



## **A Opinião no Telejornalismo: uma Análise do Editorial no Jornal da Globo<sup>1</sup>**

Maurício Donavan Rodrigues PANIZA<sup>2</sup>  
Florentina das Neves SOUZA<sup>3</sup>  
Universidade Estadual de Londrina

### **Resumo**

Este trabalho tem por objetivo investigar a presença do formato editorial em textos veiculados pelo *Jornal da Globo*, telejornal exibido de segunda a sexta em período noturno, pela Rede Globo de Televisão. Para isso, discutiremos o conceito de editorial e apresentaremos um breve histórico do *JG*. O corpus analisado compreende cinco textos, veiculados no mês de outubro de 2013, de forma que foram contemplados os cinco dias da semana em que o telejornal vai ao ar. Os critérios de análise foram: o enquadramento temático, as personagens envolvidas, e as características do formato editorial.

### **Palavras-chave**

Comunicação, Telejornalismo, Jornal da Globo, Opinião, Editorial.

### **1. Introdução**

O telejornalismo alcança status de fonte confiável de informação no lar de milhões de brasileiros. Quase a totalidade das residências possui pelo menos um aparelho televisor. Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE)<sup>4</sup>, aproximadamente 97% dos domicílios têm acesso à televisão.

Os resultados da Pesquisa Brasileira de Mídia de 2014<sup>5</sup> também confirmam a participação da televisão na vida dos brasileiros, ao constatar que 97% deles assistem à televisão pelo menos uma vez por semana. Outros aspectos a considerar é que 67% do público pesquisado assiste somente a TV aberta. Quando questionados sobre que tipo de programa veem na TV, 80% do público menciona programas de notícia e jornalismo. Pode-se afirmar, portanto, que a televisão faz parte do cotidiano das pessoas, conforme destaca Coutinho (2013):

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no IJ 1 – Jornalismo do XV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 8 a 10 de maio de 2014.

<sup>2</sup> Graduando em Jornalismo pela Universidade Estadual de Londrina (UEL). [mauriciopaniza@hotmail.com](mailto:mauriciopaniza@hotmail.com).

<sup>3</sup> Orientadora. Professora do curso de Jornalismo da Universidade Estadual de Londrina (UEL) [flora@uel.br](mailto:flora@uel.br).

<sup>4</sup> Dados obtidos da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD), realizada pelo IBGE em 2011.

<sup>5</sup> Pesquisa divulgada pela Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, em fevereiro de 2014.



(...) a televisão e em particular o telejornalismo se instauraram como ator central na sociedade brasileira, forma preferencial de acesso à informação em um país marcado pela oralidade e, durante muitos anos, pela crença nas imagens e sons veiculados em edições de noticiários. Estes se apresentavam como "uma janela para o mundo", "síntese do que mais importante que aconteceu no Brasil e no mundo". (Re)conhecido pelos brasileiros como esfera ou praça pública midiaticizada, os telejornais apresentam à audiência a promessa de cumprimento do direito à informação, de acesso aos conteúdos audiovisuais de interesse público. (COUTINHO, 2013, p. 01)

Diariamente, sem pausas e em múltiplos canais, os telejornais veiculam material audiovisual sobre os mais diversos assuntos. Todos esses conteúdos são formados por discursos que não estão alheios ao contexto e ao espaço, e respondem por uma visão política e ideológica do mundo. Portanto, torna-se necessário investigar o que e a quem respondem as representações da sociedade veiculadas pelos telejornais. Que tipo de ideias são exibidas? Em que momento os telejornais se posicionam?

No jornalismo impresso, o editorial é um dos momentos em que os jornais ultrapassam o campo da informação: é a carta do leitor no sentido inverso. Segundo as classificações de Beltrão (1980), Marques de Melo (1985) e Rezende (2009), o editorial é uma categoria ou formato do gênero de Jornalismo Opinativo. Raro no telejornalismo da TV aberta brasileira, partimos da hipótese de que é um elemento fixo no *Jornal da Globo*, portanto, um elemento caracterizador desse telejornal.

