

JORNALISMO DIGITAL EM PERSPECTIVA DIALÓGICA: UMA ANÁLISE DO GÊNERO EDITORIAL NA *FOLHA DE S. PAULO*

*DIGITAL JOURNALISM IN A DIALOGICAL PERSPECTIVE:
AN ANALYSIS OF THE EDITORIAL GENRE IN FOLHA DE
S. PAULO*

Heloisa Mara MENDES¹
Marina Célia MENDONÇA²

Resumo: Neste trabalho, pretendemos analisar, a partir da perspectiva dialógica, com base em escritos de Bakhtin e Volóchinov, editoriais publicados na edição digital do jornal *Folha de S. Paulo*. A escolha de enunciados pertencentes ao campo do jornalismo justifica-se pelo fato de que os gêneros discursivos não permanecem indiferentes às especificidades de sua atualização no campo da comunicação social a que pertencem. A análise evidencia uma arquitetura por meio da qual são pressupostos dois públicos leitores distintos: um habitual, talvez mais culto e com disponibilidade de tempo para ler, e outro eventual, talvez, menos informado e com menos tempo livre.

Palavras-chave: Diálogo. Jornalismo digital. Editorial. *Folha de S. Paulo*.

Abstract: Drawing on the works of Bakhtin and Volóchinov, and thus from a dialogical perspective, in this paper we intend to analyze editorials published on the online edition of *Folha de S. Paulo* newspaper. The choice of utterances pertaining to the field of journalism is justified by the fact that speech genres do not remain indifferent to the specificities of their updating into the field of social communication to which they belong. The analysis evidences an architectonics whereby two different readerships are assumed: the first one regards to a frequent reader, perhaps more cultured and with more availability of time to read, whereas the second one regards to a casual reader, less educated and with less free time.

Keywords: Dialogue. Digital journalism. Editorial. *Folha de S. Paulo*.

¹ Universidade Federal de Uberlândia (UFU), Uberlândia, Minas Gerais, Brasil; hlsmds@ufu.br; <https://orcid.org/0000-0002-4893-7893>

² Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho" (UNESP), Araraquara, São Paulo, Brasil; marina.mendonca@unesp.br; <https://orcid.org/0000-0002-5712-2346>

Introdução

O objetivo deste artigo é refletir sobre a produção e circulação do editorial, um gênero pertencente ao campo jornalístico, em meio digital. Considerando que o conjunto de gêneros do discurso se amplia e se diferencia à medida que um campo da comunicação humana se complexifica, visamos contribuir com uma análise das especificidades do diálogo estabelecido entre o jornal *Folha de S.Paulo* e o leitor presumido a partir de seu *site*.

Por meio dos editoriais, diariamente, a *Folha* expressa sua opinião sobre temas da atualidade, visando, em alguma medida, reproduzir os anseios do leitor que, por sua vez, se identifica com o jornal quando detecta opiniões que coincidem com sua visão de mundo. Os enunciados recortados para análise são, portanto, formados por meio desse processo, nem sempre harmônico, mas certamente dialógico, de compreensão ativa e responsiva produzida na interação entre o jornal e o público leitor presumido.

O referencial teórico que orienta a análise realizada é a obra do Círculo, principalmente, Bakhtin (1993, 2016a, 2016b) e Volóchinov (2018, 2019). São mobilizados os conceitos de enunciado, diálogo, gênero do discurso e arquitetônica.

Com relação à metodologia, adotamos o cotejamento entre textos pertencentes ao mesmo campo da comunicação social, o jornalístico, com o intuito de, em conformidade com Bakhtin (2011) e Geraldi (2012), recuperar, mesmo que parcialmente, a cadeia de enunciados a que o texto responde, se opõe, com a qual concorda e/ou polemiza.

Atentamos, ainda, para a responsabilidade do analista, visto que, no interior da perspectiva teórico-metodológica adotada, ao realizar um exercício interpretativo, o observador é parte dos enunciados que serão interpretados, envolve-se com o diálogo como um novo participante.

Quanto à organização do artigo, inicialmente, discorreremos de modo breve sobre os conceitos que norteiam a análise. Em seguida, traçamos um breve histórico da relação estabelecida entre a *Folha* e o jornalismo digital. Por fim, apresentamos nossa leitura dos enunciados procurando abordar seus aspectos mais gerais e apontar traços das projeções que o jornal faz das respostas ativas de seus leitores, como forma de descrever aspectos da natureza sociointeracional do gênero e do funcionamento do campo.

Enunciado, diálogo, gênero do discurso e forma arquitetônica

Bakhtin (2016a) e Volóchinov (2019) propõem considerar o enunciado como a unidade real do discurso, um *todo* semântico que, por mais autônomo e acabado que possa parecer, deve ser compreendido como uma gota no fluxo da comunicação discursiva, incessante tanto quanto a própria vida e a história.

É Bakhtin (2016a, p. 29) quem explicita que os limites do enunciado são definidos pela alternância dos sujeitos do discurso: “Todo enunciado [...] tem, por assim dizer, um princípio absoluto: antes do seu início, os enunciados dos outros; depois do seu término, os enunciados responsivos dos outros”. Essa alternância é um dos fatores que permitem, ao autor, distinguir o enunciado – unidade da comunicação discursiva – das palavras e orações – unidades da língua. Os demais fatores referem-se à entonação expressiva, ou seja, uma das formas de expressão da relação emocionalmente valorativa que o sujeito estabelece com o objeto de seu discurso, ao contato com a realidade concreta por meio de situações comunicativas reais, à relação com enunciados alheios e à capacidade de suscitar respostas. As palavras e orações, diferentemente, são tomadas como unidades cuja natureza e cujas fronteiras são gramaticais.

Os dois filósofos russos também compartilham a concepção de que todo enunciado é, por natureza, socialmente orientado, isto é, dialógico. Em *Marxismo e filosofia da linguagem*, Volóchinov (2018) considera o diálogo, entendido em sentido amplo, como a forma de toda interação discursiva, pensamento que reitera no artigo “Estilística do discurso literário II: a construção do enunciado” (2019). Para ele, o caráter dialógico assenta-se no fato de que todo enunciado considera um ouvinte, sua compreensão e resposta, sua concordância ou discordância, em outras palavras, sua percepção avaliativa. Além disso, incide sobre essa orientação do enunciado para o outro a consideração da relação sócio-hierárquica existente entre os interlocutores. A partir dessa consideração, Volóchinov (2019) desenvolve sua argumentação em torno da orientação social como uma força que, junto com a situação, determina a expressão exterior do enunciado.

Em “O texto na linguística, na filologia e em outras ciências humanas”, Bakhtin (2016b), por sua vez, concebe o texto como qualquer conjunto coerente de signos e propõe tomá-lo como ponto de partida de toda disciplina pertencente às ciências humanas. Para tanto, o texto é considerado um enunciado, ou seja, uma totalidade individual, singular e historicamente única, um elo na cadeia da comunicação discursiva. Sobre o conceito que nos interessa aqui, afirma que as relações dialógicas são relações de sentido entre diferentes tipos de elos do fluxo discursivo. Para ele,

- | Jornalismo digital em perspectiva dialógica: uma análise do gênero editorial na *Folha de S.Paulo*

Dois enunciados distantes um do outro, tanto no tempo quanto no espaço, que nada sabem um sobre o outro no confronto dos sentidos revelam relações dialógicas, se entre eles há ao menos alguma convergência de sentidos (ainda que seja uma identidade particular do tema, do ponto de vista, etc.). (BAKHTIN, 2016b, p. 102).

Sua concepção em torno do papel determinante dos elos precedentes e subsequentes na constituição de todo enunciado é detalhada em “Os gêneros do discurso”. Nesse ensaio, o autor afirma que a construção do enunciado por um falante considera as atitudes responsivas dos interlocutores que, por sua vez, são tomados como participantes ativos da comunicação discursiva: “Desde o início o falante guarda a resposta deles, espera uma ativa compreensão responsiva. É como se todo o enunciado se construísse ao encontro dessa resposta” (BAKHTIN, 2016a, p. 62).

Na perspectiva bakhtiniana, o enunciado é concebido no interior de um campo da comunicação social como um reflexo de suas condições e finalidades específicas, o que se faz notar, de modo indissolúvel, no conteúdo temático, no estilo e na estrutura composicional, elementos que serão desenvolvidos, neste texto, ao longo da análise dos editoriais. Aos tipos de enunciados, organizados, construídos e acabados de modo singular por cada campo, Bakhtin (2016a) denomina gêneros do discurso.

Neste trabalho, os enunciados pertencentes ao gênero editorial serão tomados tendo em vista também sua forma arquitetônica. Noção que está presente já nos escritos bakhtinianos da década de 1920, a arquitetônica permite considerar a totalidade de cada enunciado em sua relação com o exterior, ou seja, como um objeto orientado por valores sociais, históricos e ideológicos. Esse eixo axiológico, a forma arquitetônica, define a forma composicional do gênero (BAKHTIN, 1993).

