

Oficina de Notícias: Os Bastidores das Redações

Aviso

"Oficina de Notícias" é uma boa expressão para definir o dia-a-dia de um grande jornal ou revista. Veremos como uma informação – às vezes, uma migalha de informação – pode vir a transformar-se numa notícia importante, capaz de mexer com a vida de milhares de pessoas. Veremos, também, o que se passa nos bastidores de uma Redação, desde a hora em que uma informação é captada até o momento em que chega às mãos do leitor. Trata-se de um longo, tortuoso e acidentado caminho, quase sempre oculto e imperceptível ao público.

O objetivo deste trabalho é contar como são feitos os jornais e as revistas, que tipo de sistemas utilizam para capturar informações e que critérios adotam para publicá-las. Pretendemos demonstrar como e por que se faz uma publicação impressa, quais podem ser seus objetivos e utilidades, e de que modo é possível aplicar esses conhecimentos na feitura de um jornal na Escola – qualquer Escola.

Centenas de jornalistas despertaram para a profissão através do jornal da Escola. E foi a partir de publicações escolares que tiveram início muitas histórias de movimentos artísticos, políticos e de mobilização de alunos e professores em torno de bandeiras importantes para a comunidade.

O Que é Notícia

É bastante comum ouvir as pessoas reclamarem de que os jornais só trazem más notícias – e que a imprensa acaba sendo mais um motivo de irritação, com sua sádica

1 Jornalista.

preferência por notícias, crimes, inflação e aberrações, do que fonte de informação, prazer e satisfação. No entanto, quem adquire o hábito (e pode mantê-lo) de ler jornais e revistas dificilmente passa um dia sem eles. Será essa uma espécie nova de masoquismo? Imaginemos, então, um jornal que habitualmente traga em sua primeira página notícias desse tipo:

- Presidente vai ao Palácio e despacha com ministros sobre questão do Estado
- Deputados discutem leis na Câmara
- Nenhum empresário foi seqüestrado
- Detentos cumprem pena pacificamente nas penitenciárias
- Aviões decolam e pousam normalmente

Evidentemente, um jornal desse teor jamais iria irritar seus leitores – e também os manteria completamente desinformados.

Essa absurda hipótese serve para explicar a natureza do "masoquismo" dos leitores, que estão interessados, afinal de contas, em saber as notícias.

Em termos de comunicação de massa, notícia é a diferença, o singular, a negação, o inusitado. Os americanos vão ainda mais longe e costumam dizer: "Bad news are good news" (más notícias são boas notícias). É por isso que um jornal digno desse nome deve trazer, em sua primeira página, notícias que quase sempre nos tiram o bom humor, tais como:

- Presidente não aparece no Palácio e deixa ministros esperando
- Deputados gastam o dia sem discutir uma única lei na Câmara
- Novo seqüestro no Rio de Janeiro
- Presídios superlotados provocam revolta de presos
- Avião cai em Cumbica e 190 passageiros morrem

Uma antiga anedota das redações brasileiras define com muita precisão o conceito de notícia:

*"Se um cachorro morde um homem, isso não é notícia.
Notícia é quando um homem morde um cachorro."*

É certo que essa postura cética, crítica e pessimista da imprensa ganha ares de exagero, muitas vezes, e notícias importantes para os leitores acabam desprezadas por jornais e revistas pelo simples fato de que são "boas" ou "otimistas". É o caso da reportagem sobre um determinado feriadão, que leva milhões de pessoas ao litoral ou ao campo, e que é ilustrada no jornal da segunda-feira seguinte por uma foto do habitual engarrafamento da volta.

É de justiça esclarecer que a Imprensa, por si mesma, não cria fatos nem gera informações. Apenas os reflete, veicula (ou os omite) e, em alguns casos, os comenta e interpreta. Assim, se o jornal só traz notícias ruins é porque a realidade não é nada agradável – pelo menos aquela parte da realidade que cabe no espaço limitado de um jornal ou de uma revista.

Diariamente, um jornal recebe literalmente milhões de informações vindas de todos os

cantos do País e do mundo. E só tem espaço para publicar algumas poucas centenas. A necessidade de selecionar e condensar informações é que determina o pessimismo do noticiário. A maioria das empresas, por exemplo, fabrica bons produtos e apresenta lucros em seus balanços em todos os anos normais – e por isso mesmo esse tipo de fato ganha pouco espaço na imprensa. Apenas umas poucas fabricam produtos ruins ou prejudiciais e, em consequência, recebem multas, sofrem prejuízo e vão à falência. E justamente por serem minoria é que vão aparecer com destaque no noticiário.

Nos últimos anos, esse tom excessivamente pessimista e baixo astral tem sido questionado pelos editores, que atribuem a ele o afastamento dos leitores, traduzido na estagnação ou mesmo queda das tiragens das grandes publicações de interesse geral. Trata-se de uma discussão bastante polêmica, essa que tenta descobrir por que as tiragens dos jornais brasileiros são tão baixas. Somados, os grandes jornais do País não ultrapassam a casa de 6 milhões de exemplares diários (isso inclui **todos** os diários do Brasil). Um único jornal japonês, por exemplo, tem tiragem superior a essa. Na Argentina ocorre fenômeno semelhante. Nos Estados Unidos, a soma das tiragens diárias gira em torno de 65 milhões de exemplares – dez vezes mais do que no Brasil.

