



Opinião nos Jornais: Uma Discussão Sobre o Jornalismo Opinativo Atual Como Construção Histórica¹

José Renan VALLIM²
Rafael SCHOENHERR³

Universidade Estadual de Ponta Grossa, Ponta Grossa, PR

RESUMO

Predominante no início do Jornalismo, a opinião nas páginas dos jornais ocupa atualmente uma posição diferenciada, com um espaço delimitado e sinalizado como de opinião. Esse paradigma foi construído através de anos de desenvolvimento do Jornalismo e, além disso, por conta de mudanças a que a área é extremamente sensível: política, economia e sociedade. Este trabalho tem por objetivo traçar justamente estas mudanças e como o Jornalismo Opinativo foi influenciado pelas mesmas.

PALAVRAS-CHAVE: jornalismo, opinativo, opinião.

Introdução

A gênese do Jornalismo Opinativo se confunde com a do próprio Jornalismo, tendo em vista que, quando este surge, era eminentemente de opinião. Atualmente, o Jornalismo Opinativo ainda pode ser encontrado nos jornais impressos, mas não como antes. Após séculos de desenvolvimento, os artigos, editoriais, crônicas e demais componentes desse tipo de Jornalismo ocupam um espaço delimitado no jornal, geralmente em página própria, e não mais preenchem todo o conteúdo jornalístico como outrora.

O alvo deste artigo é justamente o Jornalismo Opinativo e as transformações que este ocorreu ao longo do tempo, por conta das mais diversas causas. O presente trabalho, que se propõe a ser parte da fundamentação teórica de um Trabalho de

¹ Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul e realizado de 26 a 28 de maio de 2011.

² Estudante de Graduação, 4º. ano do Curso de Comunicação Social - Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG), email: jr_vallim@hotmail.com

³ Orientador do trabalho, jornalista formado pela Universidade Estadual de Ponta Grossa, mestre em Ciências da Comunicação pela Unisinos, professor do curso de Comunicação Social – Jornalismo da UEPG, e-mail: rafaelschoenherr@hotmail.com



Conclusão de Curso sobre a opinião dentro do jornal impresso, tem como objetivo fornecer um modo de compreensão do Jornalismo Opinativo contemporâneo, além de propor um estudo sobre o tema em questão. O resgate histórico e o grande número de visitas teóricas se fazem necessários para entender porque a opinião no Jornalismo impresso se apresenta da maneira como se vê hoje. Pretende-se, assim, articular as diversas visões acerca da opinião no Jornalismo e fornecer subsídios teóricos para traçar como o Jornalismo Opinativo chegou ao patamar que se encontra atualmente.

A Dicotomia Objetividade-Subjetividade

Luiz Beltrão (1980) define o Jornalismo Opinativo como o esforço de interpretar o que acontece e tirar conclusões e emitir juízos com o objetivo de provocar a ação dos leitores. Divide-se em: opinião do editor (editorial), opinião do jornalista (artigo, crônica, charge...), e opinião do leitor (entrevistas, depoimentos, enquetes...). Anos depois, Marques de Melo (1985) retoma esse pensamento, reafirmando a divisão anglo-saxônica do Jornalismo (Opinativo e Informativo) e defendendo a ideia de que o Jornalismo se baseia em dois núcleos de interesse: a descrição (Informativo) e a versão dos fatos (Opinativo). A partir dessas premissas, Marques de Melo lista nota, notícia, reportagem e entrevista como gêneros do Jornalismo Informativo, enquanto que editorial, comentário, artigo, resenha, coluna, crônica, caricatura e cartas do leitor compõem os gêneros do Jornalismo Opinativo.

Juarez Bahia (1990, p. 107) divide o espaço opinativo dos jornais em duas partes: a página editorial e a página opinativa. A primeira traz o editorial, definido por Amaral (1987) como o local onde o jornal expressa a sua opinião. A extensão da página editorial, segundo Bahia, é a página de opinião. Dentro desta são publicadas as opiniões dos diversos colaboradores do jornal, através de crônicas, artigos, cartas etc. Para Juarez Bahia, a divisão do jornal entre páginas opinativas e páginas informativas demonstra uma crença na utilidade da opinião (1990, p. 107). Partindo dessa premissa, pode-se afirmar que a divisão não apenas beneficia a informação, mas coloca a opinião em um lugar privilegiado no jornal.