A partir desse referencial teórico, analisamos o gênero editorial, um tipo relativamente estável de enunciado proferido por integrantes do campo jornalístico. Com o intuito de delinear o processo de responsividade pressuposto na interação que se estabelece entre o jornal e o leitor por meio da edição digital, recortamos enunciados do jornal *Folha de S.Paulo* publicados durante o mês de fevereiro de 2020. Antes de procedermos à análise do *corpus*, apresentamos um breve histórico relacionado à consolidação desse jornal no mercado brasileiro e à sua relação com o desenvolvimento do jornalismo digital, como forma de compreender alguns aspectos de sua identidade.

A *Folha de S.Paulo* e o jornalismo digital

O jornal *Folha de S.Paulo*, tal como o conhecemos hoje, é resultado da fusão ocorrida, na década de 1960, entre os jornais *Folha da Noite* (1921), *Folha da Manhã* (1925) e *Folha da Tarde* (1949).

A consolidação da *Folha* como o diário de maior circulação no Brasil a partir da década de 1980 está relacionada, por um lado, ao pioneirismo na modernização de seu parque gráfico (foi o primeiro jornal a realizar a impressão em *offset* em cores em larga tiragem) e, por outro lado, à regulação de princípios editoriais (informação correta, interpretações competentes sobre essa informação e pluralidade de opiniões sobre os fatos).

Com relação à expressão de opinião, questão que perpassa nosso *corpus*, em seu primeiro projeto editorial, publicado em 1981, a *Folha* já reivindicava para si um papel que não fosse tão somente o de repositório das diversas opiniões produzidas pela sociedade – embora reconhecesse a importância dessa função do jornalismo – e prescrevia a necessidade de que o veículo tivesse suas próprias convicções sobre os acontecimentos, pois elas seriam responsáveis por colocar em cena o jornal como um elemento dinâmico, com uma identidade e uma função social bem definidas. Para a *Folha*, “são também as opiniões oficialmente expostas pelo jornal que possibilitam o desenrolar de um importante diálogo silencioso entre o leitor e seu jornal, diálogo que, com o passar do tempo, cimenta os laços de respeito e de estima entre o jornal e seu leitorado” (A FOLHA, 1981).

Em projeto editorial publicado mais recentemente, o jornal reitera a importância do pluralismo de opiniões assinadas e acrescenta que as posições que assume não direcionam a cobertura de caráter informativo. Em um contexto marcado pela publicação massiva de notícias falsas e pela forte presença de intolerância, sobretudo, em redes sociais, a exposição do público leitor ao contraditório, como aponta a própria *Folha*, pode “servir de antídoto ao irracionalismo que se mostra refratário não apenas às formas tradicionais de intermediação política, mas também a todo tipo de ponderação, equilíbrio e nuance” (JORNALISMO, 2017).

A *Folha* também foi pioneira em oferecer conteúdo *on-line* a seus leitores. De acordo com Romani (2015), a chegada do serviço de notícias FolhaWeb à internet em 9 de julho de 1995, hospedado em uma URL pertencente à Embratel (www.embratel.net.br/infoserv/agFolha), foi o embrião do primeiro jornal em tempo real em língua portuguesa que, por sua vez, se tornaria o *site* de jornal brasileiro com a maior quantidade de páginas

- | Jornalismo digital em perspectiva dialógica: uma análise do gênero editorial na *Folha de S.Paulo*

visualizadas³. A rede mundial de computadores havia começado a funcionar de modo comercial há apenas dois meses e, por essa razão, a reportagem impressa que noticiava o lançamento da FolhaWeb foi acompanhada de um texto explicativo sobre a internet.

No ano seguinte, a criação do portal de internet Universo Online (UOL), pelo Grupo Folha, conglomerado de mídia detentor do jornal *Folha de S.Paulo* e de outras empresas, pode ser considerada a iniciativa que, de fato, impulsionou o jornalismo digital. Em um período em que a conexão era discada e dispendiosa, a audiência do UOL (que oferecia acesso à internet e conteúdo em um único pacote, algo novo para a época) cresceu exponencialmente. Com dois anos de funcionamento, o portal conseguiu reunir cerca de 350 mil assinantes em todo o país e ter suas páginas visitadas mensalmente por mais de três milhões de pessoas, o que representava 80% do total de brasileiros usuários da internet. Vinculado ao UOL, o canal de notícias, cuja operação se dava de forma independente da edição impressa, em 1º de agosto de 1999, passou a se chamar *Folha Online* e ser reconhecido como um jornal em tempo real, o que exigiu a ampliação da equipe de colaboradores e a melhoria da infraestrutura (HISTÓRIA, [2000]).

No entanto, foi somente a partir da chegada da banda larga, na segunda metade da década de 2000, que o jornal em formato eletrônico foi substancialmente transformado, visto que o aumento da capacidade de transmissão de dados possibilitou a inclusão de conteúdos multimídia no *site*, entre outros recursos, o desenvolvimento de aplicativos para dispositivos móveis e a criação da TV Folha (ROMANI, 2015).

A integração das redações das edições *on-line* e impressa ocorreu em maio de 2010 e foi acompanhada de uma reforma gráfica⁴. Na perspectiva do editor-executivo da *Folha*, a ideia por trás da fusão

3 Por ocasião da cobertura da pandemia do coronavírus em março de 2020, o número de páginas vistas nas plataformas digitais da *Folha* chegou a 405 milhões, e sua edição digital recebeu 69,8 milhões de visitantes únicos, número superior ao registrado em outubro de 2018, mês das últimas eleições presidenciais, quando a quantidade registrada pelo Google Analytics 360 foi de 64 milhões de visitantes únicos (FOLHA, 2020). O primeiro recorde em visualizações da *Folha* ocorreu em outubro de 2014, durante a eleição presidencial, com 395,7 milhões de páginas vistas e 33,5 milhões de visitantes únicos (ROMANI, 2015).

4 De acordo com Dávila (2010), as principais mudanças advindas com a reforma gráfica foram: o aumento de 12% no tamanho das letras, com formato e diagramação “que deixam a leitura mais fácil”; títulos mais fortes, hierarquização mais clara das reportagens, identidade mais evidente entre os cadernos, fotos maiores e quadros informativos “mais limpos e didáticos”. Ele afirma que “parte dos textos está mais enxuta, maneira de resumir os acontecimentos da véspera sem fazer o leitor perder tempo e paciência. Parte está mais analítica, um dos pilares do projeto novo, que priorizará a contextualização e a interpretação do fato conhecido.”. E acrescenta que “o leitor escolherá seu caminho, o mais rápido, mas de qualidade, ou o mais profundo, mas compreensível; ambos serão contemplados pelo jornal.”. As mudanças também atingiram a parte editorial, com alterações nos nomes de alguns cadernos. Além disso, 29 novos colunistas passaram a escrever no jornal.

[...] é transformar a Redação num centro captador de notícias que funcione 24 horas por dia e produza informação de qualidade para qualquer plataforma, seja ela o papel, que é e continuará a ser a vitrine principal da marca *Folha*, o *on-line*, agora rebatizado de *Folha.com*, ou em *smartphones* e *tablets*, por *terpedos* e *e-mails* e o que mais for inventado. (DÁVILA, 2010, grifo do autor).

A opinião do diretor de redação da *Folha*, por sua vez, aponta para a necessidade de renovação do jornalismo “clássico”:

[...] é preciso ter a humildade de aprender. Reconhecer que os jornais são muitas vezes cansativos, previsíveis, prolixos, distantes, redundantes, parciais cifrados para o leigo e superficiais para o especialista. Será preciso, ao mesmo tempo, desejo sincero de melhorar, experimentar, arriscar. (FRIAS FILHO, 2010).

Dois anos após a reformulação que atingiu não só os profissionais, mas o projeto gráfico do jornal, o nome *Folha.com* deixou de ser usado. As edições impressa e digital passaram a ser identificadas da mesma forma – como *Folha de S. Paulo* – e a disponibilizar o mesmo conteúdo. Com isso, e seguindo sua predisposição ao pioneirismo, a *Folha* adotou o *paywall*, uma forma de restrição por meio da qual os usuários que desejam acessar o conteúdo de um *site* devem pagar por ele.

Atualmente, mais da metade da audiência da *Folha* se dá por meio de dispositivos móveis (ROMANI, 2015). Considerando tanto os assinantes quanto os internautas que ocasionalmente acessam o jornal, em média, mais de 250 milhões de páginas são vistas por mês, por cerca de 30 milhões de visitantes (COM, 2019). Esses dados, em alguma medida, apontam para a vitalidade do jornalismo profissional em meio digital.

Uma leitura dos editoriais da *Folha*

Por meio do *site* do jornal *Folha de S. Paulo*, plataforma que utilizamos para o recorte do *corpus* de pesquisa, além da edição digital, é possível acessar uma versão digitalizada da edição impressa. Essa versão apresenta, na tela, as páginas do jornal exatamente como se encontram no papel, com suas colunas e cadernos. É possível, também, selecionar os textos de acordo com a edição impressa. Nesse caso, são relacionados os títulos presentes na referida edição, mas a apresentação de cada enunciado concreto não mantém uma relação de semelhança com o papel (a disposição em colunas, própria do jornal impresso, é eliminada; os *links*, recurso próprio das páginas *web*, permanecem). Nosso *corpus*, cinquenta e oito editoriais publicados em fevereiro de 2020, pertence à edição digital propriamente dita.

