

# Da opinião à identidade

## Características do editorial em dois jornais brasileiros

GUILHERME GUERREIRO NETO

Chefe de reportagem  
do jornal-laboratório Primeiras Linhas  
*Faculdade de Comunicação,  
Universidade Federal do Pará (UFPA)*  
Mestre em Jornalismo  
*Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)*  
neto.guerreiro@gmail.com



produção de editoriais em jornais impressos, além de propriedades relativamente universais, que a diferenciam da produção noticiosa, conta com processos específicos de jornal para jornal. O jornalismo, como instituição social e gênero do discurso, é materializado a partir de organizações jornalísticas, que ocupam posições institucionais e discursivas. *Folha de S.Paulo* e *O Estado de S.Paulo*<sup>1</sup>, dois dos principais jornais brasileiros, aparecem em um lugar dominante, que representa a estrutura tradicional da grande imprensa e tende a gerar posicionamentos de conformação do campo jornalístico. Ao mesmo tempo, são duas organizações que disputam mercado em São Paulo, centro econômico-financeiro e estado mais populoso do Brasil, e forjam suas identidades na relação que estabelecem entre si, no interdiscurso. As características e o processo de produção dos editoriais de *Folha* e *Estado* não apenas permitem compreender como se dá a formação da opinião em cada jornal como também expõem marcas de identificação dos periódicos.

Para caracterizar como o editorial se configura em cada publicação – e a identidade forjada a partir dessa produção opinativa – foram feitas entrevistas semi-estruturadas com os editores de opinião dos dois jornais diários. Antes de delimitar o perfil dos editoriais no *Estado* e na *Folha*, discute-se, neste

### Pour citer cet article

#### Référence électronique

Guilherme Guerreiro Neto, « Da opinião à identidade. Características do editorial em dois jornais brasileiros », *Sur le journalisme, About journalism, Sobre jornalismo* [En ligne], Vol 5, n°2 - 2016, mis en ligne le 26 décembre 2016.

URL: <http://surlejournalisme.com/rev>

artigo, as propriedades gerais do editorial jornalístico e o lugar da opinião nos periódicos, que, desde a separação e a hegemonia da informação, passa a ser vista como espécie de subproduto do jornalismo. Parte da discussão teórica e as entrevistas realizadas com os editores compõem a dissertação de mestrado defendida em 2013 na Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC).

Apesar da crise dos jornais e da popularidade da Internet, os editoriais migram para o ambiente online e ocupam ainda um lugar significativo no cenário midiático (Hamlet, 2009). Não mantêm, no entanto, a mesma força de influência sobre a opinião pública, na medida em que há uma rede de discursos que se imbricam e interagem no ambiente digital, para além de um sujeito institucional-discursivo agregador como o jornal impresso. Ainda assim, como o aprofundamento das análises é a indicação mais recorrente para o fortalecimento dos impressos nestes tempos, pensar sobre o editorial e sobre o jornalismo opinativo em geral é se ocupar dos modos de reiteração de autoridade e também de identidade.

A discussão sobre a identidade dos jornais costuma seguir por caminhos que levam à forma, ao conteúdo ou à interação entre ambos. Ou seja, a partir da materialidade do periódico, emergem as marcas de identificação. A proposta aqui é, sem desconsiderar o jornal como produto, investigar esses traços indicadores da identidade nos processos de produção. O processo produtivo do jornalismo, enquanto práticas institucionais e discursivas organizadas, atua como um terceiro elemento gerador e reproduzidor de identidade. Como os modos de produção da opinião em dois jornais impressos, comparativamente, permitem compreender a identidade editorial de cada periódico? Eis a questão-problema norteadora deste trabalho.

---

#### A OPINIÃO E O EDITORIAL NO JORNALISMO

---

Em meio à profissionalização do jornalismo, uma série de diferenciações emergiram no processo de produção e no jornal enquanto produto, como explica Karin Wahl-Jorgensen (2008). A opinião começou a ser separada da informação, tanto na compreensão dos jornalistas quanto no layout dos periódicos. Essa distinção entre informação e opinião acabou por se tornar um traço hegemônico no jornalismo ocidental contemporâneo.

Segundo Manuel Chaparro (s/d), o jornal inglês *The Daily Courant*, ainda no início do século XVIII, separou as notícias dos comentários, demandando mais cuidados na apuração dos fatos e na escolha das

fontes. Era uma estratégia, por iniciativa do diretor Samuel Buckley, para enfrentar a crise financeira. A experiência do *Daily Courant* não durou muito, mas o modelo que divide o jornalismo em opinião e informação resistiu ao tempo (Chaparro, s/d).

A dicotomia informação-opinião, para Chaparro, não ajuda a entender a ação discursiva do jornalismo. As fronteiras seriam destruídas pela inevitabilidade da valoração por parte dos agentes envolvidos no processo. Assim, não seria o caso de diferenciar gêneros jornalísticos com base na separação entre informação e opinião<sup>2</sup>. Para ele, é um equívoco perceber artigo como equivalente à opinião e relato à informação, já que artigo e relato estão na dimensão da forma, enquanto opinião e informação, na do conteúdo.

*Quando Samuel Buckley decidiu separar as notícias (news) dos comentários (comments) não levantou qualquer barreira entre opinião e informação, ainda que tivesse pensado fazê-lo. O que ele separou foram dois tipos de texto, um com estrutura formal argumentativa, outro com estrutura formal narrativa. Nos conteúdos, porém, e nas intencionalidades, lá estão informação e opinião, substâncias que permanecem, interativas, na totalidade do jornalismo, para que nele se conserve a característica essencial, a de ser linguagem asseverativa.* (Chaparro, s/d: 17)

De fato, é preciso considerar que informação e opinião não se restringem a certos formatos de texto. “*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, s/d: 6). Ainda assim, não cremos que seja necessário prescindir da diferença entre opinião e informação. Diante da coexistência de ambas nos textos jornalísticos, cabe evidenciar as nuances que tornam um gênero mais informativo ou mais opinativo. No editorial, em geral, a opinião aparece bem mais explícita do que na notícia do dia a dia.

Lia Seixas também não descarta a separação. Com um olhar sobre os gêneros como gêneros discursivos, considera que o limite tênue entre informação e opinião é medido não por composições informativas ou opinativas, mas “*por uma relação complexa entre objeto, tópicos jornalísticos (saber social compartilhado) e ato de comunicação jornalístico*” (2009: 83). Não é, portanto, simplesmente o aspecto textual ou linguístico que importa: trata-se de uma combinação frequente de elementos extralinguísticos e linguísticos. “São

*combinações que se repetem a ponto de se institucionalizarem, mas que também, certamente, guardam uma dinâmica contínua de mudanças provisórias.*” (Seixas, 2009: 316)

Teun van Dijk (1998) define opinião enquanto uma crença valorativa, que pode aparecer direta ou indiretamente. As crenças valorativas se diferenciariam das crenças factuais. Ocorre que, como o próprio van Dijk mostra, a distinção pode não ser tão clara, na medida em que mesmo as crenças factuais envolvem julgamento. A definição depende dos motivos ou critérios de julgamento: caso sejam valores culturais ou de um certo grupo, a crença é uma opinião; se forem critérios de verdade (como observação ou pesquisa), a crença é factual. Os dois tipos de julgamento são relativos, afinal, os critérios de verdade podem mudar de acordo com o período histórico ou com o grupo social a que dizem respeito.