Parte da explicação para esse fenômeno está em fatores como o analfabetismo, a pobreza e a miséria, além da falta de hábito de leitura mesmo entre a população alfabetizada. Mas apenas parte do problema pode ser esclarecida por essa via. Afinal, é nesse mesmo país que se encontra uma das quatro maiores redes de televisão do mundo, a TV Globo, atrás apenas das três grandes redes americanas, *CBS*, *ABC* e *NBC*. E é do Brasil a quinta maior revista semanal do mundo, *Veja*. Como constata o jornalista carioca Marcos Sá CORRÊA, atual editor de *O Dia*:

"O mesmo País que tem a Veja, que tem a Rede Globo, não tem nenhum jornal entre os cem maiores do mundo. É sinal de que alguma coisa está faltando no formulário geral dos jornais. "

(Entrevista à revista *Imprensa*, edição de julho de 1991.)

De fato, os jornais brasileiros disputam o mesmo número de leitores há décadas. As tiragens não acompanham sequer o crescimento vegetativo da população, proporcionalmente. O que há é uma disputa pelo mesmo leitor. Se um jornal experimenta um aumento significativo em sua tiragem é porque outro está tendo uma queda proporcional em sua circulação. Os leitores estão simplesmente trocando um jornal pelo outro.

Em São Paulo, o maior Estado da Federação, tirando-se a superposição de leitores (pessoas que lêem dois ou mais jornais diariamente), a soma das tiragens dos dois maiores diários, *Folha de S. Paulo* e *O Estado de S. Paulo*, não ultrapassa os 500.000 exemplares por dia, durante a semana.

Mais grave do que tudo isso: os jovens simplesmente não lêem jornais. Esse fenômeno foi detectado no início da década de 80, quando uma pesquisa interna feita pelo *O Estado de S. Paulo* mostrou que cerca de 50% dos assinantes do jornal tinha mais de quarenta anos. E a faixa de assinantes entre dezoito e trinta anos diminuía a cada ano. Essa foi uma das razões que levaram o *Estadão* a promover profundas alterações em sua administração e na Redação – transformações essas que levaram à profissionalização do comando da Redação, com a contratação, pela primeira vez na história do jornal, de um profissional não-pertencente à família MESQUITA para dirigir a linha editorial da casa. Trata-se do jornalista Augusto NUNES.

Por que poucos brasileiros lêem jornal? Marcos Sá CORRÊA, em entrevista publicada no livro *Complexo de Clark Kent – São super-homens os jornalistas?* (de autoria de Geraldinho VIEIRA, Editora Summus, 1991), tenta responder a esta pergunta:

"Os jornais são comprados pela opinião, por coisas acessórias, e não propriamente por uma razão de uso, de primeira necessidade. Eu tive esta sensação em 1986, logo depois do Plano Cruzado, quando os jornais começaram a dar aquelas listas de preços de supermercados (enquanto as pessoas acreditavam ainda naquelas listas). Nos dias em que você publicava aqueles tabelões, e mesmo sem eles – como havia uma enxurrada de regras e explicações a serem dadas diariamente – os jornais, todos, ao mesmo tempo, dobraram sua circulação. Sem mudança de produto, sem qualquer programa de marketing. Aquilo me impressionou, apareceu um público latente. Por que de repente estavam todos interessados em comprar jornal? Porque o jornal falava de coisas que interessavam a eles, ou seja, os jornais não falam normalmente de coisas que interessem à população. O público considera jornal dispensável. "

Uma breve análise do conteúdo dos jornais, ainda que limitada às primeiras páginas, permite constatar que, de fato, os assuntos ali publicados têm pouco a ver com a chamada "vida real" do cidadão comum. Invariavelmente, a manchete e os principais títulos das primeiras páginas falam de atos oficiais: do Presidente da República, dos ministros, do Congresso ou mesmo de funcionários públicos de segundo escalão. A isso se dá o nome de oficialismo. Por questões históricas, a Imprensa brasileira habituou-se a encarar como notícia apenas aquilo que emana do poder e das instituições estabelecidas.

"A concepção de notícia no Brasil, mesmo quando é de oposição, é oficialista, parte do pressuposto de que quem gera o fato é o mundo oficial – seja o fato oposicionista, seja o fato governista. O brasileiro médio não dá bola para nenhum dos dois, está cheio de ambos. A Imprensa brasileira também é a única que cobre futebol, semanas inteiras, pelo lado dos cartolas. O mundo discute a preferência por um novo computador, no Brasil discutimos a Lei de Informática. Há um incêndio na floresta e aqui se faz uma entrevista com o professor não-sei-quem sobre a preservação ambiental. Há uma adoração pelo mundo oficial que se esparrama por todas as seções do jornal."

