

# NOTÍCIA

---

## **Conceito:**

é o relato de um fato atual e de interesse geral.

## **Princípios:**

objetiva, atual, verdadeira, imparcial, compreensível, concisa, linguagem correta e acessível, dirigida para o interesse público.

## **Estilo:**

frases breves, palavras curtas, preferência pelo vocábulo usual, estilo direto, uso adequado dos adjetivos, verbos vigorosos e de ação, verbos na forma ativa, ser positivo.

## Regras:

1. Relatar
2. Escrever na ordem direta
3. Escrever na terceira pessoa do singular
4. Nunca opine
5. Respalde as afirmações com depoimentos
  
6. Tenha certeza dos dados colhidos
7. Nunca use chavões ou lugares comuns
8. Não use frases feitas
9. Use os verbos sempre no mesmo tempo
10. Ouça sempre os dois lados da notícia
  
11. Não seja sensacionalista
12. Aplique os verbos corretos, adequados
13. Tenha sempre à mão uma lista de verbos
14. Lembre que o leitor está conhecendo a notícia pela 1ª vez:  
explique tudo
15. Em caso de suíte, historicize sempre
  
16. Seja coloquial, sem ser formal ou vulgar
17. Seja parcimonioso nas vírgulas
18. Não comece o texto com gerúndio
19. Procure evitar gerúndios
20. Não repita palavras no texto
  
21. Não comece as frases com algarismos numéricos
22. Evite usar “ NÃO ”
23. Evite começar pelo quando
24. Evite começar por declaração
25. Números – zero a nove escreve-se por extenso

26.Siglas: até três letras ou quando forma palavra escreve-se me maiúsculo

27.Usar verbos fortes

28.Evitar o uso de dois pontos

29.Nunca usar ponto e vírgula

30.Lead deve ter no maximo 25 palavras

31.Não use abreviaturas

32.Apresente a pessoa com nome e sobrenome

33.A partir da primeira citação, coloque apenas o sobrenome da pessoa

34.Cite primeiro o cargo e depois o nome da pessoa

35.Verifique sempre a ortografia e a gramática corretas

36.Se necessário, crie um box para explicar ou complementar uma notícia

37.Valorize o porquê da notícia

38.Jamais trate de assunto ou escreva algo que você não domine

39.Se necessário, solicite explicações repetidamente para o entrevistado

40.Se necessário, desista da notícia ( para não cometer gafes, imprecisões ou crime de imprensa)

41.Lembre que a informação é propriedade do povo e não propriedade privada

42.Não tenha receio de fazer perguntas incisivas

43.Conquiste e faça uma lista de fontes, checando-as rotineiramente

44.Não use termos como 'os mesmos' , 'cujo', 'o qual', etc

45.Não faça literatura, faça jornalismo

46.Não seja preconceituoso

47.Não seja bairrista

48.Não seja superior

49.Não seja juiz

50.Não seja moralista

51. Não seja deslumbrado

52. Não seja técnico

53. Não seja vaidoso

54. Não seja falso

55. Não seja protocolar

56. Não seja servil

57. Lembre que o mais importante na notícia é: 1º a foto / 2º o título / 3º o lead / 4º o texto

## Mídia de massa no Brasil

	<b>TV</b>	<b>Jornal</b>	<b>Rádio</b>	<b>Internet</b>	<b>Revista</b>
<b>Linguagem</b>	Eclético	Formal	Coloquial	Eclético	Formal
<b>Papel</b>	Entretenimento Consumo	Informativo	Comunitário	Militar Universitário Rede Comercial	Informativo
<b>Público-alvo</b>	Classes A, B e C	Classes A e B	Classes C e B	Classes A e B	Classes A e B
<b>Audiência</b>	99%	5%	80%	?	3%
<b>Verba publicitária</b>	60%	17%	3%	?	3%
<b>Abrangência</b>	Nacional	Regional	Local	Mundial	Nacional
<b>Características</b>	Fácil acesso Instantânea Audiovisual	Oneroso Elitizado	Barato Portátil Áudio	Eclético Oneroso Excludente	Oneroso Elitizado Segmentado
<b>Início no Brasil</b>	1950 TV TUPI -SP	1808	1922 Rádio Socied.- – RJ	1994	
<b>Acesso</b>	Gratuito	Pago	Gratuito	Pago	Pago
<b>Tecnologia</b>	Unidirecional	Unidirecional	Unidirecional	Interativa	Unidirecional
<b>Custo de Instalação</b>	Alto	Baixíssimo	Baixo	Baixo	Baixo
<b>Tendência</b>	Estabilidade de público	Queda de público	Estabilidade de público	Crescimento de público	Queda de público
<b>Controle</b>	Oligopolizado	Diversificado	Diversificado	Aberto	Oligopolizado
<b>Principais empresas</b>	Globo SBT Bandeirantes Record REDE TV	F. de S. Paulo Estado de SP G. Mercantil Globo ZH		Terra UOL	Veja Isto é Època Cláudia Nova
<b>Notícia X Publicidade X Entretenimento</b>	Notícia x % Publicidade x% Entretenimento X %	Notícia 30 % Publicidade 70 % Entretenimento 0 %	Notícia x % Publicidade x% Entretenimento X %	Notícia x % Publicidade x% Entretenimento X %	Notícia x % Publicidade x% Entretenimento X %

## História da Imprensa

## TÉCNICAS DE CODIFICAÇÃO EM JORNALISMO

MÁRIO ERBOLATO

### IMPOSSÍVEL DEFINIÇÃO SOBRE O QUE SEJA A NOTICIA

Não obstante a importância da **notícia**, no chamado *império do Jornalismo*, **ninguém conseguiu defini-la satisfatoriamente**. Os teóricos dizem como ela *deve ser*, mas não o que *realmente é*.

A cada correspondente que nomeava, um jornal norte-americano remetia as seguintes instruções, válidas para o século passado e início do atual, porém desatualizadas, se fossem seguidas à risca atualmente, quando a interpretação e a explicação substituíram a simples informação: **“Se alguém morreu, fugiu, casou, divorciou-se, partiu da cidade, deu um desfalque, foi vítima de incêndio, teve uma criança, quebrou uma perna, deu uma festa, vendeu uma fazenda, deu à luz gêmeos, teve reumatismo, ficou rico, foi preso, veio à cidade, comprou uma casa, roubou uma vaca, roubou a mulher do vizinho, suicidou-se, caiu de um avião, comprou um automóvel, fugiu com um belo homem — isso é notícia. E então telefone para a Redação”**.

No Brasil, adotou-se uma fórmula apropriada para explicar aos *focas* o que interessa jornalisticamente: **“Se um barril cair do Pão de Açúcar, não será notícia. Mas, se dentro dele houver um homem, isso, sim, será notícia”**.

Stanley Johnson e Julian Harris citam algumas definições, mas todas elas insatisfatórias:

- Notícia é o relato de um fato recentemente ocorrido, que interessa aos leitores.
- Notícia é o relato de um acontecimento publicado por um jornal, com a esperança de, divulgando-o, obter proveito.
- Notícia é tudo quanto os leitores querem conhecer sobre um fato.
- Qualquer coisa que muitas pessoas queiram ler é notícia, sempre que ela seja apresentada dentro dos cânones do bom gosto e das leis de imprensa.