Essa compreensão permite aproximar a opinião da ideia de argumentação. Aristóteles, como lembra José Luiz Fiorin (2015), divide os raciocínios em necessários e preferíveis. Nos primeiros, a conclusão decorre necessariamente das premissas. Os raciocínios necessários pertencem, portanto, ao domínio da lógica. Já nos raciocínios preferíveis, a conclusão é possível, plausível, mas não necessariamente verdadeira. Estes são estudados pela retórica e utilizados em busca de persuasão. “*Os argumentos são os raciocínios que se destinam a persuadir, isto é, a vencer ou a comover, ambos meios igualmente válidos de levar a aceitar uma determinada tese.*” (Fiorin, 2015: 19) Philippe Breton (2003) considera como objeto da argumentação a transformação de uma opinião em argumento em função de um auditório particular.

Durante o século XVIII, os editores dos jornais eram basicamente os gráficos, de modo que as opiniões publicadas eram escritas por colaboradores que assinavam com pseudônimos. Segundo Janice Hamlet (2009), o editorial em sua forma moderna aparece na década de 1780, quando alguns editores passam a escrever e publicar uma seção de parágrafos curtos em um espaço específico do jornal. No início do século XIX, o editorial já tinha uma posição estabelecida em vários periódicos. A ligação íntima entre jornalismo e política, nesse período, leva alguns historiadores a argumentar que em nenhum outro momento o editorial teve tamanha importância para o sistema político (Hamlet, 2009). No século XX, houve um crescimento no número de colunistas, contratados para explicar os acontecimentos. As colunas atendiam demandas dos leitores, eram mais informativas que os editoriais não assinados.

Para Luiz Beltrão (1980), o jornalismo veicula três categorias específicas de opinião: a do editor, a do jornalista e a do leitor. A opinião do editor é expressa pelos editoriais e pela linha do jornal, a política editorial. O editorial seria, assim, a opinião do jornal apenas metonimicamente, considerando que a opinião do jornal equivale a do editor e dos proprietários.

*É através do editorial, principalmente, que o grupo proprietário e administrador do periódico manifesta sua opinião sobre os fatos que se desenrolam em todos os setores de importância e interesse para a comunidade e ligados à existência e desenvolvimento da empresa, tentando, desse modo, orientar o pensamento social para a ação na defesa do bem comum.* (Beltrão, 1980: 51-52, grifo no original)

José Marques de Melo acrescenta que o editorial se configura como um espaço de contradições: “*Seu discurso constitui uma teia de articulações políticas e por isso representa um exercício permanente de equilíbrio semântico.*” (1985: 79) Não se trata simplesmente da opinião do proprietário, mas de um consenso de opiniões dos diferentes núcleos que participam da propriedade da empresa. Afinal, há relações de luta travadas no interior das organizações, além da possibilidade de pressões externas, como de governos ou anunciantes. Os interesses corporativos são defendidos nesse espaço.

Existem ainda linhas mestras que, vinculadas à tradição do jornal, acabam por guiar o posicionamento editorial. A linha editorial, embora siga o norte do editor, pode ser institucionalizada a ponto de se alterar mais lentamente do que as estruturas de pensamento que produzem as opiniões individuais. O editorial do dia precisa ser coerente com o histórico dos textos que ocuparam seu lugar na página em dias anteriores, o que não ocorre com as notícias: o redator ou o repórter “*não tem nenhuma necessidade de tornar as notícias de um dia consistentes com as notícias do dia anterior*” (Park, 2008: 80). Mesmo que inconsistentes entre si, as notícias são visivelmente marcadas por esse mecanismo de coerção que é a linha editorial. O que importa aqui é perceber que os jornais mantêm, senão opiniões para situações específicas, ao menos diretrizes opinativas relativamente consolidadas, seguidas por vezes mesmo com trocas no comando.

Na produção do editorial há, em geral, interação entre as opiniões dos proprietários e acionistas, as opiniões de outros agentes que podem exercer influência sobre os posicionamentos da empresa (en-

tre os quais jornalistas de elite do periódico) e as diretrizes opinativas ditadas pela linha editorial. A variação de força de cada uma das partes envolvidas define se o posicionamento dos editoriais segue mais o caráter empresarial de “voz do dono”, se disputas internas e externas interferem reiteradamente e agem sobre as opiniões tomadas ou se a linha editorial tem alguma autonomia a ponto de ditar posturas-padrão sobre determinados temas. Entendemos que é a articulação de cada uma dessas forças que faz do editorial “a voz do jornal, sua tribuna” (Beltrão, 1980: 52).

O editorial “[...] tanto pode nascer da notícia como dela transcender, adiantar-se sobre ela, valendo-se de dados subjetivos e retirando de um fato, mediante a análise de suas causas e consequências, inferências e conclusões que apresenta como um roteiro à comunidade” (Beltrão, 1980: 52). Desde a hegemonia do jornalismo informativo, os editoriais e os espaços opinativos em geral acabam por suplementar as notícias. Mantêm uma posição hierárquica importante, mas o centro da engrenagem jornalística é ocupado por notícias e reportagens. Por ser a opinião tratada muitas vezes como subproduto do jornalismo, há dificuldade de dimensionar o seu lugar na teoria do Jornalismo – que ainda é em boa parte uma teoria da notícia. Como indica Julie Firmstone (2008), estudos organizacionais se concentram, em geral, na figura do repórter ou no papel da política organizacional na produção da notícia, pouco se sabe sobre editorialistas ou sobre como jornalistas interpretam a política editorial em relação à opinião da chefia. Se há muitos estudos tratando de valores-notícia como conceito organizador das rotinas de produção noticiosa e dos papéis profissionais, não há muita investigação sobre conceitos que moldam as rotinas da produção editorial (Firmstone, 2008).

Quatro atributos do editorial são apontados por Beltrão: a impersonalidade – ou, como chama Marques de Melo, impessoalidade –, pois é um texto normalmente não assinado, cuja responsabilidade recai sobre a direção do jornal, mesmo sendo escrito por um editorialista; a topicalidade, propriedade de exprimir não só a opinião sedimentada, mas especialmente a que se está formando; a condensabilidade – ou condensabilidade –, indicando que se deve focar uma ideia central única, pois apresentar várias ideias em um curto espaço pode criar confusão; e, por fim, a plasticidade, considerando que o editorial deve orientar com alguma flexibilidade, sem dogmatismos. Como diz Beltrão,

*Os jornalistas orientam à base da irracionalidade dos fatos; a sua opinião decorre do*

*exame do perturbador e constante cambiar da atualidade. E se as circunstâncias secundárias de determinado sucesso bruscamente atuam como um reagente químico na situação apreciada, provocando o surgimento de um novo quadro – eles têm o dever de retificar as posições anteriormente assumidas [...] (1980: 54)*

Nem sempre retificações são feitas. E, seja na opinião, seja na informação, o jornalismo é cada vez mais um produto inconcluso, que vai sendo montado aos fragmentos. Embora os editoriais carreguem uma aura de fechamento em si. Para Seixas, “os objetos da realidade mais importantes para um editorial são conexões entre situações de saber comum, fatos recentes, fatos dados e uma série de objetos de desacordo” (2009: 237). Imbert (*apud* Tétu, 2002) considera que o editorial remete menos ao acontecimento como objeto de uma série cronológica e mais ao lugar que ocupa na rede de signos que constituem o discurso social.