(Entrevista de Marcos Sá CORRÊA à revista Imprensa, em julho de 1991)

Outro editor de um grande jornal, Augusto NUNES, de O Estado de S. Paulo, tem opinião parecida sobre o tema:

"Eu acho que a derrota do Jornalismo ocorre quando você publica algo assim: 'Waldir Pires disse que não

admite ser candidato a vice'. Ora, ele está fazendo tudo para ser vice e isso é tão velho como a Política... você nunca diz que é candidato a vice, porque aí não vai conseguir ser nem isso. Você sai como candidato a presidente e pega uma canoa como vice. Toda declaração de político, em princípio, contém uma falsidade: você pode até registrar, mas investigue e conte o que há por trás."(2).

Na verdade, os jornais brasileiros são participantes de "um jogo de espelhos", segundo o jornalista Roberto MULLER, vice-presidente da Gazeta Mercantil, um dos mais sérios e influentes jornais do País, especializado em economia e negócios, e leitura obrigatória de empresários, autoridades e executivos. Esse jogo de espelhos consiste no seguinte: os jornais ouvem sempre as mesmas pessoas (que em todo o País não passam de duas mil), e essas pessoas, então, "fazem a cabeça" dos jornais e dos jornalistas. Quando estão elaborando seus textos, os jornalistas escrevem para serem lidos por aquelas pessoas que são as formadoras de opinião da Imprensa. Tudo não passa, então, de um grande jogo de espelhos.

Dessa deformação decorre a absoluta falta de interesse do cidadão comum pelos jornais, que só tratam de assuntos estratosféricos, vistos de uma ótica oficial, que pouco ou nada tem a ver com o cotidiano das pessoas. Mesmo quando os assuntos são importantes e afetarão a vida de todo o País, como foi o caso da Assembléia Nacional Constituinte, por exemplo, a Imprensa (e não só a escrita) fracassa. Há consenso hoje entre os jornalistas de que a cobertura da Constituinte foi uma das mais maçantes e equivocadas já realizadas pela Imprensa brasileira.

"Na Constituinte não soubemos mostrar ao leitor o que ela tinha a ver com a vida dele, e tinha tudo a ver. Ficamos na cobertura do plenário do Congresso, no acessório. Assim como até hoje não conseguimos explicar o que a dívida externa tem a ver com o bolso do leitor e com a miséria do País. Manchete com a dívida externa quase não vende jornal."

(Augusto NUNES, op. cit.)

A falta de sintonia entre a Imprensa e a sociedade é tamanha que o Brasil é talvez o único grande país do mundo, detentor de uma economia industrializada e diversificada, capitalista, que não possui publicações voltadas para a defesa do consumidor. Existem algumas tímidas tentativas, em colunas de jornais, mas não passam disso, tímidas tentativas. Em geral se limitam a publicar reclamações dos leitores e, quando muito, a procurar a empresa ou estabelecimento alvo de denúncia – que pode, assim, contrapor sua opinião à do leitor. E só.

Ainda neste mês de agosto, um fato de maior gravidade aconteceu: a ameaça, anônima mas bastante plausível, de envenenamento de produtos da Nestlé no Brasil, segunda maior fabricante do setor alimentício no mundo e líder de mercado no País. Os principais órgãos de Imprensa do País receberam, no mesmo dia, um alentado dossiê no qual um chantagista não-identificado relatava uma tentativa de extorsão praticada por uma suposta

2 Geraldinho VIEIRA, op. Cit.

quadrilha internacional contra a Nestlé. Procurada, a empresa confirmou a história. E tomou a iniciativa corajosa de publicar uma nota nos jornais alertando a população contra possíveis violações de embalagens de seus produtos.

Apenas um jornal – a Folha de S. Paulo – publicou a notícia sobre o caso no dia seguinte ao recebimento do dossiê. Depois que a Folha tomou a iniciativa – de resto divulgada pela própria Nestlé em seu comunicado oficial – é que os demais jornais publicaram a história. A Rede Globo, aliás, até hoje não veiculou uma única linha sequer sobre o episódio, que poderia colocar em risco a vida de milhares de consumidores.

Qual foi o critério adotado pela Imprensa para não divulgar o episódio? Extra-oficialmente, sabe-se que muitas ponderações foram feitas no sentido de que a publicação de tal ameaça, não-confirmada, poderia criar pânico na população e levar a empresa a uma séria crise, talvez até mesmo à falência. Preferiu-se, na dúvida, resguardar os interesses de uma empresa em detrimento dos interesses dos leitores e da sociedade. Quando a Folha noticiou o fato, todos os demais então o noticiaram, mas com um dia de atraso. É, sem dúvida, um episódio vergonhoso para a Imprensa brasileira, com as exceções de praxe. Não é preciso ir muito longe para descobrir por que tão poucos brasileiros lêem jornais.

Apesar desses percalços, a Imprensa tem procurado, ainda que lentamente, combater deformações como o tom excessivamente pessimista do noticiário. Para isso, foram criados os chamados "cadernos de negócios", quase todos preocupados em contar histórias de sucesso empresarial. Ou seja, voltados para as "boas notícias". Há cerca de um mês o jornal Folha de S. Paulo tornou explícita essa preocupação, criando uma seção chamada "Boa Notícia", que tem lugar garantido na primeira página do jornal.