Esta ruptura acima demonstrada e encontrada facilmente nos jornais impressos (páginas opinativas e páginas informativas) é fruto de um processo ocorrido ao longo de séculos de mudanças no Jornalismo. Porém, Chaparro (1998) refuta essa dicotomia



“Opinião-Informação”. Para o autor, esta dualidade é um paradigma que foi dogmatizado, tanto dentro das redações quanto nos meios acadêmicos. Tal dogma chegou até o leitor na forma da paginação diferenciada para artigos com conteúdo opinativo e levando-o a acreditar que as informações fora da página de opinião eram puras, livres de julgamentos, escolhas, opções ou opiniões. Nas palavras do autor:

A apuração e a depuração, indispensáveis ao bom relato, são intervenções valorativas, intencionadas por pressupostos, juízos, interesses e pontos de vista estabelecidos. Como noticiar ou deixar de noticiar algum fato sem o componente opinativo? Por outro lado, o comentário - explicativo ou crítico - será ineficaz se não partir de fatos e dados confiáveis, rigorosamente apurados (CHAPARRO, 1998, p. II).

Ou seja, o Jornalismo, seja ele Opinativo ou Informativo, é permeado tanto por critérios objetivos quanto subjetivos, desde a construção da pauta até a publicação, passando invariavelmente pela construção do texto. Sendo assim, é inútil forçar uma separação entre ambos.

Através dos graus de interpretação, Vargas (1999, p. 34) faz essa mesma aproximação entre Informativo e Opinativo, fugindo da dicotomia “objetividade-subjetividade” para explicar os gêneros jornalísticos. Se tomarmos como premissa a tradicional divisão anglo-saxônica entre fatos e comentários, é possível afirmar que a interpretação dos fatos é uma “interpretação implícita”, pois está nas escolhas dos jornalistas, como por exemplo a ordem das notícias, a seleção entre os vários fatos ocorridos etc. Já a interpretação de segundo grau, dos comentários, é valorativa e avaliativa, ou seja, explícita, sendo possível observá-la no corpo do texto facilmente, pois os textos baseiam-se em tal (VARGAS, 1999, p. 35).

Outro aspecto é visualizar o jornal como um campo de avaliações ideológicas, ou de argumentação. Tanto a opinião - editorial ou firmada - quanto a interpretação - contida nos textos informativos ou factuais - buscam encontrar o significado de um fato, entendê-lo e expressá-lo. Mas, enquanto ambas remetem ao que já aconteceu, apenas a opinião, através da persuasão, previne, preconiza e aconselha sobre um futuro desejável (VARGAS, 1999, p. 35-36).

Essa premissa permite justificar, portanto, que tudo é interpretação, da notícia ao editorial. Porém, a interpretação ocorre por diferentes graus. Cada forma de interpretação tem seu estilo peculiar e sua função própria no conjunto do jornal (VARGAS, 1999, p. 36).



Sendo assim, é possível afirmar que a divisão entre Opinativo e Informativo, longe da separação objetividade-subjetividade, são apenas maneiras diferentes de relatar o real, estilos de escrita com a mesma finalidade: fazer com que o leitor compreenda melhor o mundo a sua volta.

Para que possamos entender melhor como o Jornalismo Opinativo chegou a esse patamar, é importante trazer à discussão as componentes históricas que, ao longo dos anos, moldaram o Jornalismo como o conhecemos hoje. O Jornalismo atual nada mais é do que o reflexo de mudanças políticas e econômicas, que modificaram o papel e o lugar social da imprensa ao decorrer dos anos, tencionando-o a se reestruturar a cada mudança significativa dos valores e instituições vigentes.