As conexões argumentativas e a escrita do texto são responsabilidades do editorialista. Como um *ghost-writer*, o editorialista escreve em nome da empresa, em nome do jornal, mas “deve imprimir ao que escreve o mesmo caráter incisivo e convincente com que se exprimiria em um artigo no qual expressasse seu ponto de vista pessoal” (Beltrão, 1980: 52). A figura do editorialista pode, em um primeiro momento, remeter ao publicista que Otto Groth retrata. Mas o publicista é um intelectual de outra ordem. O editorialista, como qualquer jornalista, está preso ao tempo que o põe a tratar da atualidade de modo contínuo.

*O limite entre jornalista e publicista não passa pelo repórter, mas sim dentro do jornalismo opinativo e pode-se também apontar características essenciais que diferenciam o jornalista comentarista do publicista. Trabalho jornalístico opinativo é uma atividade duradoura, vinculada ao decorrer contínuo dos acontecimentos diários; trabalho publicístico, inclusive o publicado no jornal ou na revista, é uma produção autônoma, única, vinculada a uma questão isolada, determinada pelo presente, de peso universal, histórico. (Groth, 2011: 344)*

Quanto ao público a que o editorial se destina, Marques de Melo (1985) aventa uma hipótese: em sociedades com opinião pública autônoma, que dispõem de uma sociedade civil forte e organizada, o editorial é dirigido à coletividade; em sociedades em que o Estado é uma entidade todo-poderosa,

presente em todos os níveis da vida social – como o autor afirmava ser a sociedade brasileira em meados da década de 1980 –, o editorial dialoga com o Estado. Atualmente, esses dois interlocutores clássicos parecem coexistir como auditório dos editoriais. Em comparação com o jornal, o público do editorial é mais enxuto e específico. Segundo Park (2008), enquanto a notícia existe para a “*grande massa da humanidade*”, o editorial serve aos intelectuais.

Slavko Gajevic (2016), com base em van Dijk, sugere que os editoriais são construídos seguindo um esquema básico narrativo organizado em três categorias principais: definição da situação (onde o acontecimento é resumido), avaliação do acontecimento e conclusão (onde são apontadas expectativas sobre o futuro e recomendadas diferentes soluções aos atores envolvidos). Argumentos abstratos e uma descrição resumida estão entre as características semânticas dos editoriais. Os posicionamentos do jornal nos editoriais são apoiados por uma série de argumentos que contribuem com a função social persuasiva do gênero, de modo que os editoriais acabam por definir limites de valores e ações socialmente aceitáveis segundo aquele determinado periódico (Gajevic, 2016).

Além da estrutura narrativo-argumentativa, a construção do editorial é definida a partir das escolhas que envolvem o processo de produção da opinião nos jornais. Como parte de um estudo mais amplo relacionado à opinião dos jornais sobre a Europa, Firmstone (2008) trata do contexto e dos constrangimentos organizacionais presentes na produção da opinião editorial em dez jornais britânicos. São avaliados os níveis internos que operam sobre o conteúdo editorial, incluindo influências organizacionais e individuais, a partir de duas questões: quais são os papéis e recursos organizacionais atribuídos à produção de editoriais sobre a Europa?; e que rotinas os jornais têm para produzir essa opinião?

A análise das rotinas produtivas teve como base entrevistas com 27 jornalistas dos dez jornais pesquisados, entre editorialistas, editores de política e correspondentes sobre a União Europeia. Pelas considerações dos entrevistados, foi possível identificar uma rotina comum de todos os jornais para a produção do comentário editorial. O processo tem quatro fases principais: a seleção do problema para o comentário editorial, a decisão sobre a linha e o conteúdo, o processo de escrita do editorial pelo editorialista e a submissão do editorial ao editor para aprovação. Firmstone (2008) indica ainda quatro valores editoriais que atuam sobre a primeira fase, o processo de seleção: avaliação de valor-notícia, nível

de importância editorial, percepção sobre interesse dos leitores e opinião de outros jornais.

## O EDITORIAL DE FOLHA DE S.PAULO E O ESTADO DE S.PAULO

Nem todos os jornais produzem editoriais. Para que sejam relevantes, esses textos dependem da força dos periódicos em que são publicados. “*Um mesmo editorial*”, diz Luiz Amaral, “[...] poderá ser nulo se publicado num jornal de escândalo ou num semanário inexpressivo, e produzir efeitos profundos se estampado num diário respeitado” (1978: 137). *Folha* e *Estado*, como tradicionais e importantes jornais brasileiros, publicam editoriais diariamente (ver Figura 1). Na *Folha*, são dois editoriais, saem na página A2 ocupando duas colunas. O *Estado* tem quatro editoriais, sendo três na A3, ocupando mais de 2/3 da página, e um de economia, posicionado no caderno destinado ao tema.

**Figura 1 – Páginas com editoriais da *Folha de S.Paulo* (à esquerda) e de *O Estado de S.Paulo* (à direita)**



Fontes: *Folha de S.Paulo* e *O Estado de S.Paulo*

### Procedimentos metodológicos

A partir de entrevistas feitas com os editores de opinião dos dois jornais em abril de 2013, foi possível traçar os modos como o editorial se configura em cada um. Há funções diferentes em cada jornal para o mesmo cargo: o editor de opinião do *Estado* cuida tanto dos editoriais quanto dos artigos publicados; na *Folha*, o editor de opinião é responsável apenas pelos editoriais. Não ter ouvido outros editorialistas dos jornais acaba por limitar a possibilidade de divergência interna na percepção de valores e rotinas. No entanto, pelas atividades específicas que

assumem, são os editores de opinião que participam de todo o processo e, assim, podem detalhar as etapas da construção da opinião. As entrevistas foram semi-estruturadas. Apesar de um roteiro de perguntas pré-definido, houve brechas para outros questionamentos que surgiram na hora. As questões, em geral, versavam sobre a estrutura da editoria de opinião, a rotina produtiva dos editoriais e as características que o editorial assumia em cada periódico.

As duas entrevistas ocorreram nas sedes dos jornais. A primeira, dia 10 de abril de 2013, no *Estado*, na sala do editor de opinião, Antonio Carlos Pereira. A segunda, no dia seguinte, na *Folha*, em um sofá de uma espécie de antessala da redação, com o então editor de opinião, Marcelo Leite. O contato com Marcelo foi mais informal e a entrevista levou 1h15. Já Antonio Carlos mantinha um caráter por vezes professoral, a conversa com ele durou 1h50. Os dois encontros foram gravados em áudio e, posteriormente, transcritos. A pesquisa etnográfica seria também uma possibilidade metodológica para compreender o processo de produção. Como, para a dissertação de mestrado, esta era apenas uma etapa de análise, seguida de outra mais extensa voltada para o conteúdo dos editoriais, que, de algum modo, versavam sobre jornalismo, as duas entrevistas pareceram suficientes.