A Redação

Agora que já temos uma noção do que é notícia, e que sabemos as diversas formas que uma mesma notícia pode assumir em publicações diferentes, vamos ver de que forma a Imprensa trava a batalha diária em busca da informação.

Os jornais, de um modo geral, possuem redações estruturadas em forma de pirâmide. Na base estão os repórteres, os setoristas (aqueles jornalistas que cobrem sempre o mesmo setor, como a Câmara de Vereadores ou a Bolsa de Valores, por exemplo), os fotógrafos, os correspondentes internacionais, as sucursais e os correspondentes localizados no território nacional.

São esses profissionais, basicamente, os responsáveis pela captura de informações, aqueles que estão presentes aos acontecimentos, que entrevistam as pessoas, ouvem diálogos e colhem impressões. São eles, como se diz no jargão dos jornalistas, os que "trazem a notícia". Os repórteres de campo, por isso mesmo, são considerados a alma do bom jornalismo.

Um pouco acima da base, localizados na Redação, estão os redatores, editores-assistentes e repórteres especiais. Esses últimos são profissionais mais experientes (e melhor remunerados), aos quais estão reservados os grandes acontecimentos, as coberturas especiais, os eventos de importância fora do comum e que exigem uma cobertura mais cuidadosa.

No nível superior da pirâmide estão os editores de área, cada um responsável por uma grande divisão do noticiário, como Política, Internacional, Economia, Esportes, Artes e Espectáculos, Polícia, Nacional, Cidades etc., e cadernos especiais, como Ciência, Agricultura e Pecuária, Turismo.

Quase no topo encontramos os editores-executivos, o chefe de reportagem, o pauteiro, os colunistas e os secretários de redação.

Acima de todos estão o redator-chefe (ou chefe de redação) e o diretor. Os nomes dos cargos e das editorias variam conforme a publicação, mas, em linhas gerais, suas atribuições e responsabilidades são semelhantes.

Esquemáticamente, pode-se dizer que a edição de um jornal começa um dia antes de ir às bancas, com a chegada do pauteiro, geralmente um jornalista com grande experiência e profundo conhecimento da linha editorial da publicação. Ele tem esse "nome" por ser o profissional responsável pela pauta, onde estão listados os assuntos e acontecimentos que os repórteres deverão cobrir naquele dia. O pauteiro é um jornalista diferente, que necessariamente chega muito cedo à Redação, lê todos os jornais do dia e a correspondência recebida, bem como as sugestões de pauta enviadas pelas sucursais, pelos correspondentes, editores e setoristas. Além dessas sugestões, o pauteiro sempre tem uma agenda afiadíssima, na qual estão registrados com a devida antecedência as entrevistas coletivas, os eventos datados, lançamentos de produtos, inaugurações e comemorações.

Um exemplo de pauta:

"1) O governador de São Paulo dá entrevista coletiva hoje às 15 horas, no Palácio dos Bandeirantes. O tema principal será a nova tabela salarial dos professores da rede pública estadual, que receberam um aumento de 200% sobre os salários do último mês. Devemos perguntar ao governador de onde foram retirados os recursos para esse aumento, a quanto monta, em valores absolutos, o reajuste dos professores, o que isso significa no orçamento geral do Estado. Vamos ouvir ainda o presidente do Sindicato dos Professores, saber qual é a opinião da categoria sobre esse reajuste, se estão satisfeitos ou não, se com esse reajuste está afastada a hipótese de uma greve da categoria ou não. Vamos procurar exemplos de professores satisfeitos com o reajuste, mostrar o que pretendem fazer com o novo salário, quanto ganhavam antes e os malabarismos que eram obrigados a fazer para sobreviver com os minguados proventos anteriores. No Departamento de Pesquisa vamos colher dados que mostrem quanto ganham agora os professores de São Paulo em relação a seus colegas de outros estados e de quanto têm sido, em média, os reajustes conquistados por outras categorias profissionais. Seria bom que, além de fotos do governador, do presidente do Sindicato e dos professores entrevistados, pudéssemos fazer um gráfico mostrando a evolução dos salários dos professores e sua relação com o custo de vida e a taxa de inflação. A matéria deverá ter cerca de 150 linhas."

Assim, quando o chefe de reportagem, os editores e os repórteres chegam à Redação, horas mais tarde, o noticiário provável do dia seguinte já está em grande parte mapeado pelo pauteiro. A boa pauta é aquela que procura mostrar mais do que o simplesmente óbvio e que realça as relações existentes entre os fatos do dia e seu contexto histórico,

suas implicações e possíveis desdobramentos. Quanto maior for o número de informações constantes da pauta, tanto melhor tende a ser a cobertura do jornal sobre aquele fato.

Mas, por mais minucioso e aplicado que seja um pauteiro, sempre existirão imprevistos, calamidades, incêndios, acidentes, escândalos. E os jornais possuem estruturas bastante ágeis para acompanhar os imprevistos. O mais antigo e eficiente sistema de acompanhamento de imprevistos ainda continua sendo a radioescuta, agora reforçada com a TV por satélite e por emissoras como a CNN, que transmite notícias do mundo inteiro durante as 24 horas do dia.