O Desenvolvimento Histórico da Opinião

De acordo com Josenildo Guerra (2003, p. 1), o jornalismo foi profundamente influenciado pelo Iluminismo em sua gênese e desenvolvimento. As características principais do Iluminismo (individualidade, razão e emancipação) estão na base de uma série de transformações sociais e culturais ocorridas na Europa ao longo dos séculos XVII e XVIII. Esse processo está na base da formação da atividade jornalística. A liberdade de expressão, por exemplo, torna-se na época um direito inalienável.

Conforme o autor, pode-se identificar quatro modelos de publicações regulares com caráter jornalístico na época. Dentre essas publicações, se destacam três “matrizes” de produtos jornalísticos que se desenvolveram até os nossos dias. O *avvisi* e a *gazetta* se destacavam pela matriz noticiosa. O *cannard* era identificado pelo *fait divers* (fatos inusitados, pitorescos. Em geral, remetem a temas considerados "leves", curiosos). E o *libelo* se destacava pela opinião (GUERRA, 2003. p. 2).

A matriz opinativa, surgida com os *libelos*, terá um desenvolvimento extraordinário na esfera política. Calúnias e difamações à parte, o chamado “jornalismo político” se constituiu num grande fórum de debates de idéias, e será um dos traços marcantes da definição de “esfera pública burguesa”, de Habermas (Cf.: Habermas, 1984 (GUERRA, 2003. p. 4).

Os fatos não são o ponto central desse tipo de discurso, mas a tese utilizada pelo autor para explicá-los. Esse tipo de jornalismo opinativo foi de central importância quando a Europa e os Estados Unidos experimentaram momentos de instabilidade



política e social, sendo decisivo no processo de convencimento dos indivíduos a abraçar causas liberais, sobretudo no século XVIII. (GUERRA, 2003. p. 4).

Guerra descreve a competência cognitiva da matriz opinativa da época como o “domínio dos princípios que orientavam os regimes políticos em disputa” (2003. p. 5). Quanto ao discurso, o autor afirma que eram basicamente textos polêmicos e argumentativos, cuja conduta era eminentemente de engajamento político, defendendo um projeto de sociedade (2003, p. 5).

Mesmo a matriz opinativa tendo sido de grande importância na história do jornalismo, ela vai perdendo força e espaço no desenvolvimento do jornalismo moderno. Ao longo do tempo, segundo Mouillaud (2002, p. 117), a relação entre a fala do jornal e as outras falas modificou-se com a mudança do lugar e da função social da imprensa. Até o final do século XIX, o jornal era uma tribuna, um porta-voz. Permitia aos políticos veicularem seus discursos para além das tribunas parlamentares. Mouillaud (2002) rotula esse tipo de imprensa como “jornal-órgão” (um tipo de jornal vinculado a um partido, uma ideologia, a um órgão político, que servia para defender os interesses e propagar os ideais do grupo vinculado) ou como “jornal-tribuna” (jornal que expressava apenas a opinião do dono sobre os mais diversos assuntos, geralmente com longos ensaios e editoriais e cujo teor era eminentemente polêmico), dependendo do seu uso e finalidade.

Os fatos vão adquirindo maior importância à medida que há a transição da atividade jornalística, de artesanal e político-partidária, para industrial e capitalista. Essa transição ocorreu no século XIX, principalmente nos EUA. É nesse período que há a ruptura entre fato e opinião. Ruptura essa que se torna um padrão de conduta da atividade jornalística desde então (MOUILLAUD, 2002, p. 117).

Desenvolveu-se no lugar do “jornal-órgão” a “imprensa-reflexo”, que narrava os acontecimentos sem tomar partido de maneira explícita. Também nesse período consolidou-se a “imprensa-eco” (de vozes que não a sua). “O equilíbrio entre a voz do jornal e as demais vozes que o compõem não é mais o mesmo” (MOUILLAUD, 2002, p. 117). A “imprensa-eco”, particularmente, se assemelha ao que pode ser encontrado nas páginas informativas dos jornais atuais de maneira frequente: o uso de falas para expressar opiniões e pontos de vista diversos.