A análise das entrevistas foi realizada com os cuidados necessários para evitar o risco de “*re-correr apenas ao uso de algumas citações capazes de reforçar as hipóteses do pesquisador*”; afinal, a entrevista “*também é um discurso a ser analisado*” (Broustau *et al.*, 2012: 16). Não foi acionada a análise do discurso, contudo, para estudar a fala dos entrevistados. A metodologia partiu de uma tentativa de identificar as especificidades de cada construção editorial a partir do dito. Ainda que as perguntas feitas indicassem a tentativa de captar os processos produtivos, as categorias para a definição das características singulares de cada jornal só foram definidas posteriormente. Essa definição, portanto, nasce a partir do empírico.

## Resultados

Até meados de 2013, os temas de editoriais do *Estado* eram discutidos por telefone, por volta de nove e meia da manhã, com base na leitura de jornais, entre o editor de opinião, Antonio Carlos Pereira, e o diretor de opinião, Ruy Mesquita – com a morte do diretor, último representante da terceira geração da família que controla o *Estado* desde 1902, o cargo de diretor de opinião deixou de constar no expediente do jornal. São dez editorialistas que atuam na sede do jornal e mais três *freelancers*. Se houver assunto para um dos *freelancers*, ele é

avisado ainda pela manhã. Entre meio-dia e meia e quinze para a uma, há reunião com os editorialistas em que de fato se define o que será feito. Oito dos dez jornais britânicos pesquisados por Firmstone (2008) também fazem uma conferência entre editorialistas para seleção do tópico que será comentado. Terminada a reunião, cada editorialista vai escrever seu texto, que deve estar pronto às quatro e meia da tarde. O editor – e, antes, também o diretor – então revisa e escolhe os textos para publicar.

Há produção de editoriais excedentes, normalmente com a incumbência de um texto por dia para cada editorialista fixo. Pereira explica: “[...] *jornal é a indústria do desperdício, meu caro. [...] Você tem que produzir o suficiente para poder escolher o que é melhor.*” Por volta de cinco da tarde, os editoriais escolhidos vão para a diagramação.

Na *Folha*, atuam nove editorialistas, a maior parte acumula outras funções no jornal. Lá, costuma haver sempre pelo menos um editorial de reserva, para o caso de algum não ficar bom. Não é, portanto, uma produção na escala do *Estado*. A rotina na *Folha* também começa com a leitura de jornais pelo editor de opinião, Marcelo Leite, que prepara um esboço da pauta e por vezes já encomenda algum texto – em junho de 2013, Leite deixou o cargo, que passou a ser ocupado por Uirá Machado, que era editor-assistente. Por volta de uma da tarde, a pauta é discutida com o subeditor e com algum editorialista que porventura lá esteja. O passo seguinte é a conversa, por telefone, do editor com o diretor de redação, Otavio Frias Filho, sobre a pauta geral. Os editorialistas têm no máximo até às seis e meia da tarde para entregar seus textos. Depois, entra a edição de Leite que, às sete e meia da noite, submete os editoriais em formato final à avaliação de Frias Filho. O diretor liga na sequência para sugerir mudanças pontuais antes de publicar.

A formação da opinião da *Folha* recebe contribuições de um fórum informal em almoços que ocorrem às sextas-feiras, com variação de periodicidade. Participam desses almoços os secretários de redação, o editor executivo, o diretor de redação, os editorialistas e alguns editores principais do jornal. As discussões costumam ser mais objetivas do que deliberativas. Segundo Leite, “*esse é considerado por nós o foro principal de discussão, principalmente sobre os grandes temas. Temas sobre os quais o jornal ou não se pronunciou ainda e não tem uma posição formada, ou quer mudar de posição, quer nuançar uma posição*”. Também podem ser discutidas questões de informação, importantes para embasar a opinião, seja com editores de cadernos especializados, seja com convidados eventuais do almoço.

Por mais que haja trocas de ideia e discussões, a decisão do dia-a-dia sobre os editoriais na *Folha* compete ao editor de opinião e ao diretor de redação. Também no *Estado*, passada a discussão nas reuniões, quem decide são o editor e o diretor. Em alguns casos, o corpo do editorial pode ser praticamente ditado pelo editor. Agora, nos dois jornais, há uma relativa coesão entre os editorialistas. Houve casos como o de Miguel Urbano, um comunista que era o principal editorialista do *Estado* na época do golpe militar de 1964, que o jornal apoiou – a adesão da *Folha* à ditadura militar foi mais longa. Mas, no geral, pela escolha de pessoas que tenham certa proximidade de pensamento e pela introjeção de um *habitus*<sup>3</sup> e uma *doxa* comuns, o posicionamento dos editorialistas tende a não apresentar divergências frontais à opinião do jornal.

*Eu sei o que o meu vizinho do lado pensa, ele sabe o que eu penso. Todos nós conhecemos a linha da casa de trás para diante. Nós temos memória, nós estamos aqui há muito tempo. Então a gente não precisa ficar naquela história “sobre esse tal assunto, qual é a linha da casa?”. A gente não precisa fazer isso, isso já está impresso, já está impresso no DNA. (Antonio Carlos Pereira, Estado)*

*[...] o editorialista pode se ver na posição inclusive de escrever um editorial com o qual, em caráter pessoal, não concorde cem por cento. Isso acontece, é inerente à função. Agora, como eu te disse, isso não é uma coisa que é o dia-a-dia. Se isso se repete no dia-a-dia é porque há uma falta de sintonia, então não é interessante para nenhum dos lados que aquela pessoa continue naquela função, porque vai ser uma violência para ela. Mas, olha, é muito raro acontecer. E a pessoa participa das discussões também, quer dizer, ela tem oportunidade de influenciar essa discussão. Eu tenho, os editorialistas têm. Então a opinião do editorialista não precisa se confundir cem por cento, o tempo todo, com a da direção do jornal e com o que acaba sendo publicado no jornal, mas eu diria que ela tende para isso.” (Marcelo Leite, Folha)*

Também na pesquisa de Firmstone (2008), lá especificamente em temas sobre a Grã-Bretanha e a Europa, a maioria dos editorialistas ouvidos explicou que havia pouca necessidade de longas discussões, pois a linha do jornal já era compreendida. A operação das políticas editoriais, desse modo, é similar a das políticas para construção de notícias, com linhas não explicitamente comunicadas, mas aprendidas pelos jornalistas a partir da experiência (Firmstone, 2008).