Por um lado, a escolha de um gênero pertencente ao campo do jornalismo, cuja produção e circulação se dá em meio digital, justifica-se pelo fato de que, de modo geral, os gêneros discursivos não permanecem indiferentes às especificidades do campo da comunicação social a que pertencem, mas as explicitam. Por outro lado, a escolha da *Folha* deve-se ao fato de que, há dez anos, a empresa jornalística unificou as redações responsáveis pelas edições impressa e *on-line*, com o intuito de que os dois suportes – o papel e a tela – estabelecessem, entre si, uma relação mais orgânica. Tencionamos, em alguma medida, verificar se isso, de fato, é refletido nos enunciados.

Grosso modo, o editorial é o gênero do campo jornalístico por meio do qual é apresentada a opinião institucional e coletiva de um jornal ou revista sobre temas da atualidade considerados relevantes. Ele pode versar sobre temas políticos, econômicos e sociais, entre outros, e guarda uma relação estreita com a notícia, visto que a opinião se refere a questões que foram noticiadas na mesma edição ou em edições recentes. Embora, no interior do próprio campo, o editorial seja classificado como um gênero opinativo (MELO, 2003), cuja função seria analisar e/ou avaliar a realidade, não se pode negar que esse gênero contenha, também, informação⁵.

O que merece a opinião da *Folha*? Responder a essa pergunta pressupõe a análise de uma das dimensões do gênero editorial, seu conteúdo temático. Para Bakhtin (2016a), a análise de uma das dimensões de um gênero do discurso não se separa das demais, entre elas, o estilo e a estrutura composicional. Por essa razão, em nossa análise, focalizar uma das dimensões sempre significará recuperar as demais.

No interior da perspectiva dialógica,

[...] a noção de esfera permeia a caracterização do enunciado e dos seus tipos relativamente estáveis, os gêneros, no que diz respeito ao seu tema, à sua relação com os elos precedentes (enunciados anteriores) e com os elos subseqüentes (a atitude responsiva dos co-enunciadores). (GRILLO, 2006, p. 146).

No *corpus*, o conteúdo temático dos editoriais, gênero pertencente à seção Opinião, dialoga com enunciados pertencentes a outras seções do jornal e com uma presumida atitude responsiva do leitor. Para detalhar um pouco mais esse diálogo, recorreremos à divisão das seções na edição digital, suas denominações e a remissão a outros enunciados por meio de *links*.

5 Para uma discussão sobre o paradigma Opinião/Informação comumente adotado na classificação dos gêneros jornalísticos, ver Cavalcanti (2006).

As principais seções da edição digital da *Folha* estão disponíveis na parte superior da página, logo abaixo do nome do jornal. São elas: Últimas, Opinião, Poder, Economia, Mundo, Cotidiano, Esporte, Cultura, Podcasts e F5, apresentadas nessa ordem. Na mesma barra, encontram-se botões que dão acesso à versão digitalizada e às versões em inglês e espanhol. Cada seção, por sua vez, é subdividida. A título de exemplo, Cotidiano contém: Educação, Ambiente, Saúde, Rio de Janeiro, Alalaô, Femicídio e Mortes. Uma relação mais abrangente das seções que compõem o *site* do jornal é disposta em um menu localizado no canto superior esquerdo da página⁶.

A relação das principais seções em um lugar privilegiado da página coloca em cena uma presumida atitude responsiva do leitor relacionada aos temas de seu interesse ao navegar pelo *site*. Esse leitor, pelo olhar da *Folha*, se interessa não só pelo conteúdo jornalístico propriamente dito (Opinião, Poder etc.), mas receia perder os acontecimentos mais recentes (Últimas), busca uma forma de entretenimento que privilegia a vida de celebridades (F5) e uma alternativa de acesso à informação/opinião (Podcasts).

Outro dado relevante diz respeito aos nomes das seções. A partir do projeto gráfico implementado em 2010, o noticiário relativo à política passou a ser chamado de Poder, e o caderno Economia passou a ser designado como Mercado. A edição digital, entretanto, alterna entre o emprego de Economia (na primeira página) e Mercado (no interior da seção), para identificar os conteúdos relacionados a questões de ordem econômica. Isso também ocorre com o conteúdo tradicionalmente associado ao caderno Ilustrada, em que Ilustrada é empregado no interior da seção, e Cultura identifica o conteúdo na primeira página da edição digital.

Tanto a seleção das seções quanto os nomes empregados na primeira página indiciam uma orientação a um público leitor mais amplo do que aquele que, sendo leitor habitual da edição impressa, teria familiaridade com os nomes dos cadernos e, portanto, seria capaz de localizar com facilidade os conteúdos de seu interesse. Com essa forma de organização das seções, em alguma medida, a *Folha* procura “ajudar” o público leitor mais amplo, uma característica que pode ser depreendida do funcionamento do campo jornalístico e, como procuraremos mostrar, do próprio editorial.

A respeito do funcionamento do campo, em trabalho no qual analisa as relações entre o discurso jornalístico e o literário, o científico e o político, Cavalcanti (2006, p. 184, grifo do autor) afirma que uma das representações do sujeito jornalista que emerge com frequência no discurso da *Folha* refere-se ao sujeito iluminado, “que tem por missão levar a luz”.

⁶ A descrição das seções da edição digital da *Folha de S.Paulo* refere-se ao que foi observado no *site* do jornal durante o primeiro semestre do ano de 2020.

A oferta de conteúdo de ordem econômica é um bom indício do diálogo, em alguma medida, assimétrico, que a *Folha* procura estabelecer com o leitor. Em 27 de julho de 1998, foi criado o Folhainvest, suplemento descrito pelo jornal como “um caderno semanal que traz informações e análises para *ajudar* o leitor a entender o mercado financeiro. O objetivo do caderno é tornar o mercado acessível a qualquer investidor” (HISTÓRIA, 2000, grifo nosso). Para nós, o pressuposto de que esse objetivo foi cumprido pode ter fomentado a adoção do nome Mercado mencionada anteriormente. Hoje, enquanto o leitor da edição impressa parece ser visto como alguém que supostamente entende melhor o mercado financeiro e/ou tem familiaridade com a seção do jornal voltada para esse tipo de informação, o leitor da edição digital, diferentemente, ainda precisa fazer essa transição.

A função didática, aparentemente uma característica do funcionamento do campo jornalístico no Brasil e que a *Folha* se autoatribui quando da criação do Folhainvest, também é reforçada na última edição de seu *Manual da redação* que, em diversas passagens a respeito da prática jornalística, apresenta a palavra didatismo grafada com destaque.

O manual prescreve que o didatismo perpasse a apresentação do conteúdo: “O leitor sairá ganhando sempre que o jornal apresentar uma notícia com *didatismo*” (FOLHA DE S.PAULO, 2018, p. 67, grifo do autor); que, ao relatar, o jornalista “*deve ter como objetivos oferecer informações com exatidão, clareza, concisão e didatismo e prender a atenção do leitor até o último parágrafo*” (FOLHA DE S.PAULO, 2018, p. 73, grifo do autor); e que “seja didático”:

Lembre-se de que a *Folha* é um veículo de circulação ampla. Seus leitores têm formações diferentes e distintos graus de familiaridade com os assuntos abordados no jornal. Textos, vídeos e infográficos devem ser apresentados de forma tal que o leigo os entenda e o especialista não os reprove.

Não se esqueça de que o jornal dispõe de diversos recursos editoriais a serviço do *didatismo*: perguntas e respostas, linhas do tempo, glossários etc. Empregue-os. (FOLHA DE S.PAULO, 2018, p. 75, grifo do autor).

Entre os sentidos de didatismo, tanto está a característica do que é didático, ou seja, daquilo que é destinado a ensinar, quanto a maneira afetada de ser didático. Embora o segundo sentido não pareça estar no projeto de dizer do jornal, a insistência do manual na adoção do didatismo como algo inerente à prática de seus profissionais e o estilo que permeia os enunciados analisados podem levar à interpretação de que o sujeito da *Folha*, por vezes, incorre na afetação.

Considerando-se a remissão a enunciados precedentes publicados pelo jornal, sobretudo, por meio de *links* nos parágrafos introdutórios, por meio dos quais o tema é anunciado e/ou recordado, os editoriais recortados para análise dialogam com as demais seções na seguinte proporção: Cotidiano, 18 vezes; Poder, 17 vezes; Economia, 13 vezes; Mundo, 8 vezes; Cultura, 1 vez; e Esporte, 1 vez. Os editoriais relacionados à seção Cotidiano, especificamente, tratam de assuntos bastante diversificados, entre eles, meio ambiente, educação, saúde, violência e segurança pública.