Nesta perspectiva, este artigo tem por objetivo investigar a existência e como se dá o formato editorial no *Jornal da Globo*. Para isso, serão consideradas algumas categorias de análise para o texto que abre cada edição do telejornal: (a) o direcionamento temático, (b) as personagens envolvidas e (c) os elementos que caracterizam ou não o formato editorial neste programa. Como corpus de pesquisa, serão analisados cinco textos veiculados no início do *Jornal da Globo* durante o mês de outubro de 2013. O material foi selecionado aleatoriamente de forma a contemplar os cinco dias da semana em que o telejornal vai ao ar - de segunda à sexta-feira.

## **2. Editorial: do Jornalismo impresso ao Telejornalismo**

A primeira definição para o formato editorial foi proposta por Beltrão (1980), na obra “Jornalismo Opinativo”. O pesquisador foi pioneiro na proposição de uma classificação dos formatos jornalísticos em gêneros. Com um critério “explicitamente”



funcional, Beltrão classificou os gêneros jornalísticos entre jornalismo informativo, jornalismo interpretativo e jornalismo opinativo. Na categoria de jornalismo opinativo, estão presentes: (a) editorial; (b) artigo; (c) crônica; (d) opinião ilustrada e (e) opinião do leitor.

Mais tarde, Marques de Melo (1985), no livro “A Opinião no Jornalismo Brasileiro, empreende uma nova categorização para os gêneros jornalísticos”. O editorial permanece como formato do gênero de jornalismo opinativo e único conteúdo do jornal com autoria institucional. Porém, o pesquisador alerta que a noção de que esse gênero é porta-voz da empresa jornalística precisa ser melhor delineada, porque a opinião direta do dono da empresa jornalística é uma situação mais comum entre veículos de pequeno e médio porte.

Não é o caso da Rede Globo, que é o maior grupo empresarial de comunicação do Brasil.<sup>6</sup>No caso de uma grande empresa de comunicação, o editorial “reflete o consenso das opiniões que emanam dos diferentes núcleos que participam da propriedade e da organização. Além dos acionistas majoritários, há financiadores (...) , existem anunciantes (...) além de braços do aparelho burocrático do Estado”. (MARQUES DE MELO, 1985, p. 96)

O público-alvo do editorial, segundo Marques de Melo (1985) considera a coletividade, levando em conta um país com uma “opinião pública autônoma”, ou que “dispõe de uma sociedade civil forte e organizada, contrapondo-se ao poder do Estado”. Não é a situação do Brasil. Por isso, os editoriais ainda que dirigidos à opinião pública, tratam-se de “diálogos com o Estado”. O pesquisador conclui, portanto, que naquela época, o editorial no jornalismo brasileiro já era permeado por interesses privados.

E não se trata de uma atitude voltada para perceber as reivindicações da coletividade e expressá-las a quem de direito. Significa muito mais um trabalho de "coação" ao Estado para a defesa de interesses dos segmentos empresariais e financeiros que representam. Esta é a nossa percepção do editorial na imprensa brasileira (MARQUES DE MELO, 1985, p. 97)

Beltrão e Marques de Melo pensaram o editorial tendo em vista o jornalismo impresso. No entanto, o formato precisa ser levado em conta no contexto da televisão. Rezende (2009) empreende uma classificação dos gêneros e formatos para os produtos

---

<sup>6</sup> Segundo o portal Donos da Mídia, a Rede Globo de Televisão é a maior rede de TV do Brasil, contando com 340 veículos que transmitem sua programação no país. <<http://www.donosdamidia.com.br/>>



televisivos. Em sua análise, ele afirma que é impossível pensar nos gêneros e formatos do telejornalismo sem passar pelas proposições de Marques de Melo. O editorial, na perspectiva de Rezende, permanece um formato telejornalístico pertencente ao gênero opinativo. Para ele, o editorial:

Caracteriza-se como um texto lido geralmente pelo apresentador que exprime a opinião da emissora sobre uma determinada questão. Em casos excepcionais, pode representar também a opinião dos editores do telejornal. Nessas situações, a opinião deixa de ser anônima e se confunde com a avaliação pessoal do editor. (REZENDE, 2009, p. 13)

Portanto, em relação ao conceito do editorial, podemos inferir que se trata de um formato tradicional nos produtos jornalísticos impressos e que o seu conceito e finalidade permanecem com poucas alterações quando transpostos para a realidade do telejornalismo, tendo em vista a convergência entre o conceito proposto na década de 1980 e o atual.