Percebe-se então que a opinião dentro do jornal possui variações quanto o seu peso e a sua importância. Esta variação está relacionada à função do jornal e a sua posição na sociedade, que varia com o tempo, como também varia a própria sociedade. Ou seja, a posição e importância do jornalismo na sociedade estão intimamente ligadas ao tipo de sociedade em que este se insere, haja vista que a imprensa faz a mediação entre a esfera pública e as instituições de poder, como governos, esfera civil e outros. Logo, se tencionada por uma ou outra força, ela tende a se transformar e se moldar de acordo com a situação política, econômica e social vigente. Por consequência, a opinião, inserida no jornal, sofre da mesma influência.

A ruptura entre opinião e informação ocorre por conta do paradigma da objetividade, a separação entre fato e emoção. Tal separação foi se tornando uma competência essencial para o profissional do jornalismo. É importante salientar que o jornalismo não perdeu a função mediadora com tal divisão. Mesmo na matriz opinativa, a função era o real, a verdade e a realidade. Na matriz informativa, o discurso adotava o estilo narrativo-descritivo, o que acentuava o poder de convencimento dos próprios fatos. Ou seja, a matriz informativa era uma estratégia de consolidação e reconstrução do real adotada pelos jornalistas, que não difere da matriz opinativa quanto a objetivos, mas sim em suas naturezas cognitiva, discursiva e de conduta. (GUERRA, 2003. p. 6).

A ruptura tem três razões para ter acontecido. A primeira é de ordem econômica, pois os laços partidários que os jornais traçavam os prendiam a uma audiência restrita - apenas àqueles que compartilhavam da mesma visão política. Logo, a objetividade foi implantada para que os jornais ampliassem a audiência e, conseqüentemente, aumentassem a margem de lucro com o aumento das vendas de anúncios. A segunda razão é uma demanda do público por veículos voltados aos fatos, o que garantia um crescimento e fortalecimento desse negócio. E a terceira razão, apesar de pouco abordada, é de extrema importância. Trata-se da crescente influência do pensamento iluminista, que primava pela soberania do indivíduo e pela racionalidade, não mais delegando a outros a sua orientação política, econômica, social etc. (GUERRA, 2003. p. 7-10).

É nesse período que os jornais começam a compreender melhor a noção de “público”. Cresce a importância desse conceito para os jornais, que começa a converter o leitor em “audiência”. Sendo assim, certamente muda o lugar da opinião nesses



jornais, se preocupando mais com os fatos concretos, uma das características da “imprensa-eco”. Esta relação entre “público” e “audiência” é crucial para compreender o Jornalismo atual, pois tal paradigma norteia a profissão desde então.

O Público como Audiência

A classe burguesa europeia, ao longo principalmente do século XVIII, travou uma disputa contra a aristocracia. Detentora de muito poder econômico e quase nenhum poder político, a burguesia contrapunha a elite aristocrata que detinha o poder através de um conjunto de instituições que contribuíram para formar a democracia moderna - mercado, esfera pública, opinião pública, jornalismo de opinião (GOMES, 2009, p. 72).

Ou seja, os burgueses foram buscar no "público" a categoria fundamental da sua forma de governo. "O 'público', o povo, é a esfera da cidadania, daqueles que têm soberania na sociedade de direito, daqueles que produzem a decisão que concerne a sociedade (cf. Müller, 1998). É a esfera civil." (GOMES, 2009, p. 73). Ou seja, para os burgueses, a decisão política plena e legítima reflete a posição e a vontade da esfera civil, ou seja, a opinião pública.

A imprensa é um dos instrumentos centrais para a formação da opinião pública da época, que era predominantemente de opinião, sendo que cada órgão representava uma voz, um lado, uma perspectiva na discussão da esfera civil. Mas a imprensa que começa a surgir na época está atrelada à burguesia, portanto a favor da esfera civil. O debate público é valorizado, pois coloca o poder à vista de todos, para que seja discutido de maneira franca e aberta. Além disso, ela nasce liberal, ou seja, autônoma quanto ao Estado e acreditando no valor da liberdade de expressão, opinião e imprensa. Sendo assim, a imprensa nascida nessa época objetivava colocar tudo em discussão na esfera pública, trazendo à luz aquilo que o Estado preferia deixar em segredo. Também há a constante reiteração da importância de fomentar o debate público através da esfera civil. (GOMES, 2009, p. 74).