**Em todas elas, pretende-se que haja interesse por parte dos leitores sobre acontecimentos recentes, da véspera ou do próprio dia.**

É bem difícil, na prática, que uma pessoa leia integralmente um jornal, ainda que passando rapidamente os olhos sobre todas as colunas. As opiniões e os gostos variam. Há muitos que separam os cadernos de esportes e nem os manuseiam, porque não acompanham os campeonatos e mal conhecem os nomes dos clubes que os disputam. O noticiário internacional nem sempre desperta interesse para alguns, a não ser que haja possibilidade da repercussão de um fato no Brasil.

Um telegrama procedente de Paris, descrevendo reunião da OTAN (Organização do Tratado do Atlântico Norte), passará despercebido, mas outro, também da capital francesa, informando sobre um surto epidêmico que poderá chegar ao Brasil em poucos dias, encontrará bom número de leitores.

**Se é difícil ou impossível definir a *notícia*, maiores são ainda as dificuldades para se dizer, em termos jornalísticos, o que seja *interesse*.**

Turner Catledge, diretor gerente do *Times*, de Nova York, entende que **«notícia é algo que você não sabia ontem»**. Não convence esse ponto de vista, pois não há a exigência da publicação (no

jornalismo impresso) e o *algo* pode se referir a banalidades ou a coisas de rotina. Não sabíamos ontem que nosso *vizinho estava gripado* ou que *seu cachorro morreu*, ou *ainda que existe uma goteira no prédio de nosso irmão ou cunhado*. Somente hoje é que ficamos conhecendo esses fatos, que eram até ontem por nós ignorados, mas nenhum deles é *publicável* ou *noticiável*.

**Nem tudo o que acontece se transforma em notícia.**

**A maior parte das atividades dos homens não são registradas pelos jornais.** Milhares de pessoas vivem semanas, meses e anos sem tomar parte em acontecimentos noticiáveis. Diariamente trabalham, almoçam, jantam, dormem e, vez ou outra, vão ao cinema, ao teatro, a competições esportivas, sem se afastarem de seus hábitos. Pode acontecer até que saiam da rotina, se assistem a um desfile militar, ou se forem votar em eleições, cujos resultados provoquem alteração na política. Mas, em todas as hipóteses, são apenas participantes secundários (e não principais) desses acontecimentos que os jornais noticiam.

**No entanto, algo banal pode de um momento para outro ser notícia. Um mendigo é visto todos os dias na escadaria da igreja, mal vestido e sujo, a pedir esmolas e ninguém se importa com ele. Mas, se for preso e a polícia descobrir que possui milhões de cruzeiros em contas bancárias, logo será notícia.**

O professor primário, modesto e humilde que dá aulas às crianças do grupo escolar do bairro nunca foi notícia. Mas, se for encontrado morto, com um tiro no coração ou na cabeça, a matéria merecerá várias colunas. Mittchel V. Charnley dá um exemplo curioso: o elevador arcaico de uma Prefeitura funcionou normalmente durante vinte anos, até que, um dia, foi substituído por outro, automático. O velho ascensorista não se acostumou com a modernização, distraiu-se e ficou com a mão direita imprensada. Ele e o elevador foram notícia no dia seguinte.

## **A NOTÍCIA DEVE SER RECENTE, INÉDITA, VERDADEIRA, OBJETIVA E DE INTERESSE PÚBLICO**

**O leitor quer novidades.** Deseja saber o que ainda desconhece, ou que sabia apenas superficialmente, por haver assistido ao jornal transmitido pelo rádio ou televisão. Se fossem publicados apenas acontecimentos antigos e irrealistas, os jornais estariam divulgando *história* e *romance* e não *notícias*.

**Fatos que empolgam pela manhã, logo à tarde ficam superados ou já não despertam nenhum interesse.** Boletins noticiosos, radiofônicos, logo às 7 horas chegam a desmentir ou tornam *velhas* as notícias dos matutinos, antes que eles cheguem a ser entregues aos assinantes.

**O público deseja fatos novos e Os diários estão proibidos (para evitar efeito negativo sobre os leitores) de informar que algo ocorreu há uma semana ou há um mês.,** por isso, a técnica é redigir sobre o que aconteceu *ontem* ou *recentemente*.

Hoje, excetuadas as proibições de acesso às fontes de informação, nos países totalitários, o homem dispõe de facilidades para ir a qualquer local onde haja um fato que apresente interesse jornalístico. Maiores são, ainda, as técnicas para a transmissão e divulgação.

Saint-Clair Lopes” lembra com precisão: «Vivemos o instante mesmo em que o homem podia exibir sua fabulosa façanha, sondando com o pé o solo lunar onde deveria pisar, pela primeira vez, instantes após! O momento em que, da Lua, Armstrong manteve conversações com a Terra, recebendo os cumprimentos do Presidente Nixon!»

A notícia vem pelo ar, através de impulsos eletromagnéticos e não mais como no século passado, trazida por navios que levavam meses, no trajeto entre a Europa e a América. Recorde-se, ainda, que no Brasil um mensageiro, a pé ou em lombo de mula, levava a boa ou a má-nova, de uma povoação a outra, com uma demora de semanas.

**Pode um fato antigo, milenar, ter interesse jornalístico? Dependendo das circunstâncias, merecerá até manchetes.** Se em escavações viessem a ser descobertos documentos, informando que os egípcios, ou qualquer outro povo milenar, tivessem realizado transplante de corações, a notícia teria valor hoje (quando descoberto o fato) embora se referisse a acontecimentos de épocas anteriores à Era Cristã. Outro exemplo seria o encontro de um barco-expedição que há 50 ou 100 anos tivesse se dirigido ao Pólo Sul e desde então fosse considerado perdido.

**A própria Bíblia tornou-se notícia,** ao encerrar-se em Brasília o Sétimo Encontro Nacional da Oração. O presidente Ernesto Geisel leu, no dia 15 de outubro de 1975, o Capítulo 12 da Epístola de 5. Paulo aos Romanos e, no dia seguinte, os jornais do país a publicaram na íntegra, depois de a terem recebido por telex.

**A imprensa deve publicar, na categoria de informações, o que seja verdadeiro,** pois a ficção é objeto dos romances, muito embora haja colunas jornalísticas, ou suplementos, a ela dedicados.

**Outra característica da notícia é a objetividade.** Deve ser publicada de forma sintética, sem rodeios e de maneira a dar a noção correta do assunto focalizado. Quem colhe dados, observando o local ou entrevistando pessoas capacitadas a proporcionar informações para a matéria, deve agir com isenção de ânimo.

**Honestidade e imparcialidade** são atributos exigidos do repórter. Porém o poder de síntese não impedirá a clareza. A simples notícia de que o Secretário da Fazenda irá falar, na próxima semana,

no Clube dos Advogados, sobre a revisão do Código Tributário do Município não chegará a causar impacto. Mas o interesse e a objetividade poderão ser conseguidos, se o redator for ouvir pessoas bem informadas e chegar a esclarecer que os estudos feitos pela Prefeitura irão provocar, no ano seguinte, aumento de impostos e das taxas, da ordem de duzentos a trezentos por cento. A mensagem jornalística deve bombardear o receptor, despertar-lhe o interesse e provocar, conforme o tema, comentários e discussões entre grupos interessados. E, dentro do critério da objetividade, teria o jornal que ouvir também, com antecipação (sobre a reunião do Clube dos Advogados), o próprio Secretário da Fazenda ou alguém que, em seu nome, pudesse falar sobre o Código Tributário.

