



EDITORIAL E CARTA DO LEITOR

É comum que jornais e revistas publiquem, além das matérias escritas por repórteres e jornalistas, colaborações de leitores e dos editores. Tanto o Editorial quanto a Carta do Leitor têm caráter opinativo, ou seja, indicam a opinião de quem escreve. São, por isso, mais subjetivos que as reportagens e notícias e em geral apresentam argumentos do autor para que, ao final, o leitor concorde com o ponto de vista apresentado.

EDITORIAL

O editorial é um texto opinativo não assinado, que pretende demonstrar a opinião de todo o veículo em que é publicado (jornal ou revista). Por causa disso, assume um tom impessoal, com predomínio de verbos na 3ª pessoa. O editorial pode vir no início do jornal ou revista, em páginas dedicadas à artigos de opinião ou, dependendo da relevância do tema, até mesmo na página inicial do jornal.

O editorial é breve, mais curto que um artigo de opinião, e de linguagem mais formal. O tom do editorial dependerá do público leitor: um editorial de um jornal de circulação nacional entre empresários será mais sério que um editorial de uma revista de curiosidades. Formalmente, os editoriais costumam ter título, introdução, desenvolvimento e conclusão.

CARTA DO LEITOR

Em geral, revistas e jornais recebem diversas cartas ou e-mails com opiniões dos leitores, e publicam algumas delas nas edições subsequentes. Cartas do leitor são textos breves que comentam, concordam ou discordam de matérias publicadas nos jornais e revistas.

A carta do leitor é mais subjetiva que o editorial, sendo escrita quase sempre em 1ª pessoa, com linguagem simples e objetiva, e como o editorial apresenta um argumento que deve ser defendido rapidamente, pois há pouco espaço para as cartas do leitor serem publicadas, e sempre são publicadas várias delas numa mesma edição. É comum que apenas os trechos mais relevantes das cartas sejam publicados.

Formalmente, a carta do leitor possui um remetente e um destinatário, ou seja, é sempre assinada, ao contrário do editorial. Deve-se evitar usar gírias e outras marcas de linguagem informal. Também é necessário levar em conta o público leitor do jornal ou revista para o qual se escreve, de modo a adaptar a linguagem.

Observe a seguir um exemplo real de carta do leitor publicada em revista:



Um novo estudo discute as consequências da repetência escolar ("A repetência reprovada", 747/2012)

Letícia Magalhães, Poços de Caldas, MG

ANOTAÇÕES