Com a mudança e consolidação do Estado burguês, mais uma vez a sociedade foi modificando a lógica de funcionamento. A esfera pública, que era central para as discussões políticas e sociais, torna-se institucionalizada na forma de Parlamentos, um braço da política e distante da esfera civil. Manifestações da opinião pública no âmbito



político se realizam agora em períodos determinados, por meio das eleições, para a escolha dos integrantes da esfera pública. Ou seja, uma esfera pública sem público, mas com “representantes” do público (GOMES, 2009, p. 75).

Sendo assim, o próprio Jornalismo passa por mudanças, adquirindo de uma vez por todas o modelo de imprensa empresarial, visando o lucro e, portanto, capitalista. Os jornais não mais se destinam a fomentar o debate na esfera pública, mas se volta a prover o mercado de informações de acordo com a audiência, o público-leitor. Tal alteração transforma as estruturas do Jornalismo, modifica o modo de produção e reestrutura os padrões. A meta do Jornalismo contemporâneo se torna cativar um público “distraindo”, isto é, que possui outros interesses e cada vez mais se distancia da vida política. Os veículos noticiosos, num ritmo de produção cada vez mais acelerado, concorrem contra si mesmos e contra tais distrações, visto que os consumidores contemporâneos possuem a maior cota de tempo livre da história da humanidade, bem como o maior poder de escolha já visto (GOMES, 2009, p. 76).

Esfera Civil e Interesse Público

Mudam as instituições, muda o jornalismo, mas o discurso de legitimação da área continua o mesmo. O Jornalismo continua atrelado a conceitos como o da opinião pública, liberdade de imprensa, mediação entre esfera civil e Estado. Gomes vê tais argumentos como arriscados para a legitimação do Jornalismo. A esfera civil atualmente não mais funciona como uma esfera de debates e decisões públicas, ou seja, não é mais capaz de produzir efeitos políticos diretos, tendo em vista que a esfera pública é parte de um ritual parlamentar e está fora do alcance da esfera civil. A esfera civil não mais delibera a seu favor, mas tem seus direitos políticos atribuídos à escolha de representantes no Parlamento através de eleições (GOMES, 2009).

Em suma, o Jornalismo só serve ao interesse público quando oferece à esfera civil informações que a influenciem na tomada de decisões políticas. Isto é, quando oferece as bases para que a sociedade civil possa escolher seus representantes por meio do voto. Logo, tudo o que não compete a esse argumento está fora do interesse público e, portanto, não seria Jornalismo. Porém, o Jornalismo está muito distante dessa definição, defende o autor (GOMES, 2009, p. 80). Como explicar os inúmeros exemplos de Jornalismo especializado, cuja demanda é alta? Fala-se de Jornalismo



esportivo, de moda, de variedades, e tantos outros. Grande parte da informação provém desses filões, mesmo em jornais cujo apelo é eminentemente político e/ou econômico.