Torna-se necessário investigar, portanto, como é realizado o formato editorial nos telejornais. O *Jornal da Globo* conta, no início de cada edição, com um texto cujo formato é próximo ao que Rezende convencionou como editorial. O formato está presente no *JG* há aproximadamente dez anos e é o único telejornal da Rede Globo a contar com tal estrutura. No tópico a seguir, conheceremos um pouco da sua história e evolução deste programa televisivo.

### **3. Jornal da Globo: o último telejornal do dia**

O *Jornal da Globo* é um telejornal veiculado de segunda a sexta-feira pela Rede Globo de Televisão. Sua criação se deu em 1967, antes mesmo da criação do *Jornal Nacional*. No entanto, o telejornal ficou fora da programação da Globo entre 1969 e 1979, quando volta a fazer parte da programação da emissora. Há pouco mais de 30 anos em exibição ininterrupta, o *Jornal da Globo* passou por algumas mudanças desde a sua criação.

Em sua versão inicial, o telejornal tinha apenas 15 minutos e era apresentado por Hilton Gomes e Luis Jatobá. O programa exibia um “panorama das principais notícias



do Brasil e do mundo”<sup>7</sup>, de segunda a sábado, às 19h45. Sua edição inaugural foi aberta com uma reportagem sobre a implantação da televisão via satélite no Brasil, em que o apresentador explicava que a partir dali os telespectadores poderiam ter acesso ao que estivesse acontecendo no mundo no exato momento dos fatos.

Quando o telejornal voltou a fazer parte da programação da Rede Globo em 1979, estava reformulado, e não se tratava mais de um programa de curta duração disposto a somente transmitir as manchetes do dia. Nesta fase o *JG* investe em gêneros que continuam presentes no formato atual, como a coluna e o comentário.

Diferente do seu antecessor – um informativo basicamente apoiado em manchetes, levado ao ar entre 1967 e 1969 –, o novo telejornal era marcado pela diversidade de gêneros, conciliando reportagens, análises, séries e entrevistas ao vivo. O noticiário internacional era apresentado de Londres e Nova York pelos correspondentes da emissora. O tempo de duração do telejornal era determinado pela principal entrevista do dia, com o mínimo de 30 minutos. (MEMÓRIA GLOBO, 2014)

Em relação ao conteúdo, o *Jornal da Globo* atualmente conta com um texto opinativo, apresentado por William Waack no início de cada edição. Este é um elemento caracterizador do *JG*, já que se trata do único telejornal da rede a contar com tal formato. Após esse texto, são apresentadas as manchetes do dia, com a utilização do recurso do *teaser*<sup>8</sup>. Outro elemento caracterizador do telejornal é a presença de colunistas nas áreas de economia e finanças, política, economia, tecnologia, meio ambiente e cultura, e a veiculação da charge como ferramenta de crítica política.

O programa não tem horário fixo dentro da grade de programação, e geralmente vai ao ar entre 23h30 e 00h30. Desde 2005, os apresentadores oficiais são os jornalistas William Waack e Christiane Pelajo. O telejornal é conhecido pelas coberturas da vida política e econômica do Brasil.

Em relação ao texto lido por William Waack no início de cada edição do *JG*, a partir de um levantamento de vídeos feitos no site Youtube, percebemos que ele foi incorporado pelo telejornal entre 2004 e 2005, quando William Waack e Christiane Pelajo assumem a bancada do *JG*, em substituição à jornalista Ana Paula Padrão.

---

<sup>7</sup> Conforme a versão oficial da Rede Globo de Televisão, publicada no site Memória Globo.

<<http://memoriaglobo.globo.com/>>

<sup>8</sup> *Teaser* são as imagens que ilustram as manchetes da escalada.



Anteriormente, o início de telejornal era marcado unicamente pelas principais manchetes do dia.