Os dois editores dizem escrever para o público em geral, para que qualquer pessoa leia, mas há sempre o interesse de chegar, como diz Marcelo Leite, a “*formadores de opinião, tomadores de decisão, empresários, professores universitários, pessoas que têm uma preocupação menos imediatista com o jornal e com o país*”. Nesse grupo, estão também os governantes. “*Eu escrevo editorial sabendo que a minha mulher vai ler o editorial. Mas a minha esperança não é que ela leia o editorial. A minha esperança é que a dona Dilma [Rousseff, presidente do Brasil] leia o editorial*”, conta Antonio Carlos Pereira. Segundo Leite, os governantes leem ou são avisados pela assessoria quando sai um editorial sobre algo que diga respeito a eles.

O papel que cumpre o editorial, para Pereira, é menos formar opinião e mais formar convicção: “*Essa história de dizer que o sujeito lê o editorial para formar uma opinião, não, ele lê para formar convicção. Ele vai atrás do argumento. Ou contra ou a favor, mas ele vai atrás do argumento. Opinião ele já tem.*” Essa ideia é importante para relativizar o poder de persuasão da ação argumentativa. O auditório formado pelos leitores de jornais nem sempre está disposto a mudar de opinião, por vezes prefere, a partir do que lê, reafirmar o que já pensava: “[...] *o editorial é um instrumento de conforto. O que significa um instrumento de conforto? Eu tenho as minhas convicções pessoais, então eu vou ler o editorial para reafirmar as minhas convicções. Tanto contra quanto a favor*”, explica Pereira.

Compilamos algumas marcas que ajudam a compor um perfil dos editoriais da *Folha* e do *Estado* (ver Quadro 1). São características isoladas a partir das entrevistas com os editores, não por observação dos textos. A definição das categorias ocorreu a partir de uma análise comparada das duas entrevistas, em busca de identificar, pelas falas dos editores de opinião, como os editoriais se configuravam em cada jornal. Quanto aos temas, o jornal da família Mesquita (*Estado*) segue uma pauta mais tradicional, com foco no que lá consideram de interesse público; o jornal da família Frias (*Folha*) mantém os assuntos clássicos, como política e economia, mas trata também de ciência, comportamento, saúde etc., diversificando a pauta.

O interesse público, na entrevista do editor de opinião do *Estado*, aparece em dois sentidos: em oposição ao interesse privado (“*Em editorial a gente não trata de assuntos privados, particulares*”) e em oposição à curiosidade pública (“*É de interesse público? Não, é de curiosidade pública. Não tenho nada com isso, não vou perder meu tempo cuidando disso*”). No primeiro caso, o exemplo dado é o do governador Ademar de

Barros, que foi inimigo do jornal, mas era criticado por questões públicas, nunca particulares. No segundo, o editor cita o casamento homossexual como um tema

“da moda”, que não é de interesse público, e o compara ao divórcio, este sim considerado de interesse público, o que mostra uma contradição na defesa de direitos.

**Quadro 1 – Características do editorial nos jornais *O Estado de S.Paulo* e *Folha de S.Paulo***

	O Estado de S.Paulo	Folha de S.Paulo
<b>Temas</b>	Que sejam considerados de interesse público. Foco em temas tradicionais, como política e economia. Evita temas entendidos como “da moda”.	Que sejam considerados relevantes. Evita limitar-se a economia e política, trata também de temas como ciência e comportamento.
<b>Linha</b>	Liberdade como norte, o que abrange as liberdades individual, política e de empreender.	Conservadora em termos econômicos, progressista em termos sociais.
<b>Postura</b>	De caráter assertivo, a opinião é comparada a uma sentença. Não se trata da fase do contraditório, mas do julgamento. Além disso, carrega de nascimento uma imagem de ser “do contra”.	Combater a imagem de jornal “em cima do muro”, sendo mais incisiva. Tentativa de produzir editoriais mais analíticos, por vezes quase como uma reportagem.
<b>Editorialistas</b>	Ocupação com foco nos editoriais. Produção normalmente de um texto por dia. Há ainda encomendas a <i>freelancers</i> .	Acúmulo de outras ocupações no jornal. Produção de textos sob demanda.
<b>Relação com a direção</b>	Muito próxima. Contatos diretos para aprovação de pauta e textos.	Muito próxima. Contatos diretos para aprovação de pauta e textos.
<b>Relação com a redação</b>	Separação Igreja-Estado. Sem interferência da redação na editoria de opinião.	Há quase independência, mas não separação Igreja-Estado. Editor de opinião participa da reunião de primeira página.
<b>Consultas externas</b>	Evita usar consultores. Há certa autossuficiência da opinião do jornal.	Faz contatos com fontes autorizadas em busca de informações e pontos de vista desconhecidos.

Fonte: Entrevistas com os editores de opinião dos jornais

Quanto à linha seguida, o *Estado* anuncia ter como norte a liberdade, que não se restringe à liberdade de empreender, mas contempla as liberdades individual e política – o editor, no entanto, continua a se referir ao golpe militar de 1964 como “revolução”. Trata-se, nesse sentido, de um jornal liberal no sentido clássico. A *Folha* se diz social-democrata, sendo “prudente” ou conservadora nas questões econômicas e progressista em questões sociais. No sentido da política norte-americana, o *Estado* adota postura mais conservadora e a *Folha*, mais liberal. Seria preciso uma análise para ver como se configuram esses traços gerais de posicionamento, que na prática podem ser reforçados por um viés específico.

A *Folha* tem historicamente a fama de não se posicionar claramente, ficar “em cima do muro”, enquanto o *Estado* carrega uma imagem de jornal assertivo. O *Estado* segue com essa postura, sendo a opinião comparada por Pereira à sentença judicial: “*Eu estou dando uma opinião, eu não estou fazendo o contraditório. A fase do contraditório já passou.*

*Na fase do contraditório, eu ouço um e ouço outro. Na fase da opinião, eu não tenho que ouvir. A fase da opinião é a fase da sentença.*” Na *Folha*, há um esforço para tornar o jornal mais incisivo, alterar a imagem de indefinição, e, ao mesmo tempo, apresentar informações de modo a produzir editoriais mais analíticos, que por vezes se aproximem de uma reportagem.

Os editorialistas do *Estado* trabalham especificamente na produção de editoriais, os da *Folha* têm outras funções no jornal, a ponto de não ocorrer uma reunião diária entre eles. Quanto a consultas externas, na *Folha* há um estímulo a ouvir fontes autorizadas para descobrir outros pontos sobre o tema e evitar tomadas de posição ingênuas; no *Estado* é um procedimento evitado para que a opinião do jornal não fique nas mãos de um especialista.

Nos dois jornais, a editoria de opinião é claramente próxima da direção, sendo diretores os responsáveis pela aprovação dos textos. A relação com

a redação é diferente: o *Estado* preserva a separação Igreja-Estado típica do jornalismo dos Estados Unidos (“*A redação não interfere na opinião, a opinião é soberana*”); a *Folha* mantém uma quase independência entre redação e opinião, mas não completa. O editor de opinião participa, por exemplo, da reunião de primeira página anunciando o assunto dos editoriais e às vezes com sugestões; não chega a ser, portanto, uma separação Igreja-Estado (“*Não tem essa preocupação quase paranoica que os jornais americanos têm com essa separação, é um pouco diferente*”).

