

VAMOS FALAR DE JORNALISMO

POR: Silva Araújo

RECORTES DE IMPRENSA

[1º Vol.]

Delegação no Porto

da

Direcção-Geral da Comunicação Social

VAMOS FALAR DE JORNALISMO

POR: Silva Araújo

RECORTES DE IMPRENSA

[10v.]

Delegação no Porto

da

Direcção-Geral da Comunicação Social

Explicação

O "Diário do Minho" tem vindo a publicar uma série de artigos relacionados com o exercício do Jornalismo.

Essa rubrica tem a assinatura do Dr. Domingos da Silva Araújo, licenciado em Jornalismo pela Universidade de Pamplona (Espanha).

Como sabemos por experiência própria, quão útil é para os colaboradores da Imprensa Regional este tipo de conhecimentos, resolvemos reunir num primeiro caderno os recortes dos artigos já saídos, enviando-os aos jornais da província para que esses jornais os propiciem aos seus colaboradores, de modo a terem ao seu alcance o abc do passatempo que os apaixona.

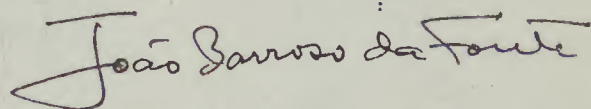
Trata-se de um conjunto de princípios que devem ter-se em conta e que são fáceis de assimilar, graças à metodologia com que aqui são expostos.

Pençamos ser esta mais uma forma de apoiar a Imprensa Regional.

Oxalã sejamos bem sucedidos.

Porto, 6 de Dezembro de 1983

O DIRECTOR



(Dr. João Barroso da Fonte)

SUMÁRIO:

VAMOS FALAR DE JORNALISMO:

- O Jornal e as suas características	2
- Missão do Jornal	5
- A importância e conteúdo do Jornal	6
- Classificação dos jornais	7
- Lei de Imprensa	8
- O Jornal e outros meios	9
- Arrumação e produção do Jornal	10
- Pessoas que contribuem para fazer o Jornal	11
- Estilos e gêneros	14
- Estilo Informativo	15
- Outros estilos	18
- A notícia	19

Vamos falar de jornalismo

Por SILVA ARAÚJO

1 — O jornal e as suas características

Quinzenalmente aqui estarei convosco para conversar sobre jornalismo. Tenho reparado ser um tema que desperta o interesse de muitos jovens e penso ser bom que eles vão tomando contacto com esta realidade que é o jornal.

Vou recomençar por dizer-vos o que é — e o que não deve ser — um jornal.

Etimologicamente a palavra jornal designa uma publicação diária. Hoje o termo usa-se como sinónimo de periódico, independentemente do facto de aparecer ou não todos os dias.

No entanto, a ideia de jornal anda muito ligada à de tempo, como vereis quando falar da actualidade, que é uma das características do jornal. Esta ideia de tempo aparece mesmo nos títulos dos jornais: Journal, Zeitung, Times, Dia, Tempo, etc.

Têm-se apresentado diversas definições de jornal. Émil Dovifat considera-o o instrumento que dá os acontecimentos mais recentes, nos mais curtos e regulares períodos de tempo, para a mais ampla divulgação.

O jornal é um meio de informação, de comunicação e de diálogo. Através dele as pessoas informam e informam-se e trocam impressões. Através dos jornais dão-se a conhecer realidade e aspirações e debatem-se problemas de interesse para as comunidades.

O elemento fundamental do jornal é constituído pelas notícias. As pessoas compram-nos para estarem informadas do que se passa, para sabermos o que há de novo. A propósito dos factos que narra — as tais notícias — os jornais apresentam, também, opiniões e comentários. Há, portanto, dois ele-

mentos importantes num jornal: a informação e a opinião. Estas duas partes do conteúdo do jornal não devem misturar-se uma com a outra, mas aparecer de tal modo que o leitor distinga, claramente, uma e outra.

O LEITOR

Falei em leitor. Os jornais fazem-se a pensar no público, que são os leitores.

Já sabes que o jornal, também chamado imprensa escrita, é um dos meios de comunicação social. Também nele existem aqueles elementos constantes do processo de comunicação. Há um emissor e um destinatário. Os leitores são o destinatário.

Há quem pense, erradamente, ser o leitor, em relação ao jornal, um elemento meramente passivo, cumprindo-lhe, só, pagar o jornal e tomar conhecimento do que este lhe transmite.