Na seleção dos assuntos considerados importantes a ponto de figurarem em um editorial, já se encontra uma projeção da compreensão ativa responsiva do leitor. A relação dos editoriais com os elos precedentes e subsequentes coloca em evidência uma preocupação com temas que impactam diretamente a vida de um público leitor mais amplo, diferentemente da visão que o próprio campo jornalístico nutre a respeito desse gênero. Para Melo (2003, p. 109), “os editoriais continuam a tratar daqueles temas que não correspondem aos interesses cotidianos de seus leitores.”. Essa afirmação baseia-se em dados das décadas de 1960 e 1970, segundo os quais menos de 10% dos leitores leriam editoriais. Entre as razões para a recusa do editorial pelo leitor brasileiro da época, encontram-se:

- 1) o editorial é massudo – maciço, sem subtítulos, com poucos parágrafos, muito intelectualizado; 2) destina-se a uma determinada classe de leitores – empresários e políticos; 3) não é valorizado – figura isoladamente na superfície impressa, distante das matérias que tratam informativamente dos mesmos temas; 4) não interessa ao leitor – geralmente o tema abordado não diz respeito ao universo específico do público. (VIGGIANO, 1970 *apud* MELO, 2003).

Apesar de não dispormos de dados atuais sobre a leitura dos editoriais da *Folha*, podemos afirmar que eles, recentemente, configuram-se de forma diferente da retratada na citação anterior e, por essa razão, aproximam-se do leitor. O diálogo com temas mais próximos de sua vivência (ligados às seções Cotidiano, Cultura e Esporte) e o estabelecido com temas políticos e econômicos é equilibrado. Esse fato, por si só, demonstra que os editoriais não se destinam a determinada classe de leitores, mas a um público mais amplo, constituído por assinantes e leitores eventuais, cuja compreensão ativa responsiva presumida pretende conhecer a opinião do jornal sobre questões bastante diversas entre si. No *Manual da redação*, a repetição de temas em gêneros opinativos (apenas artigos e colunas são mencionados) é vista como algo que “cansa o leitor” (FOLHA DE S.PAULO, 2018, p. 129). Assim, os editoriais, pela diversidade dos temas, também dialogam com esse leitor que o jornal pretende manter entretido.

Além disso, embora, na edição impressa, os editoriais ainda figurem distantes espacialmente do conteúdo informativo, na edição digital essa distância é encurtada, eventualmente, pela apresentação do antetítulo, do título e do subtítulo do editorial na primeira página do *site* do jornal, em espaço contíguo ao dos demais títulos sobre o mesmo tema, e pela presença de *links* ao longo dos enunciados.

Com relação à estrutura composicional, também não é conveniente afirmar que o editorial da *Folha* seja “massudo”. Um antetítulo, grafado com letras minúsculas na cor cinza, é seguido pelo título, destacado em negrito, e por um subtítulo, grafado também na cor cinza com uma fonte de tamanho maior que a do antetítulo e menor do que a empregada no título. Ilustra cada editorial uma fotografia grande em preto e branco disposta entre o subtítulo e o texto propriamente dito que, por sua vez, pode ser composto por nove, dez, onze, doze ou treze parágrafos. Ao longo dos editoriais, entre dois e seis *links* remetem a notícias, reportagens, outros editoriais, artigos de opinião, infográficos e/ou fotografias.

Na edição digital, os editoriais são identificados por meio do antetítulo “O que a Folha pensa”. Na edição impressa, diferentemente, a palavra “Editoriais”, grafada com grandes letras maiúsculas, antecede os enunciados concretos.

O antetítulo “O que a Folha pensa” decorre de uma campanha publicitária homônima veiculada em 2014. Nela, leitores de perfis muito diversos informam a opinião da *Folha* sobre questões polêmicas à época (casamento “gay”, pena de morte, cotas raciais, política econômica, legalização das drogas) e se posicionam a favor ou contra essa opinião. No final do anúncio publicitário, uma voz em *off* afirma: “Concordando ou não, siga a *Folha*, porque ela tem suas posições, mas sempre publica opiniões divergentes.” (NOVA, 2020). No vídeo, é exibida a *hashtag* #sigaafolha, recurso bastante utilizado em redes sociais para indexar postagens com o mesmo tema e facilitar a recuperação de informação, acompanhada do endereço eletrônico que supostamente remetia aos editoriais (folha.com.br/oqueafolhapensa). A campanha, talvez, possa ser considerada um marco na relação estabelecida entre a empresa e o meio eletrônico, visto que faz referências diretas a ele, mas não ao impresso. “Siga” em vez de leia a *Folha* e a indicação da URL são os indícios mais evidentes.

A adoção do antetítulo nos editoriais, por si só, pode ser considerada um ato avaliativo orientado a um leitor que, supostamente, tem pouca familiaridade com os gêneros do campo jornalístico e/ou pouca habilidade para distinguir o conteúdo opinativo dos conteúdos informativo e interpretativo do jornal.

Corroboram nossa leitura as introduções à seção Opiniões da Folha. Nessa subseção de Opinião, são apresentadas as opiniões do jornal a respeito de alguns temas,

entre eles: saúde, educação, drogas, aborto, união homoafetiva (“homossexual”, de acordo com o ponto de vista adotado pelo jornal), cultura, mobilidade urbana, segurança pública, entre outros.

Em um momento em que a edição digital está consolidada e garante a liderança da *Folha* no mercado brasileiro, antes da apresentação da opinião do jornal sobre os mais diversos temas, afirma-se: “Sem deixar de abrir espaço a opiniões das mais variadas tendências, a *Folha expressa seus próprios pontos de vista diariamente, por meio de textos não assinados, chamados, na tradição da imprensa escrita, de editoriais*” (FOLHA, 2018, grifo nosso). No fragmento destacado, o jornal reivindica para si a função didática de definir o gênero ao passo que representa um auditório, para usar o mesmo termo empregado por Volóchinov (2019), que supostamente não conhece a nomenclatura empregada pelo campo jornalístico, pelo menos não em sua versão mais tradicional, a da imprensa escrita.

Em 2014, quando a fusão entre as edições impressa e digital era, ainda, bastante recente, a introdução às Opiniões da Folha era completamente diferente. Nesse momento, o jornal não se mostrava compelido a definir os editoriais, e o leitor presumido, conseqüentemente, parecia dispor de conhecimentos acerca desse gênero do campo jornalístico:

Desde que circulou sua primeira edição, em 19 de fevereiro de 1921, a *Folha* não só acompanhou as inúmeras transformações ocorridas no Brasil e no mundo, mas também se viu transformada por elas. As opiniões que hoje expressa em seus editoriais são fruto de uma experiência acumulada nesses 93 anos. (FOLHA, 2014, grifo do autor).

Os títulos dos editoriais são concisos e, de forma recorrente, são constituídos por um sintagma nominal em que um nome é seguido por um adjetivo ou uma locução adjetiva. “Cidade sem teto” (CIDADE, 2020) e “Folia agigantada” (FOLIA, 2020) são alguns exemplos. Entre os recursos menos recorrentes na composição dos títulos, estão outras formas de construção nominal, exemplificada em “Desimpedido” (DESIMPEDIDO, 2020), e o emprego de sintagmas verbais, como em “Zelar pela retomada” (ZELAR, 2020) e “Insuflando ânimos” (INSUFLANDO, 2020).

De modo geral, se isolados, os títulos pouco favorecem a antecipação do tema. Seu estilo, a nosso ver, parece incitar a leitura do editorial por um leitor supostamente mais exigente que selecionaria o gênero discursivo, independentemente do tema. Além disso, as construções nominais valorativas, em alguma medida, condensam a opinião que é detalhada ao longo do editorial. Essa forma de construção dos títulos, prevista apenas

- | Jornalismo digital em perspectiva dialógica: uma análise do gênero editorial na *Folha de S.Paulo*

para editoriais e outros gêneros de caráter opinativo (FOLHA DE S.PAULO, 2018), se opõe àquela que dispõe de formas verbais, presente em número bastante reduzido no *corpus*, e que enseja algum tipo de ação, movimento.

A opção por apresentar uma interpretação no título, construir uma verdade, ganha um reforço visual com a fotografia em preto e branco que ilustra os editoriais (vide Anexo). O registro em preto e branco, recurso muito utilizado no campo jornalístico quando havia fortes restrições para a impressão em cores, algo completamente superado pelo jornalismo digital, cria uma realidade diferente da concebida pelas fotografias coloridas, impõe um caráter mais atemporal àquilo que é registrado dessa forma. Nos editoriais, a fotografia em preto e branco diz mais sobre a *Folha* do que sobre aquilo que é retratado, dado seu caráter ilustrativo. O *Manual da redação* prescreve a ilustração de todo texto presente nas plataformas digitais por pelo menos uma imagem (FOLHA DE S.PAULO, 2018). Por meio da fotografia em preto e branco, o jornal reitera, de modo conservador, seu caráter de formador de opinião. É como se as formas de produzir e colocar enunciados em circulação pudessem ser reorganizadas, refeitas, remodeladas a partir da internet, mas não a função social do jornalismo profissional de transcender o conteúdo noticioso. Em seu projeto editorial mais recente, essa função, pautada na difusão de opiniões consideradas qualificadas, é reiterada como algo que estimula o exercício da cidadania e contribui para o desenvolvimento das ideias e da sociedade (JORNALISMO, 2017).