**A objetividade, porém, em certos casos, é um dos pontos mais controvertidos e difíceis do jornalismo.** Se o discurso de um deputado, governador, senador, prefeito ou presidente de autarquia, for publicado na íntegra, a imprensa estará divulgando o pronunciamento exato e preciso do orador, sem qualquer distorção. Estaria o jornal sendo objetivo e imparcial, apenas com essa publicação? Não. Dentro do espaço e do tempo disponíveis e de preferência na mesma edição, teriam que ser publicadas as opiniões de pessoas que explicassem ou comentassem o discurso. É o jornalismo interpretativo ou explicativo, que se impôs, depois do rádio e da televisão.

Só se considera completa uma notícia, quando ela proporciona ao leitor a idéia exata e minuciosa sobre um acontecimento, ou mesmo previsão do que vai ocorrer. O repórter cobre os fatos com toda a minúcia, ou antevê o que poderá ocorrer. Descreve o jogo de futebol, lance por lance, quando eles assumem importância. Na Redação possivelmente ocorrerão cortes, mas se o prélio se referir a uma decisão de campeonato, haverá possibilidade de a matéria ser publicada na íntegra, tal como a preparou o repórter, sujeita apenas a correções. A importância e a repercussão determinam o tamanho da notícia.

**O repórter é o intérprete do público.** Na sala onde se reúnem os integrantes da Câmara Municipal não caberia, de forma alguma, a população inteira da cidade, desejosa de assistir aos debates e à votação de um projeto que aumentasse impostos ou mandasse desapropriar vários quarteirões de prédios residenciais. **Mas os jornalistas que lá comparecerem, estarão representando o povo, anotando os discursos, os apartes e a leitura de documentos.** Milhares de cidadãos (dos quais ele, repórter, de forma indireta, teria uma procuração imaginária ou fictícia, para ver e sentir por eles) aguardarão, no dia seguinte, a sua notícia.

**Diante da impossibilidade de se definir a notícia, os jornais procuram publicar aquelas que encontrem maior número de leitores.** Conforme observação de Juan Beneyto” **«o jornalista sabe, ou pensa saber, o que seu público deseja. Pode atendê-lo, oferecendo-lhe o material em que está interessado, ou dando o que a organização lhe facilita, de acordo com a maneira desejada pelo receptor».**

**O diretor, o repórter e os demais componentes da Redação, devem ter *olho clínico*, para evitar o desperdício de espaço, com matérias que atendam apenas a vaidade das pessoas nelas focalizadas, mas que irritam os compradores de jornais.**

**Como escolher a notícia?** Os estudiosos entendem que elas devem ser selecionadas levando em conta o maior interesse que despertam. Mas seria um círculo vicioso indagar quais os assuntos que chegam a motivar o cidadão que paga alguns cruzeiros pelo exemplar, na esperança de ficar bem informado.

**Não existe um critério fixo para se escolher e selecionar uma notícia que venha a ser bem aceita.** Os critérios variam, conforme as empresas, e José Marques de Meio em pesquisa feita”demonstrou, com quadros estatísticos, a percentagem de assuntos que jornais de 5. Paulo dedicam a cada assunto, de acordo com a classe e preferência dos leitores.

**Herbert Brudker, diretor do *Courant*, de Hartford, sustenta que a matéria-prima do jornalismo é, como foi no princípio, a própria vida.** Segundo ele, «é necessário um corpo redacional próprio, trabalhando contra o tempo e circunstâncias e, às vezes, contra si mesmo, para impregnar o jornal de uma sensação de vida».

**A diretriz básica consiste em se verificar primordialmente qual a classe dos leitores de cada jornal.** Douglas Waples, Bernard Berelson e Franklyn R. Bradsham, escrevem: «As mulheres lêem mais novelas do que os homens. Os moços preferem narrações sobre aventuras e as jovens as notícias de caráter sentimental (. . .) As mulheres estão menos interessadas em ler sobre negócios e política, do que sobre personalidades, casamentos e viagens.

**Em resumo, tanto os homens como as mulheres querem, primordialmente, ler sobre si mesmos. Quanto mais um parágrafo se ajusta aos nossos problemas e fantasias, maior o atrativo.** Assim, as mulheres desejam relatos não fictícios sobre personalidades, educação e casamentos, que tenham êxito. Os homens lêem notícias sobre leis, preparação militar e negócios (. . .). Os leitores também podem ser classificados pelas suas profissões».

Há os que gostam de colunas sobre medicina, para seguirem os conselhos ou, ao inverso, verificar que têm todos os sintomas de uma doença analisada pelo articulista. No Brasil, depois da loteria esportiva surgiram seções especializadas na análise das possibilidades de cada clube, jogo por jogo. E existem os que buscam diversão, decifrando as palavras cruzadas e as charadas e passando também as vistas pelas tiras cômicas.

## OS CRITÉRIOS VARIAM

**As notícias variam no tempo. O que ontem foi importante, hoje poderá não ser.** Quando o primeiro satélite artificial russo foi lançado ao espaço, a matéria mereceu manchete na primeira página de todos os jornais. Atualmente, qualquer outro lançamento semelhante que se faça, se chega a ser noticiado, o é no máximo em uma ou duas colunas.

**Outra variação ocorre no espaço geográfico.** A notícia local, que um jornal de Florianópolis divulga com destaque, nem é registrada pelos matutinos de S. Paulo e do Rio, desde que a importância do acontecimento não transcenda o Estado de Santa Catarina ou apenas a sua capital.

Um exemplo daria melhor idéia nessa diferença de tratamento para um mesmo fato. Suponha-se que o Prefeito da pequena cidade «X», no interior de S. Paulo, onde se desentendeu com o seu Vice-Prefeito, vá a Piracicaba, para visitar seu filho, recém-casado, e que, ao descer por uma escada, sem corrimão, cai e fratura o braço direito. Simples ocorrência domiciliar, a queda não chega a ser noticiada pelos jornais piracicabanos.

No entanto, supondo-se que no Município «X» exista um diário ou semanário, o que aconteceu com o Prefeito (principalmente se o jornal for da oposição) será um *prato cheio*. Além de narrar o que houve, a *Folha* (ou *A Comarca*, ou *O Vigilante*) poderia explorar o assunto durante várias edições, comentando vários de seus aspectos. Por que o Prefeito abandonou por alguns dias o seu posto, quando havia problemas difíceis e importantes para solucionar? Se ele está com o braço direito engessado, como fará para promulgar as leis e assinar os despachos de rotina? Não deveria afastar-se do cargo e entregá-lo ao Vice-Prefeito? E as divergências políticas que existem entre ambos? Como a Câmara Municipal verá a atitude do Prefeito, em querer continuar no cargo mesmo com o braço fraturado?

**Outra variação das notícias ocorre quanto às empresas jornalísticas. Cada uma delas tem seus critérios e preferências por determinados assuntos.** Enquanto os órgãos da chamada *imprensa popular ou sensacionalista* noticiam com destaque que «Motorista de ônibus fez picadinho com 3 crianças», esse mesmo atropelamento e morte figurará em quatro ou cinco linhas no matutino circunspeto, que prefere tratar de temas ligados à ecologia, ao desenvolvimento nuclear ou à evolução dos acontecimentos políticos.

**Na mesma organização jornalística, o tratamento dado a uma notícia pode variar.** Há empresas que editam vários matutinos e vespertinos e cada um deles aborda de forma diferente o mesmo assunto ou fato. É o caso da empresa *Folha da Manhã*, que além da *Folha de S. Paulo* publica a *Folha da Tarde* e *Notícias Populares*.