Não deve ser assim. A comunicação, no jornal, deveria ser, também, uma rua de duas mãos. O destinatário pode — e deve, em al-

guns casos — ser também emissor. Só assim o jornal se converte num instrumento de diálogo. O leitor tem o direito — e às vezes o dever — de utilizar o jornal para, também ele, informar e comentar.

Cumprindo ao leitor acreditar na informação que o jornal, honesto, dá — os factos são sagrados — pode estar de acordo ou não em relação aos comentários e opiniões tecidos à volta dos mesmos.

Perante o jornal, o leitor não deve abdicar da sua capacidade de pensar. Uma das missões do jornal é ajudar o leitor a ter elementos que lhe permitam formular opiniões e juízos cada vez mais fundamentados, o que se não consegue se o leitor — o que será muito triste — pensar pela cabeça do jornal que lê. Perante o jornal temos de saber usar o nosso sentido crítico.

O leitor pode ter razões fundamentadas para discordar das opiniões emitidas pelo jornal. Por que não utilizar o jornal para dizer aos outros o que pensa?

O leitor pode, no que diz respeito à informação, ter elementos de interesse que escaparam ao jornalista ou a que o jornalista não teve acesso. Por que não há-de completar essa mesma informação e até, se for caso disso, rectificá-la?

Os responsáveis pelo jornal devem reconhecer ao leitor o direito de intervir e de, através do jornal que lê, poder expressar o seu parecer. O jornal pode, e deve, ser um instrumento ao serviço do direito de discordar. Jornais há que têm expressamente para isso secções como «Cartas ao Director», «Correio dos Leitores», «Tribuna do Leitor», etc.

Quanto à participação dos leitores no jornal que compram e lêem, há, ainda, em minha opinião, um longo caminho a andar. E se é verdade que a culpa pode ser dos responsáveis do jornal, também o é, de certeza, dos leitores. Há passivismos e comodismos que seria bom desaparecessem.

Há pessoas que se recusam a usar este direito de participação e outras que o usam de uma forma indevida.

Há quem não escreva nos jornais com o receio de ter de pagar, como se de publicidade se tratasse. Esquecem-se de que, se houvesse lugar a compensações monetárias em muitos casos quem o deveria fazer era a administração do jornal e não do leitor que nele escreveu.

O jornal há-de ser utilizado como uma forma de servir e não um processo dos indivíduos se servirem.

Há quem use indevidamente o direito de participar no jornal enviando para lá textos impúblicáveis quanto ao conteúdo e quanto à forma. Usam, por vezes, uma

linguagem deselegante. Escrevem de maneira que não se entende. Mandam textos demasiado longos que, espremidos, quase não dão sumo. O conteúdo do que escrevem, às vezes, não passa de um auto-elogio, de uma defesa de interesses meramente pessoais em detrimento do bem comum, de uma forma de fazer vingança, de uma publicidade disfarçada. Claro que isto não pode ser.

O jornal, como veremos, tem características que é preciso saber respeitar. Não é um simples papel pintado. Não é um boletim de notícias ao serviço do Estado ou da autarquia local. Não é uma simples apresentação dos factos ou uma colecção de folhas de papel mais ou menos rico.

No próximo dia falar-te-ei das características do jornal e da missão que o jornal é chamado a desempenhar.

Vamos falar de jornalismo

por SILVA ARAÚJO

2 — O jornal e as suas características

Hoje vou falar-te das principais características do jornal: actualidade, periodicidade, difusão.

Actualidade — O jornal existe para informar dos acontecimentos mais recentes. As notícias servem-se frescas. Não deve mediar muito tempo entre o ocorrido e o conhecimento que dele se dá. O jornal de hoje tem o dever de informar do que aconteceu ontem.

Para se manterem em cima dos acontecimentos há ocasiões em que os jornais chegam a tirar, no mesmo dia, várias edições. Uma segunda edição de um jornal não é um jornal inteiramente diferente. A diferença está, praticamente, na informação do facto que a motivou.

Periodicidade — O jornal, em princípio, não sai a qualquer hora. Não é como um livro ou uma revista. Publica-se em períodos de tempos curtos e regulares. Há-de ter uma determinada hora de sair. Um jornal que hoje sai a uma hora e ama-

nhã a outra sujeita-se a ver fugirem-lhe os leitores. Todos os dias, à mesma hora, o jornal daquele título deve estar nos mesmos locais de venda.

Difusão — O jornal destina-se a toda a gente, porque todos os cidadãos devem estar informados do que se passa à sua volta. Na prática, porém, verifica-se que cada jornal tem os seus leitores, cuja qualidade, costumes e preferências deve conhecer. As pessoas afeiçoam-se ao seu jornal; familiarizam-se com ele; às vezes dizem não saberem ler outro.

