontra-se a “fidelidade aos fatos” descrita como sendo a exigência para que os problemas atuais sejam apresentados de um modo preciso e concreto “mas com a ardente evidência dos próprios fatos e não com um despreendimento objetivista”. (HUDEC, 1980: 39).

A palavra “objetivista” pode passar despercebida em meio ao texto do autor, porém, não simboliza somente a busca pela objetividade jornalística. É possível considerar o significado da palavra que se define pela crença de que a realidade existe independentemente da consciência.

Ou seja, ao debater a fidelidade aos fatos narrados ele reforça que não exista um despreendimento da realidade, ou da verdade, mesmo que outros sentidos da consciência (mercadológica, comercial, publicitária, política) possam tentar direcionar o caminho do texto jornalístico.

### **Os editoriais e a diluição dos gêneros jornalísticos**

Os processos políticos desvelados nos últimos anos no Brasil impactam diretamente a relação entre os fatos narrados pelos jornais impressos, a mídia audiovisual (que se reforça pelas ações nas redes sociais) e a sociedade. O bombardeio de informações em todos os veículos somado à dicotomia que dividiu os brasileiros em grupos rivais os conduziu a um cenário de incompreensão do que – realmente – estaria acontecendo.

Enquanto isso, os veículos de comunicação assumiram posturas, lados, tomaram partido e decidiram batalhar pela construção do pensamento crítico da sociedade. Perdeu-se a conexão com o interesse público, os valores-notícia e as ideias presentes na

gênese da profissão para a disputa de formações de opiniões. O receptor da notícia continua sendo o alvo, mas pode-se observar a liquidez que transformou a sociedade em uma série de indivíduos soltos, desvinculados mesmo que pareçam conectados.

Do senso comum ao discurso auto-referencial da imprensa e passando pelos estudos acadêmicos, essa relação impacta as perspectivas analíticas e práticas das possibilidades e obstáculos da democracia moderna e contemporânea. A noção-chave dessa relação é delineada pelo conceito de “opinião pública” e seus consequentes desdobramentos e complexificações (FREITAS e PIRES, 2009: 129).

Freitas e Pires, defendem que a opinião pública se torna um posicionamento político e não mais análises de opinião e interpretação fazendo com que se perca o que eles chamam de “aura mediadora” (2009: 129). A análise presente no artigo debate a opinião jornalística do ano de 2009 sobre o episódio dos boxeadores cubanos e como a produção da opinião política foi construída pelos veículos A Folha de S. Paulo, O Estado de S. Paulo e O Globo.

Em suas considerações finais os autores perceberam a presença da emissão de opinião que se contrapunha aos fatos noticiados no jornal. Também notaram a presença do jornalismo opinativo no espaço noticioso designado à categoria informativa, a formulação de opiniões com base em hipóteses e um ponto fundamental: a busca de “fontes” que respaldassem e reforçassem os posicionamentos dos veículos.

O pesquisador argentino Rodolfo Gómez, ao analisar o jornalismo cultural e as novas políticas editoriais (a partir do surgimento do audiovisual e eletrônico), considera como característica particular da América Latina a presença e a problemática estatal como sendo pontos centrais nesse debate (2016: 53).

O autor afirma que é possível perceber que o processo de refeudalização da esfera pública, aplicada por Habermas nos estudos da sociedade europeia na década de sessenta, continua presente nas sociedades latino-americanas. Para ele, este processo se desenvolve a partir da interrelação das esferas públicas e privadas e da incorporação dos meios eletrônicos na mediação da informação.

A presença dos processos políticos praticados na América Latina traz uma característica peculiar à formação e atuação da mídia nessa parte do continente. No

Brasil, alguns dos concessionários de emissoras televisivas e jornais possuem suas atividades atreladas ao universo político o que pode suscitar a discussão sobre a prática exercida por esses veículos.

Estes fatores podem impulsionar um processo de diluição dos gêneros jornalísticos em que as intenções dos detentores do veículo aliadas às motivações comerciais colocam a opinião distribuída nos demais gêneros da categoria informativa.

Com as novas mídias, surgem novos formatos, se hibridizam, se embaralham os gêneros. A noção de gênero entra, mais uma vez, em cheque. Por isso mesmo passa a ser vista com mais atenção. Alguns gêneros podem acabar, outros podem aparecer. Alguns se transformam, outros se mantêm. Com as novas mídias, as práticas discursivas passam a experimentar e produzir novos formatos, que podem se instituir ou não em novos gêneros. Mas será que isso já ocorre para produtos da prática jornalística? (SEIXAS, 2009: 2)

Em entrevista concedida pelo professor José Marques de Melo à pesquisadora Lia Seixas, da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia, ele defende que há uma diferença marcante entre opinião e ideologia e o segundo conceito perpassa tudo. Para ele, não existe jornalismo neutro ou imparcial tendo em vista que toda ação comunicativa “esta empenhada de um ponto de vista, de uma opinião com ideologia (...). Todas as notícias são editorializadas.” (2009: 92).

### **Considerações Finais**

Se todas as notícias são editorializadas há a presença da ideologia, não necessariamente da opinião, nos processos de construção. Independentemente das diferenças etimológicas entre as duas palavras ambas podem distanciar o leitor do fato se estiverem presentes no jornalismo informativo.

Embora possa-se discutir o desconhecimento da maior parte dos leitores sobre as divisões das duas categorias e seus respectivos gêneros é possível observar que são elementos que norteiam o trabalho do jornalista e que - instintivamente – o leitor poderá perceber os diferentes tons presentes nas duas categorias.