Este impasse, para Gomes (2009), seria superado apenas por duas alternativas, igualmente absurdas, de acordo com o próprio autor. Uma delas é excluir do Jornalismo tudo aquilo que não é do interesse público. Ou seja, o que não provoca o leitor para a tomada de decisões políticas não deve ser descrito como Jornalismo. Além de impossível do ponto de vista empresarial, tal posicionamento vai de encontro ao que o Jornalismo acabou se tornando ao longo do tempo, por conta da demanda que a ele foi incumbida. Ou seja, a própria sociedade revelou a necessidade desse tipo de serviço nas páginas dos jornais, e qualquer volta à exclusividade da política nos meios de comunicação é contrário ao fluxo natural do Jornalismo. Outra alternativa seria estender a compreensão de interesse público a tudo aquilo que, no Jornalismo, aparelhasse o indivíduo para a vida social. Ou seja, desde uma reportagem sobre futebol até o mais novo lançamento dos cinemas seria encarado como interesse público, já que adquirimos, através destes, noções de convivência, boa vontade, integração social, dentre outros. Algumas premissas surgem para refutar tal argumento. A primeira é que tal ideia choca-se contra o conceito lapidado ao longo dos séculos, desde o tempo das revoluções burguesas. Outra é a de que a noção de que o conceito extrapolaria os limites do Jornalismo. Logo, toda e qualquer instituição seria de interesse público, como escolas ou jardins-de-infância, já que todas, de uma forma ou de outra, contribuem para a nossa socialização. E, por fim, a terceira premissa implica que tudo aquilo que é noticiado seja tratado como atividade pedagógica, já que sempre se aprende algo.

Portanto, Gomes (2009) afirma que o serviço ao interesse público não pode ser o único conceito norteador do Jornalismo contemporâneo. O Jornalismo é um ramo de atividades que visa informar o estado atual do mundo, ou seja, a atualidade, para uma audiência que espera ter a sua demanda atendida. E é essa audiência que é vendida ao anunciante que, por sua vez, paga ao jornal pelo espaço publicitário e mantém o negócio funcionando. Logo, “público” ganha o sentido de “audiência”. Trata-se, portanto, de uma parcela qualquer de indivíduos que se diferenciam por serem consumidores de informação, receptores dos fluxos comunicacionais.

Com a mudança no sentido da expressão “público”, surge novamente o termo “interesse público” para nortear o Jornalismo. Sendo assim, o Jornalismo empresarial



está sempre voltado ao interesse público, já que este é o princípio que leva o jornal a se manter economicamente. O fato de que o Jornalismo Opinativo manter o seu espaço cativo nos jornais faz com que este tenha que lidar também com o interesse público, ou perde a sua razão de existir, tanto socialmente quanto economicamente. Ou seja, sem cumprir com o interesse público e, por consequência, não ser de relevância para o leitor, qualquer tipo de jornalismo perde o apelo da audiência. Sem este, não há entrada de capital por parte de anunciantes, tornando o negócio inviável (GOMES, 2009, p. 83).

Desta forma, pode-se afirmar que opinativo e informativo se aproximam no tocante a função e objetivos: o interesse público. Não a mesma definição consolidada pela sociedade burguesa, em plena batalha política com a nobreza dos séculos XVII e XVIII, mas um conceito adaptado ao nosso tempo, em que o “público” é tratado como massa consumidora de informações, confundido com “audiência”, e principal bem do jornal ao negociar com o anunciante.



REFERÊNCIAS

- AMARAL, L. **Técnica de Jornal e Periódico**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1987.
- BAHIA, J. **Jornal, História e Técnica: História da Imprensa Brasileira**. São Paulo: Ática, 1990
- BELTRÃO, L. **Jornalismo Opinativo**. Porto Alegre: Sulina. 1980.
- CHAPARRO, M. C. **Sotaques d'Aquém e d'Além Mar: Percursos e Gêneros do Jornalismo Português e Brasileiro**. Santarém (Portugal): Jortejo Edições, 1998.
- GOMES, W. **Jornalismo, Fatos e Interesses: Ensaio de Teoria do Jornalismo**. Florianópolis: Insular, 2009.
- GUERRA, J. L. **O Nascimento do Jornalismo Moderno: Uma Discussão Sobre as Competências Profissionais, a Função e os Usos da Informação Jornalística**. Trabalho apresentado originalmente no XXVI Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Belo Horizonte, 2003.
- MARQUES DE MELO, J. **A Opinião no Jornalismo Brasileiro**. Petrópolis: Vozes, 1985.
- MOUILLAUD, M. **O Jornal: da Forma ao Sentido**. Brasília: Unb, 2002.
- VARGAS, N. A. **Periodismo de Opinión**. Madrid: Editorial Síntesis, 1999.