



## O conceito de jornalismo opinativo em José Marques de Melo a partir dos textos de Reinaldo Azevedo<sup>1</sup>

Maria Izabella Favaron WEIMER<sup>2</sup>

Vanessa Luiza de WALLAU<sup>3</sup>

Centro Universitário da Fundação Assis Gurgacz - FAG

### 1 Introdução

Reinaldo Azevedo é um jornalista político brasileiro conhecido principalmente pelas suas críticas à esquerda, ao comunismo e às ideias socialistas. É formado em Jornalismo, pela Universidade Metodista de São Paulo, e em Letras, pela Universidade de São Paulo (USP). Foi adepto do trotskismo e de movimentos militantes esquerdistas na juventude. Na vida adulta, foi crítico feroz da política de centro e esquerda no Brasil, incluindo os governos de Fernando Henrique Cardoso (FHC), Lula e Dilma Rousseff. Contudo, suas críticas mais contundentes foram direcionadas ao Partido dos Trabalhadores (PT). Nessa linha, escreveu, para os governos Lula I e II (2003-2011), o livro *O país dos Petralhas* (2008), e, para o governo Dilma (2011-2016), *O país dos petralhas II* (2012), chegando a afirmar que “tudo o que é bom para o PT é ruim para o Brasil” (Azevedo, 2008 pág. 1).

O jornalista, colunista e blogueiro é conhecido por cunhar e empregar diversos adjetivos em seus textos. Durante o movimento de impeachment da ex-presidente Dilma, apoiou o processo e declarou ser totalmente favorável às políticas e ideias do então vice-presidente, Michel Temer. Reinaldo é conhecido por favorecer em suas matérias, majoritariamente de opinião, políticos de centro e de direita, e considera-se um liberal de direita. Porém, ao contrário do que se poderia esperar, o jornalista se opôs firmemente ao governo Bolsonaro e apoiou a eleição de Luiz Inácio Lula da Silva em

---

<sup>1</sup> Resumo expandido apresentado no GT Pesquisa na Graduação, no VIII Encontro Regional Sul de Ensino de Jornalismo (Erejor Sul).

<sup>2</sup> Acadêmica do Curso de Jornalismo do Centro Universitário da Fundação Assis Gurgacz (FAG). Temas de pesquisa: jornalismo de opinião, análise do discurso, jornalismo brasileiro. E-mail: mariaizafw@gmail.com.

<sup>3</sup> Professora orientadora. Docente do Centro Universitário da Fundação Assis Gurgacz (FAG). E-mail: vanessaluiza@fag.edu.br.



2022, tendo-o entrevistado duas vezes em seu programa de rádio na Band News FM, antes e depois das eleições.

Nesse contexto, o presente trabalho tem como propósito analisar a mudança de opinião nos conteúdos produzidos pelo jornalista Reinaldo Azevedo, sob uma perspectiva argumentativa e lexical. Toma-se como objeto de estudo o seu programa *O É da Coisa*, transmitido pela rádio Band News FM, e sua coluna no portal UOL. A partir do conceito de jornalismo opinativo proposto por Melo (1985), busca-se compreender o percurso do jornalista, que passou de um crítico massivo e direto em relação a diversos setores do PT a um apoiador da candidatura do político do mesmo partido que antes desaprovava.

## 2 Opinião no Jornalismo Brasileiro

A opinião é uma das bases do jornalismo brasileiro. Luiz Beltrão, estudioso da área da comunicação, identificou três gêneros, o informativo, o interpretativo e o opinativo, cada qual com suas ramificações. Mais tarde, Melo (1985) reeditou essa proposta, suprimindo a subdivisão interpretativa e mantendo apenas duas grandes áreas, ordenadas a partir da noção dos formatos de gêneros jornalísticos. Assim, o gênero informativo se manifesta por meio de textos como notas, notícias, reportagens e entrevistas; enquanto o gênero opinativo se desdobra em editorial, comentário, artigo de opinião, resenha, coluna, carta e crônica.

Ambas as subdivisões propostas refletem um ideal de evolução do jornalismo em âmbito mundial. As primeiras manifestações de folhetins (considerados os primórdios dos jornais) datam a época regencial e caracterizavam-se por apresentar textos de opinião sobre costumes e aspectos sociais da época. Mais tarde, com o surgimento da instituição da imprensa, emergiram também as concepções de ética, imparcialidade e posicionamento político, que passaram a postular a necessidade de um jornalismo cuja essência fosse estritamente informativa. Melo (1985) afirma que, a partir da concepção da existência de duas grandes áreas, não se pode considerar que elas se dividem de maneira absoluta. De acordo com o autor, “são portanto veículos que se movem na direção que lhes é dada pelas forças sociais que os controlam e que refletem



também as contradições inerentes às estruturas societárias que existem” (Melo, 1985, pág. 57). Isso pois, no momento em que um veículo de comunicação se desprende de uma posição social, afirmada através de um grupo diretor e administrativo, a imparcialidade, um ideal praticamente utópico, torna-se cada vez mais distante. Nesse sentido, o autor reforça: “recusamos, portanto, a ideia da objetividade jornalística naquela acepção de neutralidade, imparcialidade, assepsia política que as fábricas norte-americanas de notícias quiseram impor a todo mundo” (Melo, 1985, pág. 57).