O editorial, no jornalismo impresso, antecede as demais informações. É possível questionar se o posicionamento gráfico deste gênero pode direcionar o leitor à partir da ótica do veículo.

O jornalismo opinativo encontra-se, muitas vezes, diluído nos gêneros da categoria informativa. Este processo pode simbolizar a polarização política a que a sociedade brasileira esta submetida. Os veículos noticiosos não se preocupam em afrouxar as rédeas e fechar os olhos para acontecimentos que não reforçam seus posicionamentos ideológicos, ao mesmo tempo, a entonação, a fala, o discurso e a intenção se transformam.

No campo teórico pode-se observar que a presença do cenário político que se mistura às questões midiáticas e jornalísticas pode ser uma característica da América Latina em que os donos dos veículos são, muitas vezes, políticos em suas Cidades e Estados.

A questão do gênero torna-se importante de ser debatida haja vista que sua função é nortear a atividade jornalística mais do que categorizá-las para o leitor. O interesse público e os valores-notícia são deixados de lado ao passo que os interesses de apoio, ou financeiros, tomam grandes proporções.

### **Referências Bibliográficas**

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade Líquida**. (Brasil: Zahar, 2001, 260 páginas).

Disponível em:

<https://amodernidadeliquida.wordpress.com/2014/12/06/livro-modernidade-liquida-em-pdf/>. Acesso em: 26 de julho de 2017.

CHAPARRO, Manuel Carlos. **Jornalismo: fazeres intencionais** IN Pragmática do jornalismo: buscas práticas para uma teoria da ação jornalística. São Paulo: Summus, 1994, pp.21-38.

FREITAS, Ananias José de. PIRES, Terezinha Maria de C. Cruz. **Produção da Opinião Jornalística na berlinda**. Líbero – São Paulo – v. 12, n. 23, p. 129-141, jun. de 2009. Disponível em:

<http://seer.casperlibero.edu.br/index.php/libero/article/view/538/512>. Acesso em: 01 de agosto de 2017.

GOMEZ, Rodolfo. **Esfera pública audiovisual y periodismo cultural. Nuevas políticas culturales (editoriales) a partir de la irrupción de lo audiovisual y electrónico** (Argentina, 2017). Disponível em:

<http://p3.usal.edu.ar/index.php/anuarioinvestigacion/article/view/3844>. Acesso em: 01 de agosto de 2017.

HUDEC, Vladimir. **O que é jornalismo?** Lisboa: Editorial Caminho, 1980, pp. 15-40.

LEAL, Bruno Souza e CARVALHO, Carlos Alberto de. **Jornalismo e Polifonia: problematizações contextuais e metodológicas.** (Congresso Alaic, Peru: 2014). Disponível em: <http://congreso.pucp.edu.pe/alaic2014/wp-content/uploads/2013/10/vGT16-Bruno-Souza-Leal-y-Carlos-Alberto-de-Carvalho.pdf>. Acesso em: 05 de novembro de 2017.

MELO, José Marques de. **Classificação dos gêneros jornalísticos.** IN A opinião no jornalismo brasileiro. Petrópolis: Vozes, 1985, pp. 31-56.

IHLEBAEK, Karoline Andrea e LARSSON, Anders Olof. **User experiences with editorial control in online newspaper comment fields** (Dinamarca, 2017). Disponível em: <http://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/17512786.2017.1293490>. Acesso em: 05 de novembro de 2017.

TRAQUINA, Nelson. Ser ou não ser notícia? IN **Teorias do jornalismo.** A tribo jornalística - uma comunidade interpretativa transnacional. Volume II. Florianópolis: Insular, 2005, pp. 61-101.

TALABI, Felix Olajide; OGUNDEJI, Benjamin Kayode e LAMIDI, Ishola Kamorudeen. **Effects of Non-Professionalism in Nigeria Journalism.** Global Journal of Human-Social Science Research, [S.l.], v. 12, n. 7, apr. 2012. ISSN 2249-460X. Disponível em: <https://socialscienceresearch.org/index.php/GJHSS/article/view/335>. Acesso em: 05 de novembro de 2017.

SEIXAS, Lia. **Redefinindo os gêneros jornalísticos: proposta de novos critérios de classificação.** (Brasil: LabCom, 2009, 463 páginas). Disponível em: [http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/20110818-seixas\\_classificacao\\_2009.pdf](http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/20110818-seixas_classificacao_2009.pdf). Acesso em: 01 de agosto de 2017.

Udoakah, N., and Nnadi, A. F. (2007) “**Editorial Policies and Journalism Practice in Nigeria**”. International Journalism of Communication. UNN. Disponível em: <https://socialscienceresearch.org/index.php/GJHSS/article/view/335>. Acesso em: 05 de novembro de 2017.

## Sites

**Nigéria Editors.** Disponível em: <http://ngeditors.org.ng/>. Acesso em 05/11/17.

**Press Council.** Disponível em: [http://www.presscouncil.gov.ng/?page\\_id=281](http://www.presscouncil.gov.ng/?page_id=281). Acesso em 05/11/17.

**NCBI.** Disponível em: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC5482388/>. Acesso em 16/11/17.

**BBC.** Disponível em: <http://www.bbc.co.uk/editorialguidelines/guidelines/impartiality>. Acesso em 16/11/17.