Um dia jamais é igual a outro numa Redação de jornal. A pauta é uma tentativa de se organizar uma rotina fora da rotina, de ordenar o caos e garantir a cobertura dos fatos obrigatórios. Invariavelmente, o jornal que circula na manhã seguinte é bastante diferente daquele que foi pautado 24 horas antes – afinal, as pessoas morrem, os golpes de Estado acontecem, os crimes ocorrem. Mesmo assim, um pauteiro experiente e um eficiente sistema de sugestões de pauta ainda são meio caminho andado para uma boa edição.

A Reportagem

O pauteiro redige as pautas do dia e as encaminha, por escrito ou via computador, para os setores competentes do jornal: Economia, Política, Polícia, Internacional, Esportes e assim por diante. Em alguns veículos, as pautas são todas encaminhadas para a chefia de reportagem, que se encarrega de distribuí-las entre os repórteres, setoristas, sucursais e correspondentes. Com a informatização da Redação, as pautas também podem ser

colocadas no sistema e cada editor ou repórter, ao chegar à Redação, pode pegar em seu terminal as pautas do dia.

Enquanto os repórteres estão na rua, os editores começam a chegar à Redação e recebem do secretário de redação ou do editor-chefe a paginação do dia (nas redações informatizadas, a paginação pode vir pelo terminal de cada um). A paginação mostra quanto espaço cada editoria terá naquele dia, quais os anúncios programados para cada página. Se uma cobertura especial está em andamento, evidentemente o editor-responsável receberá mais espaço do que o costumeiro. Por exemplo, nos dias normais, a editoria de Esportes costuma receber de duas a três páginas. Na semana em que a cidade sediará uma corrida de Fórmula Um, o espaço da editoria de Esportes será consideravelmente ampliado.

Mesmo na rua, os repórteres mantêm contato permanente com a Redação para informar sobre o andamento das "matérias", nome dado às reportagens e entrevistas que estão sendo realizadas. Esse contato serve também para que os editores acrescentem novas orientações aos repórteres ou mesmo para que deixem aquela pauta de lado porque

algo mais importante surgiu e precisa ser coberto. Frequentemente, uma matéria que inicialmente estava programada para ter um total de sessenta linhas pode "cair" – o que significa que não será mais publicada –, "crescer" ou "diminuir". A matéria diminui quando fato mais importante acontece ou quando "rende" menos do que o esperado. Uma promessa de entrevista bombástica, por exemplo, que se revela pouco interessante, certamente terá seu espaço reduzido na edição. O contrário também ocorre regularmente. Uma matéria sobre os buracos de rua no bairro de Moema, por exemplo, prevista para ter trinta linhas e uma foto, pode "crescer" se durante a cobertura acontecer um acidente causado pela buraqueira e o fotógrafo conseguir uma boa imagem do acidente. Ou se a Prefeita aparecer na hora, sem aviso, e, de pá na mão, der início a uma operação

tapa-buracos. Uma foto da Prefeita de pé na mão tapando um buraco de rua é primeira página em qualquer jornal – assim como já nos acostumamos a ver com destaque as proezas domingueiras do Presidente da República.

A mesma dinâmica imprevisível governa os assuntos internacionais e as matérias que estão sendo apuradas pelas sucursais, especialmente as reportagens produzidas pela sucursal de Brasília e que têm como protagonistas os principais personagens do poder. A eclosão de uma guerra, a queda de um ministro, a realização de uma manifestação pacífica que termina em pancadaria, um golpe de Estado, a morte de uma personalidade, um acidente de grandes proporções ou um crime sensacional fazem parte do dia-a-dia de um jornal e podem colocar de pernas para o ar todo o planejamento da edição. As notícias não escolhem hora ou lugar. Tivemos um ótimo exemplo disso nos extraordinários acontecimentos da União Soviética. Primeiro, a derrubada de Gorbachev pegou todo mundo de surpresa, embora tenha sido anunciada tantas vezes. E, em segundo lugar, a espetacular reviravolta dos acontecimentos, a resistência popular, o fracasso do golpe e a volta de Gorbachev mantiveram os jornalistas do mundo inteiro trabalhando num ritmo frenético e emocionante durante toda a semana.

Ninguém pode prever o que acontecerá na União Soviética. Gorbachev, por exemplo, poderá ser atropelado pela pressa e urgência do povo soviético em ver reformas – e o mesmo povo que enfrentou corajosamente os tanques para tê-lo de volta poderá apeá-lo do poder em questão de horas. Nesses casos, a prudência recomenda que as equipes de jornalistas que estão em Moscou continuem por lá – e as que não tiveram tempo de chegar, que se apressem.

A Edição

A primeira página é a vitrina da edição. Ela contém os assuntos mais importantes do dia nos diversos setores e obedece a uma certa hierarquia de temas. Em dias "normais", quando nenhum acontecimento bombástico se impõe como a principal notícia, os editores sugerem qual deverá ser a manchete da edição, aquela notícia que ganhará o destaque principal na primeira página. Trata-se de uma decisão pessoal do diretor de redação e do editor-chefe, mas existem algumas regras básicas seguidas por todas as publicações. Em primeiro lugar, assuntos locais, da cidade ou do Estado. Depois, assuntos nacionais. E só em último caso a manchete será sobre um tema internacional (isso em dias normais. A tentativa de golpe na União Soviética, por exemplo, foi manchete de todos os jornais do mundo.).