---

### DA CONSTRUÇÃO DA OPINIÃO ÀS MARCAS DA IDENTIFICAÇÃO

---

Seja pelo tamanho dos textos, pela quantidade de editoriais, pelo espaço ocupado ou por estar em página ímpar – considerada mais nobre –, a opinião do *Estado* assume uma solenidade imponente. A tradição do jornal, fundado em 1875 (com o nome de *A Província de S. Paulo*), é figurativizada nos editoriais, sempre acompanhados pelo cavaleiro do selo *Ex-Libris* a anunciar as novidades. A seção Notas & Informação é não apenas a voz do jornal, é também a imagem da tradição com que se quer avaliar a opinião que ali aparece publicada. A opinião do *Estado* assume uma condição quase autossuficiente, de fechamento em si, sentencial. Sobre pouca mobilidade.

**Figura 2 – Selo Ex-Libris**



Fonte: O Estado de S. Paulo

A *Folha* quer ser incisiva, mas em vez de pontificar sobre um tema prefere buscar informações, ser mais analítica do que opinativa. Quem sabe fazer do editorial uma reportagem. Embora o jornal circule desde 1921 (na época, *Folha da Noite*), a tradição conta menos e abre alas para almoços infor-

mais de discussão e consultas a fontes autorizadas ou especialistas. A porosidade da opinião acaba por deixá-la menos estanque. A voz do jornal fala em poucos caracteres, ocupa o canto da página par e assume com maior facilidade uma imagem moderna.

Quanto à interação entre as opiniões da direção, de outros agentes envolvidos e a linha editorial, a variação de forças aparece bem demarcada na com-

paração entre *Folha* e *Estado*. No *Estado*, o peso da linha editorial é claramente notado, enquanto a *Folha* é mais receptiva à influência de outros agentes. Em ambos, a direção atua diretamente na aprovação dos editoriais e é, portanto, decisiva na disputa de forças. Firmstone (2008) comenta sobre a necessidade de haver mais pesquisas sobre valores editoriais dos jornais. Para que a complexidade da construção da opinião seja notada, é preciso investir também em estudos sobre as rotinas de produção e as características gerais do editorial em cada período, como busca-se fazer aqui.

Se o editorial é, com frequência, pensado no interior de uma dicotomia bem demarcada entre informação-opinião (Beltrão, 1980; Melo, 1985), cabe por vezes, além de borrar os limites dessa dicotomia, estabelecer uma relação possível entre opinião e formação da identidade. Os dois jornais estudados constroem suas identidades na alteridade. É na relação entre *Folha* e *Estado* que as especificidades de cada um ganham sentido. Mas, ao mesmo tempo em que se distanciam, aproximam-se como parte de um mesmo: o jornalismo hegemônico. *Folha* e *Estado* enunciam de posições institucionais e discursivas diferentes na especificidade e ocupam a mesma posição institucional ao reiterar a legitimidade do jornalismo como instituição, ou ao menos do modelo de jornalismo que representam. Os editoriais, pelo que dizem e pelo modo de dizer, agem sobre a instituição. O jornalismo, como instituição que agrega práticas discursivas, impõe regras que dão aos editoriais e aos jornais o status de fala autorizada.

Identidade é um conceito relacional, uma construção (Karreman, Alvesson, 2001). Deve ser percebida, como fazem Karreman e Alvesson, enquanto um conjunto dinâmico, formado por multicamadas de elementos significativos que orientam certo posicionamento diante do mundo. Construída pela linguagem e pela ação, a identidade acaba ressignificada, no caso da empiria estudada, a cada nova produção de editoriais, mas também quando os editores verbalizam uma explicação de suas práticas ou quando essas falas são aqui analisadas e organizadas em categorias. Ocorre que algumas marcas estáveis são fabricadas, discursiva e institucionalmente. No caso de um jornal, não apenas para marcar diferença, também para indicar a construção de certo público.

Dan Karreman e Mats Alvesson (2001), interessados na identidade socialmente compartilhada por um grupo – no caso, colegas de trabalho em um jornal –, mostram como a realidade organizacional e as identidades são construídas simultaneamente e como significados compartilhados e uma identificação acabam por facilitar a realização do trabalho editorial no jornal. A partir de operações editoriais

captadas pelo acompanhamento de reuniões, eles percebem como se dá a construção conjunta de uma identidade compartilhada por uma comunidade de trabalho. Os pesquisadores sugerem, então, ler cada organização enquanto construção e manutenção de identidades para facilitar a ação coletiva. Seja em relação a um grupo, seja no caso de um jornal, deve-se considerar que as ações e interações que atualizam – ou até transformam – a identidade estão inscritas em relações hierárquicas de poder e relações históricas ligadas à tradição.

A compreensão dos modos de produção do editorial, do processo de construção da opinião dos jornais, permite, portanto, entrever a configuração das identidades, as marcas de identificação. “Muitas vezes, a questão da identidade do meio aparece dentro de uma preocupação maior em relação ao esquadramento dos conteúdos [...], não sendo privilegiadas as processualidades que atravessam e ligam os eixos editoriais aos temas abordados.” (Tavares, 2013: 82) A partir dos processos, como se viu aqui – e não apenas dos conteúdos ou das formas –, é possível esboçar traços identitários dos jornais. Um próximo passo de análise poderia ser o entrecruzamento de práticas, conteúdos e formas, de processualidades e produtos.

Pensando sobre revistas, Frederico Tavares (2013) considera que a identidade do periódico diz respeito a uma certa maneira de ser jornalismo, dada no conjunto entre um fazer e sua materialização, e ainda nas afetações entre ambos. Também no caso do jornal, a caracterização do fazer permite chegar à maneira de ser jornalismo. As afetações captadas, no caso deste artigo, não foram entre o fazer opinativo e o editorial finalizado de um jornal, mas entre fazeres de dois jornais diferentes. A partir da comparação desses fazeres, *Estado* e *Folha*, que ocupam uma posição institucional de partida equivalente, diferenciam-se e dão a ver suas identidades. Se, por um lado, seguem um mesmo modelo de jornalismo – o hegemônico, que busca conformar as condições estruturais do campo –, por outro, instauram maneiras de ser jornalismo específicas: o *Estado* tradicional e sentencial, a *Folha* moderna e indefinida.

No trabalho de Gajevic (2016), em que é testado um modelo para análise do argumento jornalístico em editoriais sobre conflitos iugoslavos, o confronto de argumentos aparece na opinião construída por jornais de nacionalidades diferentes (um norte-americano, outro sérvio), jornais que representam duas práticas de jornalismo distintas. Firmstone (2008), no estudo em que discute o processo de produção da opinião e os valores editoriais em dez jornais britânicos, embora busque pontos em comum nas rotinas,

aponta também diferenças como, por exemplo, entre jornais tablóides e standard (para os britânicos, *broadsheet*). A pesquisa sobre *Folha* e *Estado* permite pontuar que as diferenças surgem mesmo em jornais conterrâneos e com posições institucionais próximas. Questões sutis que talvez desaparecessem em uma análise mais global entre tipos de jornal claramente diversos, ficam visíveis neste estudo sobre dois grandes jornais brasileiros. Se Gajevic e Firmstone tratam o editorial pensando o objeto, seja a situação iugoslava ou a União Europeia, o que se propõe aqui é a pertinência de observar, pelo editorial, o sujeito-jornal e sua identidade.