A universalidade no que diz respeito ao destinatário implica a universalidade quanto ao conteúdo informativo. Nada do que é humano pode ser alheio ao jornal. Quem leva muito pede levar alguma coisa a muitos. Desenvolver demasiado um assunto omitindo outros pode ser uma falta ao dever de informar. As pessoas têm o direito de estarem informadas de tudo o que interesse, e o jornal possui o dever de as informar. Mesmo que

as notícias não sejam do agrado do director ou dos redactores nem por isso deverão ser suprimidas; as pessoas estão no jornal para servirem e não para se servirem.

É um dever do jornal colocar-se ao serviço do leitor, mas não se lhe escravizando. Não é missão do jornal publicar tudo e só o que o leitor quer, mas publicar aquilo por que o leitor se interessa ou deveria interessar.

MISSÃO A CUMPRIR

O jornal tem uma missão a cumprir. Hoje vou apontar o aspecto negativo, dizendo-te para que não deve ser utilizado o jornal. Falar-te-ei, depois, do uso que se lhe deve dar.

O jornal não existe para tecer elogios a ninguém. Não serve

para dar parabéns seja a quem for. A sua linguagem é a dos factos e não a dos adjectivos. Não lhe compete condenar nem endeusar ninguém. Se alguém o pretende utilizar para isso tem,

observadas as devidas normas, a secção de publicidade. Publicidade que deve aparecer identificada como tal. Não é missão do jornal dizer que fulano é um covarde e sicrano um herói, embora possa ser uma obrigação narrar as cobardias de uns e as heroicidades de outros. Conta factos verdadeiros, e perante eles, o leitor que conclua.

O jornal não existe para satisfazer a vaidade seja de quem for.

O jornal não existe para defender os interesses dos seus proprietários e facilitar a sua promoção.

O jornal não existe para ser suporte do poder político, como acontece nos regimes totalitários onde, a pretexto de cumprir as obrigações para com o povo, se converte o jornal num meio de direcção do poder ditatorial do Estado, ou se utiliza o mesmo em forma de monopólio, como elemento agitador e organizador do partido único.

O jornal não existe para publicar ensaios ou poemas que, por falta de qualidade, são recusados pelas revistas de especialidade. (Isto não quer dizer, como é evidente, que os jornais não tenham uma secção ou um suplemento literário).

O jornal não existe para satisfazer vinganças pessoais.

O jornal não existe para apresentar uma visão falsificada da realidade, empolando o relato dos acontecimentos ou faltando propositadamente à verdade.

Então — perguntar-me-ás — para que serve, afinal, o jornal?

Dir-to-ei na próxima conversa.

Vamos falar de jornalismo

Para que serve, então, o jornal?—era a pergunta que ficava no termo da nossa conversa de há quinze dias.

Classicamente atribui-se ao jornal a tríplice missão de informar, orientar e distrair.

O jornal existe para dar notícias. Para dizer o que se passa, o que há de novo. Para informar com o máximo de objectividade.

É intencionalmente que escrevo «o máximo de objectividade». Não fiques admirado se te disser que a objectividade é, na prática, um mito. Objectiva, objectiva, é a notícia do totobola, dos resultados de futebol e da lotaria, e pouco mais. No resto, mesmo involuntariamente, há sempre elementos subjectivos que se podem introduzir na notícia. Se puseres duas pessoas a narrarem o mesmo acontecimento as narrações não saem exactamente iguais. Isso tem muito a ver com a formação da pessoa, a sua sensibilidade, o ambiente em que vive, etc. Estou a lembrar-me da redacção que uma menina rica fazia, tendo por tema «uma família pobre». Naquela casa—dizia a menina—tudo era pobre: era pobre o pai, era pobre a mãe, era pobre a cozinheira, era pobre a criada de sala, era pobre o motorista, etc., etc.

A objectividade é um ideal para que se deve tender. O jornalista tem o dever de ser o mais objectivo que possa.

Também é missão do jornal emitir opiniões sobre os factos, valorizar e julgar os actos dos governantes, ser reflexo da opinião pública, controlar o exercício do poder sendo, na prática, o tal instrumento de diálogo de que já te falei.

por SILVA ARAÚJO

3 — Missão do Jornal

Neste aspecto o jornal pode contribuir para elevar o nível das pessoas, para as despertar da apatia em que vivem relativamente aos problemas de comunidade, para lutar contra a ignorância, para tornar os cidadãos cada vez mais conscientes e mais responsáveis, para os ajudar a participar na vida pública, etc.