Essa discussão revela a evolução da imprensa, como observa Rêgo (2007, pág. 5):

A imprensa francesa nos séculos XVIII e XIX optou pelo caminho da opinião motivada pela efervescência política e o debate sobre as questões estruturais e essenciais à vida do país. Já o jornalismo inglês na mesma época, fez escolha pela informação, motivada principalmente pelo cerceamento à liberdade de expressão e pelas leis fazendárias daquela nação. Do outro lado do Atlântico, os Estados Unidos já em meados do século XIX vai de certo modo perseguir o modelo informativo inglês, no entanto, aperfeiçoado pela motivação mercadológica e explosão dos jornais populares de grandes tiragens.

No contexto brasileiro, sabe-se que, culminado pelas suas heranças colonizadoras portuguesas, a história da opinião no jornalismo brasileiro é concomitante à história da imprensa: inicialmente, a opinião predominava e a notícia, como aspecto principal dos veículos de comunicação, somente surgiu a partir do início do século XX até meados de 1940, configuração que pode ser considerada decorrente também da política oligárquica da época. A partir da década de 50, o jornalista Cláudio Abramo, que comandou a reforma gráfica de *O Estado de São Paulo*, projetou a necessidade de espaços opinativos dentro dos cadernos do veículo. Segundo Abramo (1988, p. 144):

É possível fazer um grande jornal apenas relatando os fatos, mas acredito que um jornal assim não é capaz de cumprir o seu papel, já que não vai até o fim das coisas e deixa ao leitor a incumbência de julgar por si só. É uma maneira de fazer jornal que não me parece apropriado para um país como o Brasil neste momento.

Em suma, a opinião dentro do jornalismo brasileiro se consolidou como um espaço tanto reservado a demonstrar, mesmo que não explicitamente, o posicionamento do veículo de comunicação, quanto os diversos outros aspectos opinativos da sociedade.



Portanto, o gênero opinião é de suma importância para consolidar e construir o pensamento coletivo da população brasileira. Como salienta Grossi (2007, p. 7):

A opinião pública parecia, assim, o conjunto, a soma de todas as opiniões individuais. O levantamento destas opiniões garantia a participação democrática de todos os cidadãos sobre a reedição do conhecido princípio: não apenas um homem, um voto; mas também, uma opinião.

A produção de Reinaldo Azevedo, dentro do âmbito escrito quanto radiofônico, se mostra um exemplo representativo do jornalismo opinativo contemporâneo. Seu discurso é marcado pelo uso de adjetivações fortes, ironias e construções linguísticas que evidenciam sua posição política em diferentes momentos da história brasileira. A mudança lexical observada entre suas publicações, como por exemplo a transição de uma crítica incisiva ao Partido dos Trabalhadores para uma defesa da candidatura de Lula em 2022, revela não apenas uma transformação ideológica, mas também uma estratégia discursiva que reflete as dinâmicas do cenário político nacional e o papel do jornalista enquanto formador de opinião.

Desse modo, o estudo do léxico usado e criado por Azevedo permite compreender como o discurso opinativo se adapta ao cenário e aos interlocutores. A trajetória do jornalista o posiciona como uma peça importante do jornalismo de opinião no Brasil, contribuindo para o debate público e para a consolidação de um espaço de destaque da opinião dentro da imprensa nacional.

### 3 Considerações finais

A partir da análise dos textos do jornalista Reinaldo Azevedo, com base nas teorias sobre jornalismo de opinião de José Marques de Melo (1985), compreende-se que essa área da comunicação é de suma importância, sendo um espaço legítimo para o posicionamento e construção de realidades. Entender o conceito e o caráter desse gênero é de suma importância para compreender os artifícios textuais usados pelo jornalista Reinaldo Azevedo, cuja trajetória revela uma transformação de posicionamento político e discursivo ao longo dos anos. Os resultados parciais da pesquisa indicam que a



mudança do jornalista não se deu apenas no campo ideológico, mas também no da linguagem e da argumentação.

Dessa forma, a análise do conceito de jornalismo de opinião reforça a ideia de que ele é fruto de uma construção social e instrumento de influência e representação política de cada época ou período. Ou seja, reflete não só as mudanças de opinião individuais do jornalista, mas também espelha a convicção do veículo para o qual ele publica e ecoa a situação política e social do cenário brasileiro de determinado período.

Como próximos passos, pretende-se fazer a análise aprofundada do léxico e da argumentação dos textos e falas do jornalista Reinaldo Azevedo em diferentes períodos. A fim de identificar elementos linguísticos marcantes para considerar a sua mudança de opinião. Além disso, busca-se relacionar as modificações de ideia do colunista com a credibilidade do jornalismo e da imprensa de opinião brasileira, como também o papel dessa área na formação dos ideais do povo brasileiro.

## Referências

ABRAMO, C. A regra do jogo, São Paulo, **Editora Companhia das Letras**, 1988.

AZEVEDO, Reinaldo. **O país dos petralhas**. Rio de Janeiro: Record, 2008. p. 1

GROSSI, Giorgio. **La opinión pública: teoría del campo demoscópico**. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas, 2007.

MELO, J. M. A opinião no jornalismo brasileiro. [s.l.] **Vozes**, 1985. p. 31–60.

RÊGO, A. R. Carlos Castello Branco e a opinião no jornalismo brasileiro. **Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação V Congresso Nacional de História da Mídia – São Paulo – 31 maio a 02 de junho de 2007**, [s.d.].