Cadernos Frios

Existem cadernos e seções que possuem horários diferentes para serem "fechados". Pela manhã, ou até mesmo um dia antes, são fechados os chamados "cadernos frios", que em tese não contêm acontecimentos do dia anterior e podem ser programados com antecedência, como Turismo, Agricultura, Informática, por exemplo. No início da tarde é hora do fechamento dos cadernos de Variedades, aqueles que trazem as colunas sociais, programações de artes e espetáculos, restaurantes, exposições, livros, filmes e discos.

São assuntos que não se enquadram nas notícias chamadas "quentes" e podem perfeitamente ser editados de antemão. Em decorrência disso, aliás, existe uma regra

não-escrita que recomenda a programação de entrevistas de artistas, lançamento de discos e fitas e anúncios de projetos culturais para o final da manhã ou a hora do almoço, se seus promotores desejam que tais fatos sejam noticiados no dia seguinte. É por essa razão que, quando um artista morre à noite, por exemplo, a notícia de sua morte sai na primeira página e não há nenhum registro no caderno de Variedades, que já estava fechado quando aquela informação chegou à Redação. Somente no dia seguinte é que os jornais abrirão espaço para contar a vida e a obra do personagem.

Como toda regra, esta também tem exceções. Se o artista morto é muito importante ou popular, e se sua morte aconteceu inesperadamente (num acidente, em decorrência de um crime, por overdose ou suicídio, por exemplo), os jornais abrem espaço em seus primeiros cadernos para o episódio. As vezes, todo o jornal já está fechado quando um fato dessa importância ocorre. É nesta ocasião que se justifica a parada das máquinas impressoras para introduzir, na primeira página, aquela informação. E isso o que se chama de segundo clichê – a edição que recebe acréscimos depois que vários milhares de exemplares já foram rodados e se encontram a caminho das bancas.

O fechamento por cadernos é uma necessidade do processo industrial e um poderoso fator comercial. Quanto mais cedo um jornal chegar às bancas, maior será o número de exemplares vendidos. Não é prudente, portanto, deixar para imprimir todos os cadernos à noite (em alguns casos, as máquinas nem possuem tal capacidade) se boa parte da edição pode ser antecipada, sem prejuízo da qualidade e da atualidade da informação. A mesma orientação vale para as colunas, que também devem fechar com antecedência.

O Parto do Texto

Decididas as matérias que serão publicadas em cada editoria e o que irá para a primeira página, os editores começam então o trabalho de edição propriamente dito. Junto com o diagramador, o editor desenha a página, estabelece a prioridade e o tamanho das matérias, o número de fotos e de ilustrações, solicita gráficos e tabelas necessários para completar a página. Enquanto isso, os repórteres estão escrevendo suas matérias. Em alguns casos, o texto do repórter é passado para um redator, para apenas retoca-lo, adequando-o ao estilo do jornal, ou, se for o caso, reescrevê-lo totalmente.

Quando se trata de uma matéria "redonda", ou seja, que recebeu a contribuição de mais de um repórter, das sucursais e dos correspondentes, o redator ou o editor-assistente reúne todo o material e escreve o chamado texto-final. Uma reportagem sobre o problema do lixo nas grandes metrópoles é um exemplo de matéria "redonda". As sucursais das principais capitais mandaram reportagens sobre o tema, os repórteres da Redação também fizeram a apuração na cidade-sede do jornal, e a sucursal de Brasília ouviu um representante da Secretaria do Meio Ambiente para obter a posição do Governo Federal. Do Exterior, os correspondentes enviaram relatos contando como a questão do lixo urbano é tratada nas principais cidades do mundo.

Tudo somado, o redator ou editor-assistente terá diante de si o dobro ou o triplo de informações que poderá utilizar na matéria – e então começa um verdadeiro trabalho de parto jornalístico para tornar possível a publicação do maior número de informações no menor espaço. Dito assim, parece fácil, mas não é. Um amontoado de números e cifras alinhadas burocraticamente é receita certa para atrair o sono do leitor. O texto precisa ser objetivo, sem ser seco; preciso, sem ser chato; agradável, sem ser prolixo; e, acima de tudo, correto – sem ser insípido.

O texto jornalístico tem sido com certeza o maior pesadelo dos jornalistas, sejam eles editores ou repórteres. É de longe o tema que merece maior discussão nas redações e ganha mais espaço em todos os hoje populares manuais de redação e estilo (tão populares que um deles, o do *Estadão*, vendeu 150.000 exemplares em seu primeiro ano de circulação, façanha capaz de dar inveja aos nossos melhores escritores).

O texto exige mesmo todo esse cuidado. Uma bela reportagem, recheada de informações novas e interessantes, pode simplesmente sucumbir a um mau texto. Já uma reportagem medíocre, com informações imprecisas, incompletas ou velhas, pode ganhar novo viço com alguns truques de texto – embora tal prática não seja recomendável.