**Considere-se ainda o seguinte, com referência às notícias: elas têm importância quando algo ocorre pela primeira e última vez e despertam pouco interesse durante a rotina.** Um serviço público, ao ser inaugurado ou extinto, constitui boa matéria jornalística, porém poucas vezes a imprensa se preocupará em falar sobre ele, durante os anos em que funcionar, a menos que apresente irregularidades e provoque indignação dos usuários.

## A ESCOLHA DAS NOTÍCIAS

Se os jornais se dedicam primordialmente à divulgação de notícias e se elas são *indefiníveis*, é o caso de se indagar: **como obtê-las e selecioná-las para que, uma vez publicadas, possam atrair leitores?**

De que maneira se procede a escolha de assuntos que consigam contentar os que compram ou assinam os jornais?

As notícias, de modo geral, poderiam ser publicadas quando respeitados os seguintes critérios, segundo os quais, embora não aceitos pela unanimidade, chegam a motivar o público, por se relacionarem ou se referirem a:

Proximidade	Importância
Marco geográfico	Rivalidade
Impacto	Utilidade
Proeminência (ou celebridade)	Política editorial do jornal
Aventura e conflito	Oportunidade
Conseqüências	Dinheiro
Humor	Expectativa ou suspense
Raridade	Originalidade
Progresso	Culto de Heróis
Sexo e idade	Descobertas e invenções
Interesse pessoal	Repercussão
Interesse humano	Confidências

**Proximidade** — Todas as notícias locais possuem essa característica. A pessoa que tem um problema a perturbá-la, como um terreno baldio ao lado de sua residência ou a precariedade da iluminação pública, procura com mais interesse a nota do jornal que aborde esses assuntos, que o telegrama procedente de Washington, que fale sobre as atividades do Presidente Norte-Americano. A grande arma dos jornais do interior e dos semanários comunitários (que se publicam nos bairros das cidades médias e grandes) é a divulgação dos fatos que ocorrem *perto* do leitor e a ele ligados.

**Marco geográfico** — O marco geográfico, segundo Jacques Kayser, é aquele a que se refere a notícia e não o de sua procedência. Um acordo assinado em Paris, que venha a beneficiar uma instituição com sede em Belo Horizonte, enquadrar-se-ia nessa classificação, para qualquer jornal de Minas Gerais.

**Impacto** — É um abalo moral, causado nas pessoas por acontecimentos chocantes ou impressionantes. O suicídio de Getúlio Vargas, um pai que chacina vários filhos, a proibição à última hora da realização de um festival inegavelmente causam impacto.

**Proeminência** — Tudo o que se refere a pessoas importantes (proeminentes) encontra interessados. A gripe do Papa, que poderá afastá-lo de suas atividades por alguns dias, é mais importante jornalisticamente, que o câncer da modestíssima senhora de um bairro pobre da cidade em que se publica o jornal. As *matérias frias* são feitas abordando a vida (especialmente amorosa) de artistas, milionários e outras pessoas célebres.

**Aventura e conflito** — São as notícias de assassinatos, rixas e também as que revelam a audácia de indivíduos que planejam, como autênticos aventureiros, os golpes mais fantásticos, visando ao enriquecimento ilícito.

**Conseqüências** — Uma epidemia que ocorra na China ou Japão poderá nem ser publicada por jornais brasileiros, logo que se manifeste. Mas, se houver possibilidade de o surto atingir o Brasil, movimentando autoridades sanitárias e exigindo mobilização de recursos médicos, além da fabricação de vacinas e montagem de hospitais de emergência, os telegramas passarão a ter destaque.

**Humor** — O homem médio procura não só a informação mas, dentro do possível, algo que o entretenha. Em meados de 1975 os jornais paulista-nos dedicaram razoável espaço, para noticiar o fato de a Prefeitura da Capital ter mandado colocar em gaiolas um casal de marrecos, que permanecia solto em uma avenida. Motivo: as aves foram acusadas de provocarem poluição ambiental... No dia seguinte, porém, foram libertadas.

**Raridade** — O que foge da rotina é interessante. Há jornais que possuem seções intituladas *Acredite Se Quiser*, nas quais reúnem todas as notícias que escapam ao cotidiano. Uma abóbora em forma de cabeça de cachorro, uma batata-doce gigante, o nascimento de qUíntuplos, dois candidatos a Prefeito com o mesmo nome, servem como exemplos.

**Progresso** — O homem tem interesse em saber que vai participar de um mundo, ou pelo menos de uma cidade, que logo lhe ofereça melhores condições de vida. O início do funcionamento do metrô, o alargamento de avenidas, a ampliação de áreas livres para lazer são reportagens que encontram inúmeros leitores.

**Sexo e idade** — Esta classificação identifica-se, em alguns casos, com a de raridade e ambas se confundem. A imprensa popular divulga muito sobre sexo, além de sangue e esportes. Fotos de mulheres despidas, assassinatos provocados por adultério ou amores contrariados, figuram na primeira página de todos os cadernos dos jornais dedicados às classes C e D. Casamentos entre

pessoas de idade avançada, ou com diferenças acentuadas de anos entre o noivo e a noiva, ou um a pessoa que receba diploma de curso superior depois de septuagenária ou octogenária, são assuntos aproveitáveis jornalisticamente, para determinados vespertinos.

**Interesse pessoal** — Embora os jornais sejam dedicados à massa, enfocando assuntos de repercussão geral, não podem deixar de divulgar notícias que, de certo modo, afetam pessoalmente a cada um dos que os lêem. Há os que procuram saber — porque é de seu interesse pessoal — até quando devem entregar a declaração do imposto de renda ou quando serão realizados os exames supletivos.

**Interesse humano** — A frialdade das estatísticas, a descrição de uma obra pública que será inaugurada, bem como o discurso de um Governador ou um debate na ONU devem ser entremeados com notícias que falem do próprio homem, que participa desses acontecimentos. Dizer que um incêndio provocou prejuízos de 10 milhões de cruzeiros e destruiu o prédio de 20 andares, é pouco. O repórter deve contar o drama dos que esperaram ser socorridos pelos bombeiros e as conseqüências, para as respectivas famílias dos que não conseguiram ser salvos. Ouvir sempre o maior número de informantes. Quais as declarações e a reação do bandido preso hoje, depois que a polícia o caçou durante semanas? Com assuntos banais, pode o jornalista fazer excelentes matérias. Modesto pedreiro de S. Paulo matou um bandido a tiros de garrucha e permaneceu na cadeia durante alguns dias. Porém o flagrante foi relaxado e ele passou a aguardar em liberdade o julgamento. Depois de sentir o que era ficar com a sua atividade cerceada, voltou para casa e soltou o canário de estimação, que há muito tempo mantinha em gaiola. O *Jornal da Tarde*, de 24 de maio de 1975, publicou excelente matéria, de meia página, assinada por Fausto Macedo, descrevendo o que o assassino *sentira*.

**Importância** — Está no critério do Editor avaliar, entre várias matérias, qual a mais importante e selecioná-la. A assinatura do acordo nuclear entre o Brasil e a Alemanha foi o acontecimento que maior destaque recebeu na imprensa nos últimos anos. A deflagração da Segunda Guerra Mundial, a rendição incondicional da Alemanha, da Itália e do Japão, também foram importantes. O início desse conflito, pelas repercussões que iria provocar (acionamento, convocação de reservistas, rompimentos diplomáticos e outros) e, ao término, por que o mundo poderia dar início à caminhada para a volta aos dias normais.