#### 4. O Jornal da Globo tem editorial?

O editorial é o espaço de opinião institucional. Não à toa, ele é um formato integrante do gênero de jornalismo opinativo. Neste trabalho, fizemos um recorte de cinco textos veiculados pelo *Jornal da Globo*, o único telejornal da Rede Globo a contar com esse formato, cuja estrutura é semelhante ao editorial.

Partimos da hipótese de que esses textos apresentados no início de cada edição do *JG* são editoriais. Os textos analisados foram veiculados durante o mês de outubro de 2013 e foram selecionados de modo a contemplar os cinco dias da semana em que o telejornal vai ao ar. Os textos seguem integralmente transcritos abaixo:

Texto 1 - 01 de outubro (terça-feira)

Dois célebres empresários brasileiros tiveram hoje um *dia de cão*. A petroleira OGX de Eike Batista *deu um calote* em investidores, foi rebaixada à categoria de lixo por uma agência de classificação de risco, e a Polícia Federal vasculhou o apartamento de Fernando Cavendish, dono da Delta, que foi uma das maiores empreiteiras do país. A PF investiga desvio de dinheiro público. Eike e Cavendish *são o símbolo de uma época*. (*Jornal da Globo*,2013)

Texto 2 - 09 de outubro (quarta-feira)

O Brasil voltou a ter os juros reais mais altos do mundo agora à noite, com a subida dos juros para 9,5 ao ano. O Governo fez os juros descerem na marra e foi, como hoje se comprova, uma *aposta errada*. Juros *dependem de muitos fatores e não só de vontade política*. Dependem da disposição do governo de gastar menos e de poupar mais. *A disposição é baixa*. E dependem sobretudo da *inflação, que é alta* (*Jornal da Globo*,2013).

Texto 3 - 17 de outubro (quinta-feira)

Para garantir o leilão do petróleo do pré-sal na semana que vem. E o Governo vai por o Exército nas ruas do Rio. Teme-se que grupos contrários ao leilão, entre eles sindicatos de petroleiros, apelem para violência como forma de impedir uma decisão legítima. *A gente goste ou não* do leilão do pré-sal, foi tudo *aprovado segundo os trâmites democráticos*. Para quê serve então Congresso ou leis? (*Jornal da Globo*,2013)

Texto 4 - 25 de outubro (sexta-feira)

A Petrobras compra combustível lá fora mais caro do que vende aqui dentro. Não podia dar outra: a empresa *apresentou hoje considerável queda* no lucro. Manter o preço do combustível artificialmente baixo é o objetivo político do Governo e a Petrobras o seu instrumento. *É esse o tal do populismo tarifário que não costuma acabar bem*, a *não ser como foi feito* nesta sexta-feira lá na Venezuela, que criou o Vice Ministério da Suprema Felicidade Social do Povo. (*Jornal da Globo*,2013)

Texto 5 - 28 de outubro (segunda-feira)

O *populista Nicola Maduro*, presidente da Venezuela, passou a dar calote em empresas brasileiras. A Venezuela enfrenta *severas dificuldades econômicas*



causadas pelo próprio Governo. A populista Cristina Kirchner é a presidente da Argentina, perdeu eleições legislativas no domingo e enterrou o sonho de um terceiro mandato. Os argentinos parecem fartos da *errática política econômica*. São esses *populistas os grandes amigos do Brasil*. (*Jornal da Globo*, 2013)

#### **4.1 Enquadramento temático**

Em relação ao enquadramento temático, todos os textos em destaque trazem assuntos das editoriais de Política e Economia. Tal preferência temática não surpreende, pois o *Jornal da Globo* é identificado como um telejornal com forte predominância de coberturas da vida política e econômica do Brasil e do mundo.