---

## CONCLUSÕES

---

O mapeamento das rotinas e características que envolvem a produção do editorial nos jornais *Folha de S.Paulo* e *O Estado de S.Paulo* permitiu uma aproximação com identificações específicas de cada um. A questão que mobilizou este trabalho dizia respeito a como a identidade desses periódicos poderia ser compreendida, comparativamente, a partir dos modos de produção da opinião. Temas, linha, postura, trabalho dos editorialistas, relação com a direção, relação com a redação e consultas externas foram os tópicos avaliados a partir de entrevistas com os editores de opinião. Tradição, autossuficiência e sentença, de um lado, modernidade, porosidade e indefinição, de outro, aparecem, nos processos de produção, como traços indicadores da diferença e da identidade, respectivamente, de *Estado* e *Folha*.

Pelas práticas institucionais e discursivas de um grande jornal, é possível interpretar as formas que um gênero como o editorial assume e dizer como a identidade da publicação vai sendo moldada. As leituras sobre as rotinas produtivas, via observação ou via entrevistas, falam sobre identidade tanto ou mais do que pode ser percebido naquilo que está dito nas páginas impressas. Se, como afirma Karin Wahl-Jorgensen (2008), a seção editorial é central para a identidade do jornal, os modos de construção da opinião sugerem tantas marcas de identificação quanto os sentidos da opinião construída. Essas marcas deixam entrever o que caracteriza o jornal, como se configura seu público e que relações são estabelecidas com seus concorrentes, sendo tais movimentos concomitantes e constituintes de uma voz e seus ecos.

## NOTAS

---

<sup>1.</sup> Segundo dados do Instituto Verificador de Circulação (IVC), em 2015, a circulação média diária da *Folha* foi de 175.441 no impresso, o que representou queda de 17,22% em relação a 2014. O *Estado*, no mesmo período, teve circulação média de 149.241, o que representou queda de 8,62% na comparação com o ano anterior. Na contabilização da circulação da edição digital, também referente a 2015, a *Folha* tem média de circulação de 134.895, com menos 15,22% de variação, e o *Estado* soma 71.146, com menos 4%. Os dois figuram entre os jornais de maior penetração do Brasil. Na soma das circulações de impresso e digital, a *Folha* aparece em primeiro do ranking (310.336) e o *Estado*, em quarto (220.387).

<sup>2.</sup> As categorizações básicas de gêneros jornalísticos – considerados usualmente em sentido mais genérico que o de gêneros do discurso – costumam partir da divisão entre jornalismo informativo e jornalismo opinativo. José Marques de Melo (1985) segue essa separação. Luiz Beltrão (1980) considera, além do informativo e do opinativo, o jornalismo interpretativo, em

que caberia a reportagem em profundidade. Fala-se ainda em jornalismo diversional, utilitário etc. O critério mais recorrente usado na categorização dos gêneros jornalísticos é o de função ou finalidade (Seixas, 2009). A diversidade de classificações, no entanto, dificulta um esquema consensual.

<sup>3.</sup> Para Pierre Bourdieu (2003, 2009), *habitus* é um sistema de disposições adquiridas que funciona como sistema de esquemas geradores de ação. Caracteriza-se como presença operante do passado do qual é produto e aquilo que confere às práticas independência relativa. Enquanto estrutura incorporada de ação, traz economia, dispensando cálculo. O *habitus* profissional de um jornalista é produto da história institucional do jornalismo, da história da organização específica em que trabalha e de sua própria história pessoal. Ao mesmo tempo, produz as práticas diárias desse jornalista, que reiteram e atualizam a lógica organizacional e dão vida ao jornalismo como instituição.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

---

- Amaral, L., 1978, *Técnica de jornal e periódico*, Rio de Janeiro, Tempo Brasileiro, 2ª ed.
- Beltrão, L., 2015, *Formação da opinião pública*, Juiz de Fora, UFJF.
- Beltrão, L., 1980, *Jornalismo opinativo*, Porto Alegre, Sulina.
- Bourdieu, P., 2009, *O senso prático*, Petrópolis, Vozes.
- Bourdieu, P., 2003, “Algumas propriedades dos campos”, em Bourdieu, P., *Questões de sociologia*, Lisboa, Fim de Século, pp. 119-126.
- Breton, P., 2003, *A argumentação na comunicação*, Bauru, Edusc, 2ª ed.
- Broustau, N. et al., 2012, “A entrevista de pesquisa com jornalistas: introdução”, *Sur le journalisme/About journalism/Sobre jornalismo*, vol. 1, no 1, pp. 14-20, <http://surlejournalisme.com/rev/index.php/slj/article/view/17/12>, acesso em 30 out. 2012.
- Chaparro, M. C., [s/d], “Jornalismo não se divide em opinião e informação”, [http://www.oxisdaquestao.com.br/admin/arquivos/artigos/2012\\_7\\_31\\_14\\_34\\_6\\_09719.pdf](http://www.oxisdaquestao.com.br/admin/arquivos/artigos/2012_7_31_14_34_6_09719.pdf), acesso em 25 jun. 2013.
- Fiorin, J. L., 2015, *Argumentação*, São Paulo, Contexto.
- Firmstone, J., 2008, “The editorial production process and editorial values as influences on the opinions of the British press towards Europe”, *Journalism Practice*, vol. 2, no 2, pp. 212-229, <http://dx.doi.org/10.1080/17512780801999378>, acesso em 10 ago. 2016.
- Gajevic, S., 2016, “Journalism and formation of argument”, *Journalism. Theory, Practice & Criticism*, pp. 1-17, <http://jou.sagepub.com/content/early/2016/01/13/1464884915621625>, acesso em 10 ago. 2016.
- Groth, O., 2011, *O poder cultural desconhecido: fundamentos da Ciência dos Jornais*, Petrópolis, Vozes.
- Hamlet, J., 2009, “Editorials”, em Sterking, C. H. (Ed.), *Encyclopedia of journalism*, Thousand Oaks, Sage.
- Karreman, D., Alvesson, M., 2001, “Making Newsmakers: Conversational Identity at Work”, *Organization Studies*, vol. 22, no 1, p. 59, <http://go.galegroup.com/ps/i.do?id=GALE%7CA75579343&v=2.1&u=capes&it=r&p=AONE&sw=w&asid=7729348753ea486a6a561eabca8f336d>, acesso em 30 nov. 2015.
- Melo, J. M., 1985, *A opinião no jornalismo brasileiro*, Petrópolis, Vozes.
- Park, R. E., 2008, “Notícia e o poder da imprensa”, em Berger, C., Marocco, B. (Eds.), *A era glacial do jornalismo: teorias sociais da imprensa*, vol. 2, Porto Alegre, Sulina, pp. 71-82.
- Seixas, L., 2009, *Redefinindo os gêneros jornalísticos: proposta de novos critérios de classificação*, Covilhã, Lab-Com, [http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20110818-seixas\\_classificacao\\_2009.pdf](http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20110818-seixas_classificacao_2009.pdf), acesso em 26 jun 2013.
- Tavares, F. de M. B., 2013, “Revista e identidade editorial: mutações e construções de si e de um mesmo”, em Tavares, F. de M. B., Schwaab, R. (Eds.), *A revista e seu jornalismo*, Porto Alegre, Penso, pp. 76-92.
- Tétu, J. F., 2002, “*Le Monde* e *Libération* em perspectiva. Referências e significação: *Le Monde*”, em Mouillaud, M., Porto, S. D. (Eds.), *O jornal: da forma ao sentido*, Brasília, Editora UNB, pp. 191-201, 2ª ed.
- Van Dijk, T., 1998, *Opinions and ideologies in the press*, <http://www.discourses.org/OldArticles/Opinions%20and%20Ideologies%20in%20the%20Press.pdf>, acesso em 20 set. 2015.
- Wahl-Jorgensen, K., 2008, “Op-ed pages”, em Franklin, B. (Ed.), *Pulling newspapers apart: analysing print journalism*, London, Routledge, pp. 67-74.