**Rivalidade** — Os campeonatos esportivos e a disputa de títulos envolvem rivalidade, porque para cada atleta ou clube sempre há torcedores. Forma-se um clima de antagonismo. Quem será o primeiro colocado no Campeonato de Futebol deste ano? Quais as possibilidades dos participantes? Haverá contratações ou dispensas?

**Utilidade** — Há, na imprensa, seções aparentemente sem muito valor, mas que são procuradas pelos leitores, quando necessitam das informações nelas irriseridas. O cidadão que, em um domingo, precisa comprar um remédio para a dor de cabeça, folheia o jornal todo para encontrar a relação das farmácias de plantão. Outro, que resolveu à última hora ir ao cinema, procura as colunas que trazem os programas referentes a diversões. E, se chegou a época do reembolso a quem empregou dinheiro em ações do decreto-lei 157 (opção dos que pagam Imposto de Renda), a coluna das cotações das Bolsas de Valores é oportuníssima.

**Política editorial do jornal** — Cada órgão tem as suas diretrizes: dar mais destaque ao crime, ou ao esporte, ou à política ou à agricultura. Há assuntos que para determinados matutinos chegam a constituir *tabus*, isto é, não chegam a ser publicados de maneira alguma. A notícia vetada é encaminhada pelo telex (ou mesmo através da própria reportagem), mas o seu destino certo é a cesta.

**Oportunidade** — Deve haver sempre um motivo para a divulgação de qualquer reportagem. Mesmo as chamadas *matérias frias* aguardam que algo ocorra, relacionado com elas, para serem

divulgadas. É o que, na gíria jornalística, se chama de *gancho*. Informações sobre um Município (quando foi fundado, número de habitantes, principais atividades, arrecadação e localização) não merecem publicação, porque ninguém as lerá e muitos poderiam interpretá-las como *picaretagem* (jornalismo que visa obter proveitos materiais). Porém, se o Prefeito desse Município for cassado pela Câmara, a notícia do dia, a *quente*, será divulgada junto com a que estava na Redação, previamente elaborada, aguardando *oportunidade*.

**Dinheiro** — Quem não se interessa por dinheiro? Aristóteles Onassis foi assunto constante, porque além de suas aventuras amorosas, era tido como um dos homens mais ricos do mundo. Quando o bolão da Loteria Esportiva é ganho por um só apostador (especialmente se for pessoa anônima e analfabeta) o trabalho jornalístico se valoriza. O que irá o modesto apostador fazer com tantos bilhões? Será que atenderá aos pedidos de auxílio para o orfanato de sua cidade, que o acolheu durante tantos anos, até que atingisse a maioridade? Que valor dá ele ao dinheiro?

**Expectativa ou suspense** — Há assuntos que levam o leitor a procurar os jornais diariamente a fim de saber se houve solução para determinados casos, que chegam a provocar expectativa ou suspense. O Presidente de Uganda, General Idi Amin, depois de vários dias (nos quais seu nome surgiu constantemente na imprensa) indultou o professor inglês Dennis Hills, que estava condenado à morte «pelo crime de alta traição». Em livro, que não chegou a ser vendido, o prisioneiro se referira a Idi Amin como «tirano da aldeia». A decisão do Presidente de Uganda demorou dias. A data para a execução íle Dennis Hills estava marcada, a Chancelaria Britânica procurou intervir e até uma jovem desquitada inglesa ofereceu-se para passar uma noite com Idi Amin, em troca do perdão ao professor. Esse acontecimento empolgou a muitas pessoas.

**Originalidade** — Estas notícias podem se confundir com as classificadas de raridade. Um exemplo seria a de dois irmãos gêmeos que, em um desastre, viessem a receber ferimentos idênticos, nas mesmas partes do corpo.

**Culto de heróis** — É interessante conhecer o que os homens fizeram e o que os tornou heróis. A comemoração do aniversário do término de uma Revolução ou Guerra leva os jornalistas a entrevistarem aqueles que, embora velhos, ainda se recordam dos atos de audácia e de bravura que praticaram. Sempre que haja o chamado *gancho* é oportuno relembrar os vultos que passaram à História, rememorando os gestos de patriotismo e de bravura que praticaram. Sempre que haja oportunidade é recomendável relembrar os vultos que passaram à História.

**Descobertas e invenções** — Há constante preocupação de todos para a melhoria do padrão de vida humanos. Declarações de um cientista, de que teria descoberto o vírus causador do câncer — o que abriria caminho para uma vacina ou cura dessa doença — serão entusiasticamente recebidas. Quantos, dentre os leitores, não terão parentes ou amigos, já desenganados, vítimas do câncer e que poderiam aguardar maior tempo de vida? As invenções também despertam entusiasmo. No Japão foi apresentada, experimentalmente, a televisão em relevo. Em reunião realizada em Londres, no mês de junho de 1975, a União da Imprensa da Comunidade Britânica revelou que a partir de 1980 haverá jornalismo eletrônico, por meio do qual as páginas com notícias aparecerão nas residências dos leitores, em telas de televisão, em vez de serem impressas no papel.

**Repercussão** — Se um brasileiro vai à Europa ou à América do Norte e é assassinado ou atropelado, serão poucos os jornais do Brasil que deixarão de dar a notícia. Mas se essa mesma pessoa, em circunstâncias idênticas, morresse em 8. Paulo, em Brasília ou no Recife, apenas os matutinos e vespertinos dessas cidades e daquela em que morava é que dariam a nota.

**Confidências** — Os cronistas sociais e também as revistas especializadas em assuntos de rádio, do cinema e da televisão costumam divulgar confi-  
dências de elementos que dependem da preferência popular. Chega-se ao absurdo de serem noticiados vários casamentos sucessivos de um só cantor, produtor ou atriz.

## ELEMENTOS DA NOTÍCIA

Qualquer notícia deve responder a seis perguntas clássicas:

**Quem? Quê? Quando? Onde? Por quê? Como?**

Essa seria a *notícia analítica* (completa), configurada na seguinte fórmula:

**3 Q + O ± P + C = NA.**

Eis um exemplo:

O Presidente de Formosa, China Nacionalista, Generalissimo Chiang Kai Shek	— <b>Quem</b>
morreu	— <b>Quê</b>
ontem	— <b>Quando</b>
em Taipé	— <b>Onde</b>
aos 87 anos	
em uma tenda de oxigênio para a qual havia sido levado,	— <b>Como</b>
vítima de ataque cardíaco	— <b>Por quê</b>

Há casos em que o jornalista recorre à *notícia sintética*, que apenas esclarece às perguntas:  
**Quem? Quê? Quando?**

Sua fórmula seria: **3 Q — NS**

Exemplos:

A Prefeitura receberá em abril o imposto predial.

Faleceu domingo, em Santos, o ex-Prefeito de Duartina, Manoel da Silva.

## TÉCNICAS PARA A APRESENTAÇÃO DAS MATÉRIAS

Há três sistemas de redação jornalística, quanto à técnica de apresentação:

**a) Pirâmide invertida.**

**b) Forma literária (ou pirâmide normal)**

**c) Sistema misto.**

**Na pirâmide invertida** a seqüência é esta: a) entrada ou fatos culminantes; b) fatos importantes ligados à *entrada*; c) pormenores interessantes; d) detalhes dispensáveis.

**Na forma literária (ou pirâmide normal)** monta-se este esquema: a) detalhes da introdução; b) fatos de crescente importância (visando criar suspense); c) fatos culminantes e d) desenlace.

**No sistema misto:** a) fatos culminantes (entrada); b) narração em ordem cronológica.

Até há algumas décadas, as notícias eram apresentadas com uma pequena entrada, que comentava o ocorrido, com frases estereotipadas e que visavam atingir os sentimentos do leitor.