Outro aspecto relacionado à ilustração dos editoriais refere-se à recorrência de uma mesma fotografia da fachada do Banco Central do Brasil em diferentes enunciados sobre a atuação da instituição. No período apurado, foram publicados três editoriais com o mesmo registro do Banco Central e um quarto editorial em que a fachada do edifício é registrada sob um ângulo mais fechado. A regularidade do registro fotográfico parece indicar o diálogo com um leitor para quem, presumidamente, a atuação do Banco Central é árida, distante. Nesse contexto, a *Folha* parece assumir o papel de cooperar com esse leitor, criar uma memória, fixando, para isso, uma mesma imagem da instituição.

Os subtítulos, por sua vez, mantêm o posicionamento evidenciado no título ao mesmo tempo em que resumem a notícia que serviu de mote ao editorial. É exemplar desse processo o subtítulo do editorial “Zelar pela retomada”, de 8 de fevereiro de 2020: “Diante de sinais de fragilidade na economia, BC acerta em reduzir juros de novo” (ZELAR, 2020).

Juntos, antetítulo, título e subtítulo (elementos reproduzidos na primeira página da edição digital) sintetizam o conteúdo do editorial e colocam em cena o fato de que o leitor poderia prescindir da leitura do restante do enunciado, o que reforça o diálogo com um leitor com pouca disponibilidade de tempo para ler. O disposto no manual do jornal

a respeito de títulos e subtítulos de notícias reforça nossa leitura a respeito dos editoriais: “Títulos e subtítulos constituem o principal, quando não o único ponto de contato de muitos leitores com a notícia” (FOLHA DE S.PAULO, 2018, p. 118).

Esse mesmo leitor é presumido por meio da fragmentação dos enunciados em inúmeros parágrafos. De acordo com o manual do jornal, “parágrafos curtos tornam o texto visualmente convidativo, oferecem uma pausa para respirar e encorajam o leitor a seguir em frente, o que é ainda mais importante nas plataformas digitais. Grandes blocos de texto, sem nenhuma quebra, desestimulam o início da leitura” (FOLHA DE S.PAULO, 2018, p. 146). Como forma de estimular a leitura dos textos, a *Folha* prescreve a conversão de orações longas em curtas e a escrita de parágrafos com cerca de 220 caracteres.

A estrutura composicional, o conteúdo temático e o estilo dos editoriais dialogam com o que prescreve o *Manual da redação*, como vimos apontando, e, também, com as mudanças implementadas na última reforma gráfica.

Embora, de modo geral, as normas prescritas no manual estejam mais voltadas para a redação de gêneros informativos, afirma-se sobre o editorial:

Na *Folha*, seu estilo deve ser ao mesmo tempo incisivo e elegante, com registro mais formal que o das reportagens, mas sem incidir em linguagem empolada. Espera-se que apresente a questão de forma concisa e equilibrada, desenvolva argumentos defendidos pelo jornal, refute opiniões opostas e chegue a uma conclusão. (FOLHA DE S.PAULO, 2018, p. 137, grifo do autor).

Com relação à reforma gráfica, de acordo com Haddad (2010), a “série de alterações visuais é fundamental para amparar as mudanças editoriais da *Folha*, que preveem um jornal mais sintético na sua forma e mais analítico e interpretativo no conteúdo”.

No interior da própria *Folha*, a proposta de tornar o jornal “mais fácil de ler” (FOLHA, 2010) e oferecer enunciados, a um só tempo, mais sintéticos e analíticos não foi recebida sem polêmica. Em *O jornal do futuro* (2010), documentário sobre as mudanças decorrentes da integração das equipes de jornalistas responsáveis pelas edições impressa e *on-line* e da reforma gráfica, ao ouvir que os textos seriam menores, porém mais analíticos, o colunista Marcelo Coelho reage perguntando como se faz isso, visto que não lhe parece possível reunir os dois critérios em um mesmo texto. Otávio Frias Filho responde distinguindo dois “corredores de leitura”: um deles seria formado pelo que ele chama de “noticiário *commodity*”, “bem feito e bem sintético”, e o outro atenderia os 25% dos leitores “com um grau de exigência maior”, “com mais disponibilidade para ler” e “mais interesse”. Para estes, os textos seriam mais longos.

A suposição de que os editoriais, por seu teor analítico e extensão, sejam destinados a uma pequena parcela do público leitor da *Folha* não encerra o trabalho a que nos propusemos. Nossa equação é um pouco mais complexa e pretende extrair dos próprios enunciados sinais das condições sociais e históricas que os arquitetaram. Os levantamentos relacionados ao conteúdo e à estrutura composicional que fizemos até aqui não deixam dúvidas de que, por meio de seus editoriais, o jornal dialoga com um leitor nem tão exigente, nem tão interessado, nem tão disponível, nem tão especializado como a declaração de Frias Filho e o trabalho de Viggiano podem sugerir, exceto pelo estilo dos títulos e seleção de alguns assuntos. Sendo assim, passaremos a detalhar aspectos imbricados à estrutura composicional e ao estilo como forma de detalhar as características do leitor presumido. Para tanto, consideraremos que “muito da estrutura formal dos textos vai definir seu estilo, que, por sua vez, também influenciará na escolha dos elementos formais do enunciado” (CRISTÓVÃO, 2012, p. 105).

A introdução dos editoriais, cuja extensão recobre vários parágrafos, apresenta, pelo menos, duas formas típicas. Em uma delas, alude-se mais diretamente, no primeiro parágrafo, à notícia que motivou a escrita do texto opinativo, como exemplificado em:

Os estados de São Paulo e Rondônia se somam à vanguarda do atraso ao censurar, nos últimos dias, livros de autores consagrados da literatura nacional e internacional.

Cidades como Rio de Janeiro e Porto Alegre já marcharam ao obscurantismo no ano passado, com a censura a uma publicação em quadrinhos na Bienal do Livro carioca, a mando do prefeito, e a retirada de charges políticas na Câmara Municipal da capital gaúcha, por ordem da presidente da Casa. (CENSURA, 2020).

Na outra forma, de caráter bem mais abrangente, remonta-se a fatos sociais, históricos, políticos e/ou culturais que, na perspectiva do jornal, estão no âmago do assunto em pauta. O procedimento que, no fragmento a seguir, se estende pelos três primeiros parágrafos, assemelha-se ao que, no jargão jornalístico, é referenciado como “nariz de cera”, uma forma de introdução que pode ser cortada sem prejuízo informativo e que, nos textos noticiosos, deve ser evitada (FOLHA DE S.PAULO, 2018).

Mazelas relacionadas à execução de obras públicas ocupam, há muito, lugar de destaque na lista de disfuncionalidades do Estado brasileiro.

As causas desse fenômeno são múltiplas e atávicas: planejamento inepto, entraves burocráticos, distribuição intermitente de recursos, gestão deficiente e, não menos importante, corrupção.

Combater essa chaga, que atinge os três níveis da administração, exige conhecê-la em detalhes – o que muitas vezes não acontece.

Em São Paulo, essa lacuna começou a ser preenchida recentemente. Desde abril de 2019, o Tribunal de Contas do Estado vem produzindo um amplo mapa de obras paralisadas ou atrasadas.

No seu levantamento mais recente, encerrado em janeiro, o órgão de controle listou 1.412 empreendimentos nessa situação. Desse total, 716 encontravam-se parados e 696 já deveriam ter sido inaugurados. Os contratos referentes às obras estagnadas somam cerca de R\$43 bilhões, dos quais já foram pagos R\$14,4 bilhões. (PARALISIA, 2020).

Em ambas as formas típicas de introdução, tanto pode-se presumir que o leitor conheça a notícia da qual o editorial trata quanto o contrário. Os *links*, em alguma medida, evidenciam esse diálogo com o leitor e, portanto, podem ser considerados um aspecto do estilo da *Folha*, visto que, de acordo com Brait (2008, p. 95), a respeito do escrito sobre os gêneros do discurso, “o estilo depende do modo que o locutor percebe e compreende seu destinatário e do modo que ele presume uma compreensão responsiva ativa”. Na perspectiva bakhtiniana, a estrutura composicional e o estilo são dimensões resultantes da relação estabelecida entre um sujeito e seu grupo social:

A quem se destina o enunciado, como o falante (ou o que escreve) percebe e representa para si os seus destinatários, qual é a força e a influência deles no enunciado – disto dependem tanto a composição quanto, particularmente, o estilo do enunciado. (BAKHTIN, 2016a, p. 62-63).

Na introdução de “Censura envergonhada” (2020), o *link* é empregado para remeter a uma notícia mais antiga sobre censura a publicações por governos estaduais e, em alguma medida, rememorar e/ou ampliar o conhecimento de mundo do leitor sobre práticas obscurantistas em curso no país. Na introdução de “Paralisia paulista” (2020), diferentemente, o *link* remete à notícia que motivou a produção do editorial, o que pode ser considerado um indício do pressuposto de que, para o jornal, talvez, o leitor não a conheça.