Escrever bem, do ponto de vista jornalístico, sem dúvida requer talento e experiência. Mas fundamentais também são a clareza de raciocínio, a releitura, o esforço, o corte impiedoso. O texto jornalístico tem sido motivo de sérias reflexões por parte dos profissionais, especialmente aqueles que comandam as redações.

"Os grandes jornais brasileiros parecem cada vez mais preocupados com o texto, que é muito tosco. Não é possível fazer um jornal, pela pressão do tempo, com o texto tão refinado quanto o de uma boa revista, mas o texto não precisa ser necessariamente tão tosco como é hoje. Mais do que a pressão do tempo, isto decorre da péssima qualidade de mão-de-obra disponível. Os recém-formados são vítimas de um sistema educacional perverso: não aprenderam a ler e por isso não conseguem escrever. Há outros fatores, mas a raiz destas distorções está na dificuldade de recrutamento, mesmo em grandes jornais. Não me refiro a erros de ortografia, a erros gramaticais, mas à falta de raciocínio lógico – um problema que se encontra até mesmo no texto de alguns repórteres já veteranos. É preciso escrever com simplicidade e elegância."(3)

Do *Manual de Estilo* da Editora Abril, casa reconhecida no meio jornalístico pelo rigor que costuma dedicar à produção de suas publicações, extraímos algumas frases sobre o ofício de escrever:

"Escrever é um trabalho duro. Uma frase clara não sai por acidente – e poucas saem na primeira, na segunda ou mesmo na terceira tentativa. Lembre-se disso como consolo nos momentos de desespero." (William ZINSSER, escritor norte-americano)

"Escreve claro quem concebe ou imagina claro." (Miguel de UNAMUNO) "Entre duas palavras, escolha sempre a mais simples; entre duas palavras simples, escolha a mais curta". (Paul VALERY)

"O que é escrito sem esforço é geralmente lido sem prazer." (Samuel JOHNSON)

3 Augusto NUNES, apud Geraldinho VIEIRA, op. cit.

"É preciso descascar o texto como quem descasca uma fruta, ir buscar a semente. Escrever é principalmente cortar." (Fernando SABINO)

O Manual de Estilo da Editora Abril, escrito pelo jornalista Carlos MARANHÃO, atualmente editor-executivo de *Veja em São Paulo*, traz muitas outras dicas úteis sobre o ofício jornalístico e é leitura obrigatória para todos os que pretendem escrever razoavelmente bem. Algumas dessas dicas são:

"O duro trabalho de escrever torna-se mais fácil se, antes de iniciá-lo, você elaborar um pequeno roteiro. Organize seu material, assinale o mais importante e enumere num papel os tópicos principais. É o seu ponto de partida para ordenar as idéias e produzir um texto que terá começo, meio e fim. Jornalistas e escritores experientes sabem como essa pequena providência inicial pode simplificar o trabalho de redigir." "Ponto. Use à vontade. Pontos encurtam frases. Dão clareza ao texto. Facilitam a compreensão. E confortam o leitor."

"Abertura. Ela segue uma lei inviolável: deve agarrar o leitor na hora. Em qualquer texto – reportagem, relatório ou carta de amor –, o mais importante é o primeiro parágrafo. No primeiro parágrafo, a primeira frase. Na primeira frase, as primeiras palavras."

"Para conseguir clareza, pense com clareza (...) Em seguida, coloque suas informações e idéias na ordem direta. Exatamente, a velha lição que aprendemos na escola: sujeito+verbo+complemento. E dê preferência às frases afirmativas."

Outra leitura bastante útil para quem deseja escrever melhor é o *Manual de Redação e Estilo de O Estado de S. Paulo*, escrito pelo jornalista Eduardo MARTINS. Fruto da experiência de mais de trinta anos de redação do autor e de seu amor à Língua Portuguesa e à precisão jornalística, este ensina regras muito eficientes, como:

"A simplicidade é condição essencial do texto jornalístico. Lembre-se de que você escreve para todos os tipos de leitor e todos, sem exceção, têm o direito de entender qualquer texto, seja ele político, econômico, internacional ou urbanístico."

"Em qualquer ocasião, prefira a palavra mais simples: votar é sempre melhor que sufragar; pretender é sempre melhor que objetivar, intentar ou tencionar; voltar é sempre melhor que regressar ou retornar; tribunal é sempre melhor que corte; passageiro é sempre melhor que usuário; eleição é sempre melhor que pleito."

"A simplicidade do texto não implica necessariamente repetição de formas e frases desgastadas, uso exagerado da voz passiva (será iniciado, será realizado), pobreza vocabular etc. Com palavras conhecidas de todos, é possível escrever de maneira original e criativa e produzir frases elegantes, variadas, fluentes e bem alinhavadas. Nunca é demais insistir: fuja, isto sim, dos rebuscamentos, dos pedantismos vocabulares, dos termos técnicos e da erudição."

"Nunca se esqueça de que o jornalista funciona como **intermediário** entre o fato ou fonte de informação e o leitor. Você não deve limitar-se

a transpor para o papel as declarações do entrevistado, por exemplo; faça-o de modo que qualquer leitor possa apreender o significado das declarações. Se a fonte fala em demanda, você pode usar procura, sem nenhum prejuízo."