Nas notas sobre assassinatos era comum que o início fosse redigido mais ou menos da seguinte maneira (o que constituía o *nariz-de-cera*):

«A sociedade local foi abalada ontem, com um trágico acontecimento, que envolveu duas famílias das mais destacadas. Ninguém poderia prever o desfecho de um casamento que já durava vinte e cinco anos e que terminou com a morte do casal, varado pelas quatro balas de um revólver, disparadas por um sanguinário e vil assassino, um ladrão que, não contente em roubar o que encontrara na residência por ele escolhida, ainda eliminou o marido e a mulher, que o surpreenderam ao atravessar a sala do suntuoso palacete.

Estamos realmente muito mal, com a audácia dos meliantes e pela deficiência de nossa polícia, que não se encontra em condições de proteger a todos. Até quando teremos de temer pela nossa sorte? Que tranquilidade poderão ter, em seus próprios lares, aqueles que se recolhem à noite, cansados após um dia de intenso trabalho? A cidade, inegavelmente, está de luto com a perda irreparável que sofreu, e dificilmente o nobre casal será esquecido, pois participava ativamente dos movimentos filantrópicos e sua bolsa estava sempre aberta para atender aos necessitados e aos esquecidos da sorte”.

Pela leitura desse intróito, pouco se poderia saber sobre o que ocorreu, a não ser que um casal foi morto, ao surpreender um ladrão em sua casa.

Surgiu, por isso, o estilo da *pirâmide invertida*.

Os fatos principais expostos no primeiro parágrafo — *lead* — oferecendo um resumo. O Lead pode ser definido como «**o parágrafo sintético, vivo, leve com que se inicia a notícia, na tentativa de prender a atenção do leitor**».

No mesmo exemplo citado, o *lead* poderia ser:

«F.A. e sua esposa A.B.C. foram mortos ontem, às 20 horas, em sua residência, à Av. Marechal Floriano Peixoto, 203, com quatro tiros de revólver, por um ladrão que se evadiu e que fora surpreendido pelo casal, quando roubava alguns objetos de arte».

Nessa notícia há apenas um enfoque — a morte do marido e da mulher — tratando-se portanto de um *lead simples*

Se na abertura de uma matéria forem abrangidos vários assuntos, o *lead* seria composto. Para fins didáticos cada assunto (ou *incidente*) pode ser representado por figuras geométricas, como sugerimos:

O temporal, que das 20 às 22 horas de ontem caiu sobre São Paulo, inundou várias ruas centrais, dificultando o trânsito, causou danos ao Museu do Ipiranga e provocou a queda, no aeroporto de Congonhas, que ficou interditado, de um avião de treinamento da Aeroar.

## TIPOS DE LEADS

Existem vários tipos de *leads* — tantos quantos permitir a imaginação do jornalista que os redigir — e conforme o enunciado de cada um deles. A enumeração que damos a seguir não é taxativa (isto é, não existem *somente* esses tipos), mas simplesmente enumerativa ou exemplificativa:

### 1) *Lead simples* (refere-se apenas a um fato principal):

Uma descompressão explosiva maciça a 7.000 metros de altura provocou a queda, ontem, nas proximidades de Saigon, do avião C-3A Galaxy, o maior do mundo, que transportava 150 crianças sul-vietnamitas órfãs, para os Estados Unidos.

### 2) *Lead composto* (anuncia vários fatos importantes, abrindo a notícia):

Inauguração da Biblioteca Pública Municipal com 20 andares, sessão solene na Câmara Municipal para a entrega de pergaminhos aos novos cidadãos paulistanos, jogo entre o Palmeiras e o Grêmio (de Porto Alegre) e a chegada do *Concorde*, em sua viagem inaugural entre Paris e Viracopos, assinalarão domingo próximo o aniversário da fundação de 5. Paulo. O Presidente da República desembarcará em Congonhas às 8 horas e, depois de participar de todas as comemorações, retornará a Brasília, à noite.

### 3) *Lead integral* (3 Q + O + P + C — dá noção perfeita e completa do fato):

Estudantes paulistas prometem para a tarde de amanhã novos atos de protesto pelas ruas centrais da capital e, além dessa passeata, pretendem realizar comícios para denunciar a indiscriminada criação de Faculdades de fins de semana.

### 4) *Lead suspense ou dramático* (provoca emoção em quem o lê):

Enquanto os bombeiros de Belo Horizonte acreditam que poderão salvar o menino Joaquim da Silva, de dois anos, que caiu ontem, às 23 horas, em um poço, no quintal de sua casa, à rua Presidente Wilson 500, os médicos do Pronto Socorro afirmam que o menor dificilmente suportará as dores das fraturas que sofreu, se não for retirado até a manhã de hoje.

Equipes de socorro estão no local, mas seu trabalho tem sido prejudicado, em consequência do constante perigo de desmoronamentos.

### 5) *Lead-flash* (*Flash*, jornalisticamente, quer dizer *relâmpago*, ou introdução lacônica de uma notícia):

Estudantes da capital prometem novos atos de protesto, amanhã, contra a criação de Faculdades de fins de semana.

### 6) *Lead resumo* (conta praticamente tudo o que ocorreu ou vai ocorrer). É o mesmo que o *lead composto*.

### 7) *Lead citação* (transcreve um pronunciamento):

Este ano não será possível construir nova estação de passageiros no aeroporto local, declarou o diretor de Viracopos.

**8) *Lead contraste* (revela fatos diferentes e antagônicos):**

Enquanto o milionário Pedro da Silva acertava ontem, sozinho, os 13 pontos da Loteria Esportiva, seu irmão, António da Silva, era sepultado como indigente, no Cemitério da Saudade. Seu corpo fora encontrado no pequeno barraco, construído com tábuas, no qual vivia, em bairro periférico.

**9) *Lead chavão* (cita um ditado ou slogan. Não é muito usado):**

(Quem com ferro fere, com ferro será ferido, — declarou ontem Pedro da Silva, para justificar ter assassinado Joaquim de Almeida, que matara seu pai, em janeiro de 1974.

**10) *Lead documentário* (serve de base histórica):**

O campus da Pontifícia Universidade Católica foi inaugurado ontem com a presença do Núncio Apostólico no Brasil, Ministro da Educação, reitores, autoridades e convidados. (A seguir, a cerimônia é descrita resumidamente, no *lead*, de maneira a que, no futuro, o texto possa servir como elemento histórico, a respeito da inauguração).

**11) *Lead direto* (anuncia a notícia sem rodeios, indo diretamente ao fato):**

Um terremoto, com a duração de 15 segundos, destruiu hoje parcialmente a capital da Nicarágua, provocando 500 mortes e ferindo 10 mil pessoas.

**12) *Lead pessoal* (fala ao leitor):**

Você poderá, a partir de hoje, telefonar para a delegacia da Receita Federal, a fim de obter esclarecimentos sobre as suas dúvidas quanto ao preenchimento da declaração do imposto de renda.

## VALORIZAÇÃO DOS ELEMENTOS DA NOTICIA

O *lead* pode ser redigido pelo menos de seis modos diferentes, para valorizar cada um dos elementos da notícia”:

Mais uma vez, damos um exemplo de *lead*:

O Bandido da Lanterna Vermelha matou, com cinco tiros de revólver, ontem, na esquina das ruas Marechal Deodoro e General Osório, o comerciante João de Deus, casado, residente à rua Independência 3000, pois, ao assaltá-lo, encontrou em sua carteira apenas uma cédula de dez cruzeiros.