Nos próprios textos, inclusive, podemos perceber a tendência do *Jornal da Globo* em ser pautado pelas principais notícias de jornais impressos de circulação nacional, bem como em pautá-los, tendo em vista o horário em que vai ao ar. No caso do editorial 1, o JG destaca assuntos que foram tratados por jornais de circulação nacional no dia corrente. Já no caso do editorial 2, o assunto tratado pelo texto de abertura do *Jornal da Globo* foi destaque nos jornais de circulação nacional na manhã seguinte.<sup>9</sup>

#### **4.2 Personagens citados**

No que se refere aos personagens centrais dos textos de abertura do *Jornal da Globo*, no texto 1 as personagens são os mega empresários Eike Batista e Fernando Cavendish. Nos textos 2, 3, 4, e 5, o *Jornal da Globo* trata de questões envolvendo o Governo Federal. Nos textos 4 e 5, além do Governo Federal, são citados governos latino-americanos: Venezuela e Argentina. Mais uma vez, pode-se afirmar a predominância da editoria de Política no telejornal.

#### **4.3 Características do formato editorial**

Os textos veiculados na abertura do *Jornal da Globo* emitem posicionamentos em relação aos assuntos dos quais se dispõe a tratar. O uso de verbos e qualificativos indicam que há opinião nas estruturas textuais destacadas. Pode-se perceber esse direcionamento nos grifos realizados nos textos lidos por William Waack.

---

<sup>9</sup> Para compreendermos a cobertura jornalística sobre os assuntos tratados nos editoriais, recorreremos ao acervo dos jornais *Folha de São Paulo* e *O Estado de São Paulo*, quando percebemos esse fenômeno do jornal impresso pautar o *Jornal da Globo* e vice-versa.



A partir da concepção de Marques de Melo para o editorial na realidade brasileira, entendemos que os textos de abertura do Jornal da Globo parecem travar diálogos com o Estado e com outros setores políticos e econômicos. Em quatro dos cinco textos selecionados, o Jornal da Globo menciona e opina sobre a conduta de agentes públicos.

## 5. Considerações Finais

O objetivo deste artigo foi investigar se os textos apresentados no início do Jornal da Globo podem ser categorizados no formato editorial. O editorial - integrante do gênero opinativo, é frequente no jornalismo impresso. Concluímos que ele está presente nas edições do telejornal *Jornal da Globo*. Como percurso para podermos categorizar o formato, observamos o direcionamento temático, as personagens envolvidas e as características que indicavam a possibilidade de existência do editorial.

Os cinco textos possuem como característica em comum o tratamento de assuntos das editoriais de Política e Economia. Nos cinco casos, trataram-se de assuntos que repercutiram em jornais de circulação nacional. Em alguns casos, o assunto repercutiu no dia de exibição do telejornal e em outros, foi assunto no dia posterior. No caso do leilão do pré-sal e da elevação da taxa básica de juros, a repercussão no jornalismo impresso foi posterior à exibição no *Jornal da Globo*.

A partir da análise desses textos, também foi possível perceber que o editorial no *Jornal da Globo* trava uma espécie de diálogo com o Estado, na retaguarda de interesses que compreendem questões políticas e econômicas, caracterizando, portanto, o conceito de editorial percebido por José Marques de Melo há quase trinta anos. Portanto, pode-se concluir que mesmo televisionado, o editorial é um formato integrante do *Jornal da Globo*.

## Referências bibliográficas

BELTRÃO, Luiz. **Jornalismo Opinativo**. Porto Alegre: Sulina, 1980.

COUTINHO, Iluska. Do telejornalismo público como um direito: A oferta de informação na TV Brasil como potencialidade para comunicar as diferenças. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 36., Manaus, 2013. Anais eletrônicos... São Paulo: Intercom, 2013.

MARQUES DE MELO, José. **A opinião no jornalismo brasileiro**. Petrópolis: Vozes, 1985.



**MEMÓRIA GLOBO.** Jornal da Globo – 1979/ no ar. Disponível em  
<<http://memoriaglobo.globo.com/programas/jornalismo/telejornais/jornal-da-globo-1979-no-ar.htm>>. Acesso em 22. fev. 2014.

REZENDE, Guilherme Jorge de. Gêneros e formatos jornalísticos na televisão brasileira. In: **Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, 32., Curitiba, 2009. Anais eletrônicos... São Paulo: Intercom, 2009.

TELEJORNALISMO. **Jornal da Globo**, São Paulo: Rede Globo, 01, 09, 17, 25 e 28 de outubro de 2013. Programa de TV.