**Pt.** O editorial, além de expressar a opinião do jornal sobre temas diversos, diz sobre a identidade do jornal. Busca-se, neste artigo, caracterizar como se configura o editorial nos jornais impressos brasileiros *O Estado de S. Paulo* e *Folha de S. Paulo* a partir dos processos produtivos e dos modos de construção da opinião. Dessa caracterização, feita com base em entrevistas com os editores de opinião dos dois periódicos, passa-se à compreensão das marcas de identificação de cada jornal, a partir da análise do processo de produção. No artigo, o referencial teórico busca problematizar a separação consagrada no jornalismo hegemônico entre opinião e informação, considerar as interações opinativas que convergem para a produção do editorial (entre proprietários e acionistas, outros agentes internos e externos e linha editorial) e pelas propriedades gerais do editorial jornalístico (como atributos, papéis do editorialista, tipos de público, estrutura da argumentação, além de rotinas e valores editoriais envolvidos no processo de produção). A configuração dos editoriais no *Estado* e na *Folha*, identificada a partir das falas dos editores, é então esboçada em detalhamentos dos processos produtivos da opinião e em um quadro comparativo entre os periódicos com os seguintes tópicos: temas, linha, postura, trabalho dos editorialistas, relação com a direção, relação com a redação e consultas externas. As processualidades do editorial em cada jornal e a relação interdiscursiva entre ambos permitem estabelecer uma conexão entre a opinião e a identidade. Assim, ainda que representem um mesmo modelo de jornalismo, *Estado* e *Folha*, em suas especificidades, instauram diferentes maneiras de ser jornalismo. Tradição, autossuficiência e sentença, caracterizando o *Estado*, e modernidade, porosidade e indefinição, encarnados na *Folha*, aparecem, pelos processos de produção, como traços indicadores da diferença e da identidade dos periódicos.

**Palavras-chave:** editorial, opinião, identidade, *Folha de S. Paulo*, *O Estado de S. Paulo*.

**En.** Besides expressing a newspaper's opinion on various subjects, editorials reveal newspapers identities. This study seeks to characterize the configuration of the editorial in the Brazilian newspapers *O Estado de São Paulo* and *Folha de São Paulo* on the basis of production processes and modes of construction of opinion. This characterization (based on interviews with the Opinion editors of both papers) offers a glimpse at the editorial identity of each paper by analyzing the process of production. The study hopes to bring into question the enshrined separation between opinion and information journalism by considering the interaction of divergent opinions within the newspaper itself—owners and shareholders, other internal and external agents, and the editorial line—that converge to produce the editorial together with the general characteristics of the journalistic editorial per se (such as attributes, roles of the editorialists, types of readerships, argument structures, as well as routines and editorial values at work in the production process). The configuration of the editorials in *Estado* and *Folha*—as identified through the study of editor statements—is then outlined in detail on the basis of an analysis of the process of opinion production. In addition, a comparison table between the two newspapers offers a chance to highlight where they diverge in the following categories: themes, editorial stance, work of editorialists, relationships with management, relationships with the editorial office, external consultations. The production process of each newspaper's editorial and the interdiscursive relation between them allow a better understanding of the connection between editorial production and identity. Thus, though they may adhere to the same model of journalism—general and national news—*Estado* and *Folha* offer distinctive interpretations of journalism. *Estado* presents itself as traditionalist, self-sufficient and as having strongly-held views, while *Folha* is modernist, transparent and non-delimited.

**Keywords:** editorial, opinion, identity, *Folha de São Paulo*, *O Estado de São Paulo*.

**Fr.** L'éditorial, en plus d'être l'expression de l'opinion du journal sur des thèmes divers, révèle l'identité éditoriale du journal. Cet article cherche à caractériser la configuration de l'éditorial dans les quotidiens brésiliens *O Estado de S. Paulo* et *Folha de S. Paulo* à partir des processus de production et des modes de construction de l'opinion. Cette caractérisation, basée sur des entretiens avec les responsables de la rubrique Opinion des deux quotidiens, permet de faire émerger des traces de l'identité éditoriale de chaque journal par l'analyse du processus de production de l'éditorial. L'ambition est de remettre en question la séparation mythologique entre les journalismes d'opinion et d'information, en prenant en compte les interactions entre opinions différentes au sein même du journal (entre propriétaires et actionnaires, acteurs internes et externes et ligne éditoriale) ainsi que les propriétés générales de l'éditorial journalistique (les attributs, les rôles de l'éditorialiste, les types de publics, la structure du raisonnement, ainsi que les routines et les valeurs éditoriales en jeu dans le processus de production). La configuration des éditoriaux dans l'*Estado de São Paulo* et la *Folha de São Paulo*, identifiée à partir des discours des éditorialistes, est donc présentée dans le détail à partir de l'analyse des processus de production de l'opinion. Par ailleurs, un tableau comparatif des journaux permet de souligner les particularités entre les catégories suivantes : les thèmes, le positionnement éditorial, le travail et les postures des éditorialistes, la relation avec la direction, la relation avec la rédaction et les consultations externes. Les processus de l'éditorial de chaque journal et la relation interdiscursive entre les deux permettent d'affiner la compréhension des liens entre la production de l'opinion et l'identité éditoriale. Ainsi, bien qu'appartenant au même modèle de journalisme — l'information générale et nationale — l'*Estado* et la *Folha*, avec leurs spécificités, incarnent des conceptions distinctes du journalisme. L'identité de l'*Estado* est alors caractérisée par une posture traditionnelle, basée sur une indépendance et l'expression de jugements. Celle de la *Folha*, quant à elle, révèle des marques éditoriales caractérisées par la modernité, la porosité et l'indéfinition.

**Mots-clés :** éditorial, opinion, identité, *Folha de São Paulo*, *O Estado de São Paulo*.