Neste caso há duas pessoas ou *sujeitos*, mencionados pela notícia: o que matou (*sujeito ativo*) e o que foi morto (*sujeito passivo*).

Vamos decompor o *lead*:

*Quem (sujeito ativo)* — o Bandido da Lanterna Vermelha.

*Quem (sujeito passivo)* — o comerciante João de Deus (casado, residente à rua Independência 3000).

*Que* — matou.

*Quando* — ontem.

*Onde* — na esquina das ruas Marechal Deodoro e General Osório.

*Por quê?* — em virtude de a vítima ter apenas uma cédula de dez cruzeiros, em sua carteira.

*Como* — com cinco tiros de revólver.

No exemplo citado, valorizamos o *sujeito ativo*. O verbo, no noticiário, deve ser usado normalmente na voz ativa. Excepcionalmente, porém, é empregado na voz *passiva*, quando o *sujeito passivo* for pessoa mais importante que o ativo. Se o assassinado fosse um Senador (ou Governador, Prefeito, ou outro político de influência) a melhor forma para o *lead* seria:

O Senador Joaquim da Silva *foi assassinado* ontem, com cinco tiros de revólver, na esquina das ruas Marechal Deodoro e General Osório, pelo Bandido da Lanterna Vermelha, porque, ao ser assaltado, possuía pouco dinheiro em sua carteira.

Voltando ao primeiro exemplo, vamos redigir vários *leads*, que valorizem o *que*, o *quando*, o *onde*, o *por que* e o *como*.

**Valorização do *como*** (que se confunde com o *que*):

Com cinco tiros de revólver, o Bandido da Lanterna Vermelha matou João de Deus, casado, comerciante, residente à rua Independência, 3000, ontem, às 15 horas, no cruzamento das ruas Marechal Deodoro e General Osório, porque a vítima, ao ser assaltada, tinha em sua carteira apenas uma cédula de dez cruzeiros.

**Valorização do *quando*:**

Ontem, às 15 horas, na esquina das ruas Marechal Deodoro e General Osório, o Bandido da Lanterna Vermelha matou, com cinco tiros de revólver, o comerciante João de Deus, casado, residente à rua Independência, 3000, porque, ao assaltá-lo, encontrou em sua carteira apenas uma

cédula de dez cruzeiros.

***Valorização do por quê:***

Por haver encontrado apenas uma cédula de dez cruzeiros na carteira de João de Deus, comerciário, residente à rua Independência, 3000, a quem assaltara, o Bandido da Lanterna Vermelha o matou com cinco tiros de revólver, ontem, às 15 horas, na esquina das ruas Marechal Deodoro e General Osório.

***Valorização do onde:***

No cruzamento das ruas Marechal Deodoro e General Osório, o Bandido da Lanterna Vermelha matou ontem, às 15 horas, com cinco tiros de revólver, o comerciário João de Deus, casado, residente à rua Independência, 3000, porque, ao assaltá-lo, encontrou em sua carteira apenas uma cédula de dez cruzeiros.

# O LIDE

A partir dos anos 1950 adotou-se em nosso país uma técnica de elaboração da notícia, institucionalizada pelos manuais de redação que foram criados por todos os grandes jornais. O elemento essencial da técnica era o *lead*, ou *lide*, como usamos aqui. A expressão inglesa *lead* é originária do verbo *to lead*, que significa **conduzir, orientar, dirigir, guiar**.

Ao contrário de outros autores que situam o surgimento do lide neste século, Natalício Noberto informa que ele **foi criado pelos jornalistas norte-americanos há quase cem anos a fim de substituir o chamado *estilo britânico***, que consistia em redigir as notícias para os jornais observando fielmente a ordem cronológica dos fatos — como nos livros de ficção.

Ele explica que o estilo britânico era conhecido no Brasil como *nariz-de-cera* e tinha a finalidade de “preparar o espírito do leitor para receber o impacto da notícia, boa ou má”.

Por outro lado, **o autor diz que o lide não é a abertura de uma notícia, “mas a soma total dos detalhes do fato, da história. É o clímax do acontecimento”**.

A técnica de elaboração de uma notícia determinava a redação de um primeiro parágrafo, no qual **deveriam ser respondidas seis questões sobre o fato narrado: quem? o quê? onde? quando? como? por quê?**

Por determinação dos manuais de redação, foi criado o que chamaríamos de técnica do *lide estético*. Com efeito o lide ocuparia, seguindo tal procedimento, um espaço idêntico em todas as matérias uma vez impressas.

Portanto, a técnica não ficava só nas respostas àquelas seis indagações, pois era preciso também **reduzir todas as respostas em um parágrafo de cinco linhas em média**. O mais complicado era quando se tinha, obrigatoriamente, de escrever por extenso o nome de um órgão e de seu dirigente, ambos muito longos.

# O LIDE

A definição do modelo do lide — com seis interrogações básicas — representou uma solução inovadora para a construção de um texto de notícia padronizado e homogêneo.

O modelo do lide é muito questionado, mas continua sendo objeto de exercícios nos cursos de graduação em jornalismo.

Ele ainda é defendido por alguns autores como um recurso de grande valia para construção de uma *boa cabeça* de matéria.

Os alunos devem ser capazes de elaborar um lide com aquela técnica para depois desenvolverem soluções novas no dia-a-dia de trabalho da redação.

Afinal, com uma boa estruturação do lide um jovem repórter sofrerá menores riscos de produzir um texto de qualidade duvidosa.

# O LIDE

Vejamos um exemplo utilizado em sala de aula:

**Quem?** O pedreiro José Pereira da Silva, 32 anos, casado, residente na favela Reino Encantado.

**O quê?** Matou seu desafeto (é horrível, mas redator da editoria de polícia adora) Raimundo Gomes do Nascimento, 27 anos, ferreiro, solteiro, residente na mesma favela.

**Como?** Com cinco profundas facadas (já imaginaram?).

**Onde?** Numa vendinha localizada nas proximidades da residência de ambos.

**Quando?** Às 23 horas da noite de ontem.

**Por quê?** Por motivos fúteis, em meio a uma discussão banal. Preenchida a grade, o lide da notícia fica assim:

O pedreiro José Pereira da Silva, 32 anos, casado, residente na favela Reino Encantado, matou seu desafeto Raimundo Gomes do Nascimento, 27 anos, ferreiro, solteiro, residente na mesma favela, com cinco profundas facadas, numa vendinha localizada nas proximidades da residência de ambos, por motivos fúteis, em meio a uma discussão banal.

Estamos mostrando um exemplo que atende às exigências impostas pelo modelo largamente utilizado pelos manuais de redação, a partir dos anos 1950 e obrigatório para todos os jornalistas de praticamente todos os veículos.

A fórmula incluía outras exigências, que ainda perduram, para a elaboração de um bom texto de notícia: **o máximo de clareza possível e a ordem direta, com sujeito, predicado e objeto**, adotando-se a ordem indireta apenas quando não houver outra possibilidade. Afinal, não podemos exigir a ordem direta em alguns casos, quando, por exemplo, temos de contrapor duas situações opostas para tornar o texto mais atraente.

# O LIDE

Vejamos um exemplo de uma notícia política, na cobertura do Congresso Nacional, para tornar mais clara a questão proposta no parágrafo anterior.