Tomando a presença de *links* nos parágrafos introdutórios dos editoriais como ponto de partida, verificamos que a remissão ao conteúdo noticioso que serviu de mote ao editorialista é o procedimento mais frequentemente empregado e perpassa temas ligados às mais diferentes seções do jornal. Já a presença de *links* aos quais estamos atribuindo a função de “ampliar o conhecimento de mundo do leitor”, embora ocorra com menos frequência, parece sofrer certa coerção do conteúdo temático. Esse tipo de *link* foi encontrado em editoriais cujo tema estava relacionado às seções Mundo, Cotidiano e Mercado, mas não em editoriais relacionados a Poder. Os editoriais sobre questões políticas apresentam, na introdução, *links* que remetem à notícia motivadora. No outro caso, destaca-se o fato de que a remissão leva a enunciados por meio dos quais evidencia-se a presunção de que o leitor também não tenha tanto conhecimento sobre o tópico em pauta.

No editorial “O brexit consumado”, de 2 de fevereiro de 2020 (O BREXIT, 2020), embora haja, na introdução, o pressuposto de que o leitor conheça a notícia, o *link* remete a “E se o brexit fosse contado como o divórcio de um casal?”, um texto em que “a *Folha* reconta a saída do bloco como se fosse o fim do casamento entre duas pessoas: o britânico Paul e a francesa de raízes alemãs, jeito italiano e charme belga Marie Müller” (FINOTTI; OLIVA, 2020). Outro exemplo é encontrado no editorial “Melhora com risco”, de 4 de fevereiro de 2020 (MELHORA, 2020), cujo *link* introdutório remete a “Real, 25, é a moeda mais longeva da história recente do país” (PILAGALLO, 2019), uma reportagem com linguagem acessível, várias imagens, uma linha do tempo das moedas brasileiras a partir de 1942 e esparsas informações sobre inflação.

Esses exemplos evidenciam um diálogo com um leitor presumidamente despreparado e sem muita disponibilidade de tempo para ler: ora desconhece a notícia a partir da qual a *Folha* se posiciona – sobretudo quando se trata do noticiário político –, ora desconhece questões inerentes a ela, mas pode acessá-las por meio de textos fáceis, curtos, com predomínio do imagético e que, aparentemente, pertencem ao mesmo conjunto de textos definido por Frias Filho como “noticiário *commodity*”. O *Manual da redação*, por sua vez, reforça o diálogo com esse leitor, sobretudo em relação ao conteúdo informativo:

Convém assumir que o leitor desconhece fatos precedentes relacionados a uma notícia que se divulga. A memória recente dos eventos precisa ser considerada na elaboração de um texto. O jornalista também deve avaliar a pertinência de incluir outros elementos para a *contextualização* (históricos, sociais, estatísticos e culturais). (FOLHA DE S.PAULO, 2018, p. 75, grifo do autor).

A argumentação, parte do editorial que concentra a análise e interpretação de um acontecimento, se dá por meio da recuperação de fatos históricos, indicação de dados estatísticos, apresentação de prós e contras, divulgação de estudos e levantamentos realizados pelo próprio jornal e/ou por outras instituições e evocação da Constituição (“a Carta”, “Lei Maior”). “Cidade sem teto”, editorial de 1º de fevereiro de 2020 sobre o aumento do número de desabrigados na capital paulista, é ilustrativo de parte dos argumentos mobilizados (vide Anexo).

Nesse editorial, a apresentação dos dados indicados pela administração municipal e sua contestação por um movimento social, em alguma medida, visa incorporar ao editorial uma aura de objetividade. O efeito de sentido decorrente das provas mobilizadas na argumentação é o de que, embora a *Folha*, por meio de seus editoriais, expresse uma opinião, a realidade é tratada de forma não enviesada. Nossa leitura pode ser validada pela forma como o jornal se posiciona diante da divergência entre os dados, por meio de “Seja como for”. A expressão funciona como um marcador discursivo cuja função é a de não vincular a *Folha* a nenhuma das posições que divergem sobre a quantidade de moradores de rua na cidade de São Paulo. Desse modo, afirma-se, para o leitor, a imparcialidade do jornal e procura-se garantir o compromisso ético entre eles.

Pode-se dizer que a FSP [*Folha de S. Paulo*] constrói de si uma imagem cujo traço principal é a autonomia, de que decorre a ideia de isenção. Mais do que uma estratégia de *marketing*, trata-se, acreditamos, de uma estratégia de mitificação que, uma vez realizada, faz muito mais do que vender jornais. Como dissemos, depois de mitificado, um discurso como o jornalístico pode silenciar o que não é de seu interesse, homogeneizar conflitos, impor interpretações, e ainda conservar a imagem de discurso desideologizado. (CAVALCANTI, 2006, p. 132, grifo do autor).

Como também se pode observar no editorial em anexo, os *links* não se restringem à introdução, mas podem ser encontrados ao longo dos enunciados como um recurso argumentativo que visa confirmar as informações apresentadas. Para além do diálogo estabelecido entre o jornal e o leitor que, supostamente, a partir dos *links*, “anseia” por mais informação do que a disponibilizada nos editoriais, esses elementos hipermidiáticos são, também, um recurso eficaz de divulgação das matérias jornalísticas em um meio em que a audiência é medida pela quantidade de acessos.

Um recurso pouco utilizado, mas não menos importante para o desenvolvimento da argumentação, refere-se às formas de transmissão do discurso alheio, ou seja, “o discurso dentro do discurso, o enunciado dentro do enunciado”, mas ao mesmo tempo é

- | Jornalismo digital em perspectiva dialógica: uma análise do gênero editorial na *Folha de S.Paulo*

também *o discurso sobre o discurso, o enunciado sobre o enunciado* (VOLÓCHINOV, 2018, p. 249, grifo do autor).

No *corpus*, a *Folha* reserva o emprego de formas de discurso direto a enunciados proferidos especificamente por Jair Bolsonaro, Paulo Guedes e Donald Trump. Outras declarações de terceiros, diferentemente, são reproduzidas na forma de discurso indireto. Nas citações a seguir, declarações do presidente brasileiro e do secretário de cultura paulista, respectivamente, são relatadas:

Mais recentemente, o chefe do Executivo fez aceno também aos taxistas, com a demissão espalhafatosa do comando do Inmetro. “Mande todo mundo embora”, gabou-se, relatando que o órgão federal decidira fazer uma imposição – de fato questionável – de troca de tacógrafos. (INSUFLANDO, 2020).

Youssef, que representa uma face mais progressista do governo municipal, vê no Carnaval também um meio de manifestação política –que, aliás, se potencializa em ano eleitoral. O secretário já declarou que pretende fazer com que a festa seja um contraponto a ameaças à liberdade de expressão. (FOLIA, 2020).

No interior da perspectiva dialógica, “as formas de transmissão do discurso alheio expressam *a relação ativa* de um enunciado com outro” (VOLÓCHINOV, 2018, p. 251, grifo do autor). Ademais,

[...] a transmissão é voltada para um terceiro, isto é, àquele a quem são transmitidas as palavras alheias. Essa orientação para um terceiro é especialmente, importante, pois ela acentua a influência das forças sociais organizadas sobre a percepção do discurso. (VOLÓCHINOV, 2018, p. 252).

A distribuição das formas de transmissão do discurso alheio adotada nos editoriais da *Folha* indicia uma elaboração sintática, estilística e composicional com vistas à assimilação do enunciado do outro. O efeito de sentido decorrente da opção pelo discurso direto é o de preservação da integridade e da autenticidade do discurso transmitido. Entretanto, os discursos assim transmitidos intervêm no discurso transmissor de forma caricata, visto que rompem o estilo formal próprio do gênero. Ressalta-se, desse modo, o tom do enunciado, a *persona* responsável por ele (“gabou-se”, em mais de uma ocorrência, implica uma avaliação sobre o discurso citado e seu enunciador). Dado o caráter, muitas vezes, insólito das declarações das referidas autoridades, esse discurso

só pode ser transmitido pelo discurso jornalístico de forma estritamente demarcada na materialidade linguística. No outro caso, decorre da opção pelo discurso indireto um efeito de objetividade. O conteúdo, não a entonação, do discurso transmitido é incorporado como argumento de autoridade.

Com relação à orientação das formas de transmissão do discurso alheio, ao demarcá-las de forma tão estrita, o jornal coloca em evidência um posicionamento comedido, presumidamente compartilhado com o leitor. Por um lado, as declarações imponderadas são mantidas à distância, isoladas entre aspas, o que coincide com a prescrição de que “apenas declarações importantes ou inusitadas” devam ser deixadas entre aspas (FOLHA DE S.PAULO, 2018, p. 157). Por outro lado, as declarações que não conflitam com o tom sóbrio adotado nos editoriais (e reiterado nas fotografias em preto e branco que os ilustram) figuram de forma mais integrada ao discurso transmissor, podem ser recebidas pelo leitor como uma extensão do discurso da *Folha*.