"Faça textos imparciais e objetivos. Não exponha opiniões, mas fatos, para que o leitor tire deles as próprias conclusões. Em nenhuma hipótese se admitem frases como: 'Demonstrando mais uma vez seu caráter volúvel, o deputado Antônio de Almeida mudou novamente de partido'. Seja direto: 'O deputado Antônio de Almeida deixou ontem o PMT e entrou para o PXN. E a terceira vez em um ano que muda de partido'. O **caráter volúvel** do deputado ficará claro pela simples menção do que ocorreu."

Títulos e Olhos

Concluído e aprovado o texto, já com o número de linhas determinado pela diagramação (ou pelo computador), começa o fechamento. Trata-se de fazer o título, o olho (subtítulo), os intertítulos e as legendas das fotos e títulos de gráficos, tudo isso no tamanho calculado pelo diagramador e que varia conforme o tamanho do corpo (tamanho da letra) que será usado. Um título pode ter uma linha de 28 sinais (caracteres) ou duas linhas de 21, por exemplo.

No primeiro caso, seria assim:

BRIZOLA ADMITE APOIAR COLLOR

No segundo, o título seria este:

BRIZOLA ADMITE DAR A
COLLOR APOIO POLÍTICO

A função do título é, basicamente, chamar a atenção do leitor, atraí-lo para a leitura da notícia. Precisa, portanto, ter impacto e deve sintetizar o conteúdo da matéria. Por impacto não se entenda o apelo ao sensacionalismo, como o verificado num título que a lenda atribui a um jornal popular de grande tiragem:

CACHORRO FAZ MAL À MOÇA

A notícia contava que uma moça passara mal ao comer um cachorro-quente no centro da cidade...

O olho, ou subtítulo, é usado com mais freqüência na edição de revistas ou em matérias especiais de jornais, geralmente reportagens publicadas em série. Sua função, como ensina o Manual de Estilo da Abril, "é resumir de forma atraente, sob o impacto do título, a essência do texto". Um bom exemplo de como funciona o olho pode ser tirado da revista Veja da semana passada (edição ns 1.196, de 21 de agosto de 1991). Na seção "Brasil", sob o título **Turbulência no casal presidencial**, lê-se o seguinte olho:

*"Collor tira a aliança, faz uma
descortesia com Rosane e exhibe suas
dificuldades domésticas"*

Além de resumir com precisão do que trata a matéria, o olho citado tem a virtude adicional de atrair a curiosidade do leitor, levando-o a ler a reportagem. Mas, caso o leitor não tenha tempo ou interesse no assunto, o olho cumpre à perfeição sua tarefa de resumir o conteúdo do texto: o casal presidencial está atravessando uma fase agitada e isso foi tornado público pelo Presidente, que tirou sua aliança e ainda foi descortês com a mulher.

Para completar o trabalho de fechamento, restam as legendas das fotos. Elas são obrigatórias em qualquer Redação e, além de identificar pessoas ou lugares fotografados, devem, de preferência, acrescentar informações que despertem a curiosidade do leitor. Junto com o título e o olho, as legendas são a primeira coisa que qualquer leitor lê.

A partir daí, e salvo qualquer acontecimento de última hora importante o suficiente para provocar uma reviravolta na paginação, as matérias vão para a gráfica e, logo de manhã cedo, estão à sua porta ou penduradas na banca da esquina.

O Jornal da Escola

O complexo e dinâmico universo do jornalismo pode – e deve – ser reproduzido dentro das escolas. Criar, escrever e editar um jornal da Escola, por mais modesto que seja, é uma experiência útil e de grande significado para alunos, professores, funcionários, pais e comunidade. Guardadas as proporções, um jornal da Escola pode ser o veículo para que os jovens aprendam a discutir democraticamente seus problemas, tomem gosto pela informação e pela leitura e se tornem cidadãos mais conscientes da realidade que os cerca.

Para alcançar tais objetivos basta que o jornal, independentemente de sua forma ou periodicidade, esteja verdadeiramente a serviço de seus leitores, do conjunto de seus leitores, evitando-se sua instrumentalização por grupos ou facções. Pertencer aos leitores significa ouvi-los, descobrir suas necessidades, interesses e dúvidas, criar mecanismos permanentes de acesso dos interessados ao jornal, o que pode ser conseguido através de reuniões de pauta com representantes de todos os segmentos envolvidos: alunos, professores, dirigentes, funcionários, pais e membros da comunidade. Dessas reuniões sairá a pauta de assuntos que o jornal deverá abordar – e parte-se, então, para a reportagem, à procura de respostas e explicações para as dúvidas e de análises e descrições da realidade.

Qualquer assunto pode ser abordado por um jornal de Escola, desde que seja feito com legitimidade, isenção e de forma democrática.

Se dessas experiências não resultarem grandes vocações jornalísticas ou artísticas, elas terão, pelo menos, cumprido papel de inegável utilidade e nobreza: a abertura de corações e mentes e a criação de uma comunidade preocupada e informada sobre suas questões.