Um parlamentar pacifista fazia um discurso em defesa da paz, quando, no plenário, dois outros, que nada tinham a ver com a causa do orador, tentavam ganhar uma disputa ideológica “a socos”. Então, a melhor maneira de dar mais emoção é a fórmula mais condenada no auge do sucesso do modelo de lide acima exposto.

O jornalista terá de narrar, acima de tudo, a contradição entre a pregação de um parlamentar e a atuação política prática de seus companheiros. **O lide, neste caso, deverá ser redigido assim:**

**Quando o deputado fulano fazia um discurso em defesa da paz e harmonia entre os homens, dois de seus colegas resolveram trocar murros e pontapés no plenário da Câmara dos Deputados para resolver uma questão ideológica.**

Enfatizemos o detalhe da localização dos dois lutadores.

Eles estão no plenário da Câmara, onde é exigido respeito das galerias, pois, sempre que a audiência faz um barulho prejudicial ao desenvolvimento dos trabalhos dos parlamentares, estas são evacuadas (o termo é horrível, mas é um jargão da Casa). São dois deputados, homens públicos, cujas funções impõem boas maneiras, além de uma preparação ou qualificação que jamais justificaria tal destempero.

# O TEXTO

O texto de uma notícia deve seguir alguns princípios. Luiz Amaral, com base em recomendações do manual de estilo do jornal *Star*, de Nova York, onde trabalhou Ernest Hemingway, lembra que o lide precisa ter:

- 1) **orações breves;**
- 2) **palavras curtas;**
- 3) **preferência pelo vocábulo usual;**
- 4) **utilização de estilo direto;**
- 5) **uso de termos e expressões relacionados com seres humanos, suas características e qualidades;**
- 6) **uso adequado de adjetivos;**
- 7) **verbos vigorosos, de ação.**

# O TEXTO

## ELEMENTOS ESSENCIAIS

Existem quatro elementos essenciais para produção de um bom texto de notícia, que são:

### 1) objetividade

**Primeiro, o redator deve narrar o fato principal. Nada de supervalorização de detalhes que terminam confundindo o leitor.**

Se o repórter vai noticiar um assalto a banco, a primeira coisa a dizer é que o banco foi assaltado, quantos ladrões eram e quanto levaram. Poderá até começar dizendo que primeiro seqüestraram o gerente que estava saindo de casa para trabalhar.

Mas a abertura da matéria — lide — exige a enunciação dos elementos fundamentais que determinam a decisão de fazer uma notícia, como os valores furtados, o número de assaltantes, o nome e a localização do banco.

Em resumo, se o gerente saísse de casa e não acontecesse nada, não haveria notícia. O fato de o gerente ter sido seqüestrado para ser usado em um assalto é que é a notícia.

Portanto, isto não pode ser esquecido, do contrário, não há informação que justifique a matéria jornalística.

## 2) clareza

O jornalista só deve falar sobre o que ele sabe, caso contrário, termina dizendo tolices.

Se tem dúvida sobre um detalhe que achou importante e não conseguiu entender, não deve conjecturar.

O fundamental é ter elucidado toda a matéria-prima da informação e checá-la, para produzir um material de boa qualidade. Hohenberg simplesmente sugere que, “em dúvida, omite até que os fatos possam ser esclarecidos”

Portanto, caso o detalhe não se constitua algo muito relevante, o melhor é excluí-lo. Estudantes e muitos jovens repórteres tendem a utilizar palavras que eles desconhecem o significado, gerando textos quase sempre confusos. Terminam falando o que não devem.

O melhor para o redator é escrever sobre temas de amplo conhecimento, evitando os equívocos e as imprecisões.

### 3) concisão

**O redator não deve dizer em dez palavras o que pode dizer em duas.** É preciso evitar mostrar-se envolvido e íntimo dos fatos e dizer mil coisas que todo mundo sabe e que nunca tornam a notícia mais completa e mais clara.

A notícia tem de ser *pão, pão, queijo, queijo*.

**É bom não teorizar sobre o nada**, como acontece com alguns redatores, que querem provar que são senhores do saber no corpo de uma notícia.

É preciso pregar os diplomas, mas na parede da sala de visita, e tirá-los das notícias, providência que certamente permitirá a realização de um bom e proveitoso trabalho.

## 4) precisão

**Se o jornalista informar que em uma reunião estavam presentes dez pessoas e adiante, no mesmo texto, informar que doze dos presentes votaram pela aprovação de um determinado procedimento político, é preciso esclarecer a presença de mais dois, se é que não foi simplesmente um engano.**

Aí é que entra a questão da precisão, de fundamental importância para não confundir o leitor.

**Da mesma forma, deve ser observado cuidado especial com estimativas, como aquelas ditadas pelo *olhômetro*.**

Se o repórter disse que no comício do candidato Zé da Silva havia cinco mil pessoas, terá que ir até o fim do texto com o mesmo número. Não poderá se entusiasmar com o candidato e ampliar o número ou, ao contrário, considerar a figura um péssimo político e, em consequência, reduzir o número de seus eleitores.

Com tais erros, a informação perde em credibilidade, o que é mau para o profissional e para a empresa.

# A LINGUAGEM DO JORNAL

**O essencial, no jornal, é a qualidade daquilo que coloca no mercado: a *notícia*.**

O jornalista produz uma mercadoria e toda mercadoria tem de ter qualidade e boa apresentação. A notícia deve ter uma boa angulação, como se diz no jargão das redações. A qualidade deve prevalecer sempre sobre a apresentação, isto é, o primordial é a informação.

**O relato de uma informação, sem nenhuma criatividade, com as qualidades do texto de uma ata de assembléia condominial**, não despertará interesse dos consumidores do bem simbólico notícia. Além de atraente e emocionante, a matéria terá de conter também alto grau de comunicabilidade, definida por Nilson Lage como a capacidade de um texto relativamente complexo ser compreendido por um máximo de receptores diversos, com repertórios diferentes

Esaú de Carvalho observava que a atividade de comunicação se desenvolve essencialmente pela *decisão editorial*, pela *produção da mensagem* e pela *distribuição*.

Ou seja, um conjunto de ações que devem ser realizadas com eficiência. Lins da Silva adverte que não adianta (nem é possível) telefonar para cada um dos leitores do jornal para explicar por que a notícia não está bem escrita, a informação está errada ou a foto é de má qualidade.

O jornal é uma fábrica. Sua linha de produção é a redação. O próprio Otávio Frias, diretor de redação da *Folha de 5. Paulo*, tenta propor, na apresentação do livro *Mil dias*, uma solução alternativa ao questionar dois *mal-entendidos*:

**O primeiro é confundir o desenvolvimento do capitalismo na imprensa com o desenvolvimento da imprensa no capitalismo e considerar que, porque ocorrem de modo entrelaçado e simultâneo, esses dois termos significam a mesma coisa.**

O segundo é recusar a lógica do mercado contrapondo a ela não outra lógica, mas uma moralidade.

De fato, a grande empresa deve guiar-se pela lógica do mercado, do contrário não sobreviverá. A *Folha de 5. Paulo* fez exatamente isso na campanha das *Diretas* em 1984.

**O jornal  
apresenta algumas  
características marcantes,  
como:**

- 1) trata dos fatos ocorridos no dia anterior; assim, relata o que passou;**
- 2) oferece ao leitor um exame analítico e uma reflexão sobre os acontecimentos;**
- 3) é abrangente, cobrindo uma vasta gama de assuntos;**
- 4) combina dois códigos, o escrito – o texto – e o visual - fotografia, ilustrações e apresentação gráfica;**
- 5) é temporal, ou seja, só vale por um dia, no outro, será jogado fora.**