Essa sobriedade estilística é observada, também, por meio de escolhas lexicais que podem ser consideradas mais formais, entre elas: “vitupério”, “sismo”, “solvência”, “atávico”, “soldos”, “transigir”, “escorchante”, “carbonário”, entre outras. Essas palavras, que pululam em um ou outro enunciado, poderiam indiciar um léxico compartilhado com um leitor, talvez, mais intelectualizado. Entretanto, nota-se uma tentativa de não tornar o editorial ininteligível por um público mais amplo. Isso se dá, por exemplo, pela ocorrência do arcaísmo “alcaide” e da expressão coloquial “Entra prefeito, sai prefeito” em um mesmo enunciado (CORREDORES, 2020).

O que estamos descrevendo como sobriedade, ponderação, comedimento, em geral, perpassa a totalidade dos enunciados analisados e pode ser visto como efeito do posicionamento e da função social sustentados pelo jornal e da situação de interação entre o autor e o leitor por meio do gênero.

Na edição digital da *Folha*, o editorial se mostra como um gênero cindido entre um público leitor habitual, talvez, mais culto, com mais disponibilidade de tempo para ler textos analíticos e opinativos (como sugerem o estilo dos títulos, algumas escolhas lexicais, a extensão e finalidade dos enunciados e parte de seu conteúdo temático) e um público leitor eventual que, supostamente, nem sempre compartilha com o enunciador o conhecimento de notícias e outros dados inerentes a elas, em outras palavras, um público que, navegando pelo *site*, talvez visite a página do editorial e anseie pelo preenchimento de diferentes lacunas de informação, algo que, distintivamente, seria bem tolerado por um leitor mais experiente.

- | Jornalismo digital em perspectiva dialógica: uma análise do gênero editorial na *Folha de S.Paulo*

Considerações finais

Como procuramos mostrar ao longo da análise, a edição digital da *Folha de S.Paulo* aponta dois diferentes processos de responsividade pressupostos no diálogo estabelecido entre o jornal e o leitor.

O diálogo com um público leitor mais amplo e que, eventualmente, acessa as páginas do jornal se evidencia no conteúdo temático, na estrutura composicional e no estilo dos editoriais. O jornal procura se posicionar sobre assuntos que não se restringem à política e ao mercado financeiro como, outrora, admitiam integrantes do próprio campo, o que sugere um leitor menos especializado e mais afeito à expressão de opinião da *Folha* a respeito de questões cotidianas. Os enunciados são fragmentados em muitos parágrafos à moda dos *tweets*, enunciados de até 280 caracteres que predominam em uma conhecida rede social, o que coloca em cena um leitor aparentemente menos adaptado a massas textuais mais extensas. Seu antetítulo preanuncia o caráter opinativo do enunciado, o que remete a um leitor que, talvez, possa ser considerado distante da nomenclatura tradicionalmente adotada para os gêneros do campo jornalístico. Os *links*, por fim, vão tratando de preencher as lacunas de informação desse leitor que, presumidamente, não tem tanta disponibilidade de tempo para ler e parece despreparado, mas supostamente valoriza a objetividade e o comedimento.

É inequívoco que também intervém, nos editoriais analisados, um diálogo com outro tipo de leitor, visto como alguém que tem um domínio lexical mais amplo e cujo interesse pode ser aguçado mais pelo título e pelo gênero dos enunciados do que por seu tema.

A nosso ver, a arquitetônica, que expõe o diálogo do jornal com um leitor, presumidamente, eventual e outro habitual, é reveladora de um objetivo comercial bem definido: o jornal produz com foco na manutenção e na ampliação de seu público leitor. Se, por um lado, a manutenção pode ser garantida por meio de editoriais dotados de pretensa objetividade, apartidarismo e independência e da disponibilidade do conteúdo jornalístico em diferentes plataformas e suportes, a ampliação, por outro lado, parece depender do papel didatizante assumido pela própria *Folha* na formação desse público.

A análise que realizamos evidencia que o jornal, em sua lógica mercantilista, logra reunir, no gênero editorial, os dois “corredores de leitura” de que trata Frias Filho, o que, em alguma medida, contraria o caráter mais orgânico pretendido com a unificação das redações responsáveis pelas edições impressa e *on-line* e demonstra que os gêneros jornalísticos não são impermeáveis ao funcionamento do campo em que são produzidos e não podem ser destinados a um ou outro leitor distintivamente.

Agradecimentos

O presente trabalho é resultado de um projeto de pós-doutorado desenvolvido no Departamento de Linguística da Faculdade de Ciências e Letras da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, *campus* de Araraquara (SP).

Referências

A FOLHA e alguns passos que é preciso dar. **Folha de S.Paulo**, Projetos editoriais anteriores, São Paulo, 1981. Disponível em: <http://temas.folha.uol.com.br/folha-projeto-editorial/projetos-editoriais-anteriores/1981-a-folha-e-alguns-passos-que-e-preciso-dar.shtml>. Acesso em: 10 abr. 2020.

BAKHTIN, M. Os gêneros do discurso. *In*: BAKHTIN, M. **Os gêneros do discurso**. Organização, tradução, posfácio e notas de Paulo Bezerra. São Paulo: Editora 34, 2016a. p. 11-69.

BAKHTIN, M. O texto na linguística, na filologia e em outras ciências humanas. *In*: BAKHTIN, M. **Os gêneros do discurso**. Organização, tradução, posfácio e notas de Paulo Bezerra. São Paulo: Editora 34, 2016b. p. 71-107.

BAKHTIN, M. Metodologia das ciências humanas. *In*: BAKHTIN, M. **Estética da criação verbal**. Introdução e tradução de Paulo Bezerra. 6. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2011. p. 393-410.

BAKHTIN, M. O problema do conteúdo, do material e da forma na criação literária. *In*: BAKHTIN, M. **Questões de literatura e de estética: a teoria do romance**. 3. ed. Tradução Aurora Fornoni Bernadini *et al.* São Paulo: Editora UNESP, 1993. p. 13-70.

BRAIT, B. Estilo. *In*: BRAIT, B. (org.). **Bakhtin: conceitos-chave**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2008. p. 79-102.

CAVALCANTI, J. R. **No “mundo dos jornalistas”**: interdiscursividade, identidade, ethos e gêneros. 2006. Tese (Doutorado em Linguística) – Instituto de Estudos da Linguagem, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2006.

- | Jornalismo digital em perspectiva dialógica: uma análise do gênero editorial na *Folha de S.Paulo*

CENSURA envergonhada. **Folha de S.Paulo**, Opinião, São Paulo, 13 fev. 2020. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/opiniaio/2020/02/censura-envergonhada.shtml>. Acesso em: 5 maio 2020.

CIDADE sem teto. **Folha de S.Paulo**, Opinião, São Paulo, 1º fev. 2020. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/opiniaio/2020/02/cidade-sem-teto.shtml>. Acesso em: 29 maio 2020.

COM crescimento digital, Folha lidera circulação total entre jornais brasileiros. **Folha de S.Paulo**, Poder, São Paulo, 21 abr. 2019. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2019/04/com-crescimento-digital-folha-lidera-circulacao-total-entre-jornais-brasileiros.shtml>. Acesso em: 10 abr. 2020.

CORREDORES da lentidão. **Folha de S.Paulo**, Opinião, São Paulo, 21 fev. 2020. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/opiniaio/2020/02/corredores-da-lentidao.shtml>. Acesso em: 2 jun. 2020.

CRISTÓVÃO, A. **Fazendo gênero em jornalismo**: os projetos editoriais da *Folha de S.Paulo* em perspectiva dialógica. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2012.

DÁVILA, S. Informação exclusiva de cara nova. **Folha de S.Paulo**, Poder, São Paulo, 22 maio 2010. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2010/05/739057-informacao-exclusiva-de-cara-nova.shtml?origin=folha>. Acesso em: 7 abr. 2020.

DESIMPEDIDO. **Folha de S.Paulo**, Opinião, São Paulo, 7 fev. 2020. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/opiniaio/2020/02/desimpedido.shtml>. Acesso em: 22 abr. 2020.

FINOTTI, I.; OLIVA, D. E se o brexit fosse contado como o divórcio de um casal? **Folha de S.Paulo**, Mundo, São Paulo, 31 jan. 2020. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/mundo/2020/01/e-se-o-brexit-fosse-contado-como-o-divorcio-de-um-casal.shtml>. Acesso em: 28 maio 2020.

FOLHA atinge recorde de audiência com coronavírus. **Folha de S.Paulo**, Poder, São Paulo, 1 abr. 2020. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2020/04/folha-atinge-recorde-de-audiencia-com-coronavirus.shtml>. Acesso em: 7 abr. 2020.

FOLHA lança domingo pacote de novidades. **Folha de S.Paulo**, Poder, São Paulo, 18 maio 2010. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2010/05/736654-folha-lanca-domingo-pacote-de-novidades.shtml>. Acesso em: 4 maio 2020.

FOLHA DE S.PAULO. **Manual da redação**: as normas de escrita e conduta do principal jornal do país. 21. ed. São Paulo: PubliFolha, 2018.

FOLIA agigantada. **Folha de S.Paulo**, Opinião, São Paulo, 5 fev. 2020. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/opiniao/2020/02/fofia-agigantada.shtml>. Acesso em: 29 maio 2020.

FRIAS FILHO, O. Reflexão: 7 vidas do jornalismo. **Folha de S.Paulo**, Poder, São Paulo, 22 maio 2010. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2010/05/739297-reflexao-7-vidas-do-jornalismo.shtml>. Acesso em: 7 abr. 2020.

GERALDI, J. W. Heterocientificidade nos estudos linguísticos. *In*: GRUPO DE ESTUDOS DOS GÊNEROS DO DISCURSO (org.). **Palavras e contrapalavras**: enfrentando questões da metodologia bakhtiniana. São Paulo: Pedro & João Editores, 2012. p. 19-39.

GRILLO, S. V. de C. Esfera e campo. *In*: BRAIT, B. (org.). **Bakhtin**: outros conceitos-chave. São Paulo: Contexto, 2006. p. 151-184.

HADDAD, N. Renovação gráfica. **Folha de S.Paulo**, Especial, São Paulo, 23 maio 2010. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/especial/fj2305201011.htm>. Acesso em: 4 maio 2020.

HISTÓRIA da Folha. **Folha de S.Paulo**, Círculo Folha, São Paulo, [2000]. Disponível em: https://www1.folha.uol.com.br/fofha/circulo/historia_folha.htm. Acesso em: 7 abr. 2020.

INSUFLANDO ânimos. **Folha de S.Paulo**, Opinião, São Paulo, 26 fev. 2020. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/opiniao/2020/02/insuflando-animos.shtml>. Acesso em: 1 jun. 2020.

JORNALISMO digital é antídoto para notícia falsa e intolerância. **Folha de S.Paulo**, Projeto editorial, São Paulo, 30 mar. 2017. Disponível em: <http://temas.folha.uol.com.br/fofha-projeto-editorial/projeto-editorial-fofha-de-s-paulo/introducao.shtml>. Acesso em: 10 abr. 2020.

- | Jornalismo digital em perspectiva dialógica: uma análise do gênero editorial na *Folha de S.Paulo*

MELHORA com risco. **Folha de S.Paulo**, Opinião, 4 fev. 2020. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/opiniao/2020/02/melhora-com-risco.shtml>. Acesso em: 2 jun. 2020.

MELO, J. M de. **Jornalismo opinativo**: gêneros opinativos no jornalismo brasileiro. 3. ed. Campos do Jordão: Mantiqueira, 2003.

NOVA campanha da Folha faz homenagem à propaganda histórica. **Folha de S.Paulo**, Mercado, São Paulo, 27 jun. 2020. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2020/06/nova-campanha-da-folha-faz-homenagem-a-propaganda-historica.shtml>. Acesso em: 27 jun. 2020.

O BREXIT consumado. **Folha de S.Paulo**, Opinião, São Paulo, 1 fev. 2020. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/opiniao/2020/02/o-brexit-consumado.shtml>. Acesso em: 2 jun. 2020.

O JORNAL do futuro. Direção de Fernando Grostein Andrade. Brasil: Spray Filmes, 2010. São Paulo: TV Folha, 2010. Arquivo de vídeo (9 minutos e 47 segundos), colorido. (versão reduzida). Disponível em: <https://mais.uol.com.br/view/4134608>. Acesso em: 4 maio 2020.

PARALISIA paulista. **Folha de S.Paulo**, Opinião, São Paulo, 20 fev. 2020. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/opiniao/2020/02/paralisia-paulista.shtml>. Acesso em: 5 maio 2020.

PILAGALLO, O. Real, 25, é a moeda mais longeva da história recente do país. **Folha de S.Paulo**, Mercado, São Paulo, 30 jun. 2019. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/opiniao/2020/02/paralisia-paulista.shtml>. Acesso em: 28 maio 2020.

ROMANI, B. Líder entre jornais, Folha completa 20 anos na internet. **Folha de S.Paulo**, Folha 20 anos na internet, São Paulo, 8 jul. 2015. Disponível em: <http://temas.folha.uol.com.br/folha-20-anos-na-internet/a-folha-na-web/lider-entre-jornais-folha-completa-20-anos-na-internet.shtml>. Acesso em: 7 abr. 2020.

VOLÓCHINOV, V. N. **Marxismo e filosofia da linguagem**: problemas fundamentais do método sociológico na ciência da linguagem. 2. ed. Tradução, ensaio introdutório, glossário e notas de S. V. C. Grillo e E. V. Américo. São Paulo: Editora 34, 2018.

VOLÓCHINOV, V. Estilística do discurso literário II: A construção do enunciado. *In*: VOLÓCHINOV, V. **A palavra na vida e a palavra na poesia**. Organização, tradução, ensaio introdutório e notas de Sheila Grillo e Ekaterina Vólkova Américo. São Paulo: Editora 34, 2019. p. 266-305.

ZELAR pela retomada. **Folha de S.Paulo**, Opinião, São Paulo, 8 fev. 2020. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/opiniao/2020/02/zelar-pela-retomada.shtml>. Acesso em: 22 abr. 2020.

COMO CITAR ESTE ARTIGO: MENDES, Heloisa Mara; MENDONÇA, Marina Célia. Jornalismo digital em perspectiva dialógica: uma análise do gênero editorial na *Folha de S.Paulo*. **Revista do GEL**, v. 18, n. 1, p. 101-128, 2021. Disponível em: <https://revistadogel.gel.org.br/>

Submetido em: 17/11/2020 | Aceito em: 23/01/2021.

Anexo

POUR A FOLHA PERISA

Cidade sem teto

Com salto no total de desabrigados, promessas devem ir além da campanha eleitoral

     



Pedestres passam em frente a morador de rua em São Paulo. - Nélio Maurício/Pesquisa/Folhapress

19 de Junho de 2020

EDIÇÃO IMPRESSA

◀ Voltar a ler A- A+

Números apresentados pelo prefeito de São Paulo, Bruno Covas (PSDB), em entrevista coletiva na sexta (31), quantificaram um drama social que os habitantes da cidade observam cotidianamente a olho nu: a população de rua atingiu a marca de 24.344 pessoas em 2019.

Trata-se de um salto de 60% em quatro anos —em 2015, eram 15,9 mil os moradores em tal situação.

A progressão é indissociável da grave recessão econômica que o país enfrentou e da morosidade com que se ensaia a retomada do crescimento. Nesses anos, marcados, entre outras dificuldades, por forte queda da indústria e perda de dinamismo do setor imobiliário, a capital registrou um aumento do desemprego de 13,2% para 16,6%.

O cenário em algumas regiões, em especial aquelas em que vivem dependentes de álcool e drogas pesadas, como o crack, é devastador.

Note-se que os dados revelados pela prefeitura foram contestados por pessoas que participaram da contagem. Alegando que áreas da cidade teriam sido evaziadas antes do levantamento e que habitantes de barracos e favelas sob viadutos não foram computados, o Movimento Pop Rua estima que o número estaria em torno de 32 mil.

Seja como for, o fato é que uma verdadeira cidade de pessoas sem teto vive nas ruas de São Paulo.

O quadro exige urgente melhoria das políticas públicas para o setor. Sabe-se, por exemplo, que os [albergues destinados a abrigar os sem-teto](#) têm mais de 5.000 vagas ociosas.

Muitas das pessoas abordadas por agentes públicos recusam-se a morar nesses locais, que adotam regras não raro hostis, como horários inflexíveis e proibição da guarda de carroças usadas para coleta de material reciclável —além de alimentação de má qualidade.

Na entrevista, Covas anuncia a intenção da prefeitura de aumentar investimentos e mudar algumas das estratégias até aqui adotadas. Seriam alterados os valores pagos aos encarregados de fazer a abrigagem de moradores de rua, premiando os que forem mais bem-sucedidos na tentativa de conduzi-los voluntariamente aos albergues.

O prefeito também mencionou planos para ampliar a oferta de empregos públicos, como [zeladoria de parques e praças](#). Pretende-se, ainda, investir em prédios abandonados e regulamentar o artigo da lei 17.252, que prevê vagas para pessoas nessa situação por empresas contratadas pelo município.

Além dos percalços da economia, o drama dos sem-teto agrava-se com a insuficiência de investimentos em habitação social, problema, na realidade, de dimensões nacionais.

São, decerto, elegíveis as intenções manifestadas pelo prefeito. Resta saber se serão efetivadas ou se farão parte das eternas listas de promessas em anos eleitorais.

editoriais@grupofolha.com.br

     

receba notícias da folha

Coloque seu e-mail

relacionadas

 São Paulo para as próximas eleições

São Paulo e a agenda necessária para o Brasil

Em que cidade o prefeito vive?

Amazônia prova que é possível conciliar preservação e produção

Empresas, produtores rurais, ONGs e sociedade são unânimes para proteger a floresta e promover o desenvolvimento sustentável da região

Então, FOLHA! 

veja também



PROJETO EDITORIAL

Folha destaca a relevância do jornalismo profissional para combater notícias falsas