O jornal contribui, também, uma forma agradável e até útil de ajudar a passar os tempos livres. Para isso contribuem as suas secções de humor, as palavras cruzadas, os «comics» e todas as variadas formas de passatempo.

Modernamente chama-se à Imprensa o Quarto Poder—logo a seguir ao Legislativo, ao Executivo e ao Judicial — em consequência que lhe cabe de controlar o exercício dos poderes públicos, denunciando arbitrariedades e injustiças.

Nos nossos tempos, a este respeito é, flagrante o caso de Richard Nixon. Foi um jornal, com as reportagens sobre o caso «Watergate», que contribuiu para a queda do presidente norte-americano. Anos antes, em Inglaterra, foi célebre o escândalo Profumo, levantado também pelos jornais.

Não sendo a única, essa é uma das razões por que os homens do poder tentam controlar a Imprensa. Pretendem fazer dela um instrumento dócil, algo que os sirva, em vez de servir a comunidade. O jornalista que se preza defende ciosamente a sua independência.

Para cumprir as missões de que te falei a Imprensa necessita de ser livre e independente quer do poder político quer do poder económico. Pode não ser livre a Imprensa controlada pelo Estado como pode não ser livre a Imprensa controlada por um grupo particular. As vezes, mais importante do que saber se um jornal é independente é procurar investigar de quem é que ele depende.

Entre nós a imprensa estatizada e municipalizada pode correr o risco de converter alguns jornais em instrumentos ao serviço do partido ou das pessoas que detêm o poder. Em alguns casos concretos tais riscos chegaram a concretizar-se.

É evidente que também a imprensa privada se encontra dependente dos seus proprietários.

Não te esqueças, porém, de que o poder controlador do Estado é muito maior que o dos particulares.

Há uma importante missão da Imprensa que não quero deixar de te recordar: a de informar os governantes dos anseios dos governados, sendo, como em 1814 escreveu *Mercurius Reshnan*, «a boca do Povo e a orelha do Príncipe». Quando a Imprensa é verdadeiramente livre quem está constituído em autoridade deve ser, por si ou por outrem, um grande leitor de jornais. Se o fizer com atenção tem neles um precioso auxiliar, já que, através deles, pode tomar conhecimento dos problemas, dos anseios, das carências, das angústias, do pensar das populações.

Na próxima quinzena falar-te-ei da importância e do conteúdo do jornal.

Vamos falar de jornalismo

por SILVA ARAÚJO

4 — Importância e conteúdo do jornal

Depois de termos falado sobre a missão do jornal conclui-se, daí, a sua grande importância nos tempos de hoje.

Émile Dovifat classifica o jornal como um órgão da democracia, para cujo florescimento contribui sempre de modo notável, responsabilizando-o, também, pela sua decadência.

Não há democracia sem participação dos cidadãos. Esta é tanto mais consciente quanto melhor estão informados os mesmos cidadãos. O jornal é um dos grandes meios de informação, de que as pessoas podem dispor.

O jornal contribui para a recta formação da opinião pública, ao mesmo tempo que fornece, também, à opinião pública um instrumento através do qual se pode expressar e dar a conhecer.

Napoleão disse um dia que quatro jornais adversos podem fazer mais mal do que um exército de cem mil homens.

Não é sem razão que os desejosos da conquista do poder ou da permanência nele procuram controlar os vários meios de comunicação social. Uma das coisas que, em Agosto de 1968, fizeram as forças de ocupação da Checoslováquia foi a substituição de todos os directores dos jornais.

Também te não pode passar

despercebida a luta que, entre nós, após o 25 de Abril de 1974, se vem travando pelo controlo dos meios de comunicação social. O desejo que os vários grupos tiveram de neles meter homens da sua confiança deu até, como resultado, a existência de excedentários quadros de pessoal. Tem-se visto partidos da oposição criticarem, por exemplo, a comunicação social estatizada, pelos perigos que pode trazer para a liberdade, como já te disse, mas tem-se visto também que, chegados ao poder, a procuram manter. Há quem gaste muito dinheiro só para ter o seu jornal. Se os jornais não fossem importantes como se justificaria a apatência que relativamente a eles manifestam os homens da política e do capital?

CONTEÚDO DO JORNAL

Disse-te já que uma das características do jornal é a sua actualidade. O núcleo do jornal é a narração de acontecimentos actuais, a notícia. Ao pegarem no jornal as pessoas fazem-no movidas pelo desejo de saberem o que há de novo.

A actualidade de que o jornal é portador pode apresentar-se sob diversas formas de que falarei mais pormenorizadamente quando conversarmos sobre

os estilos e os géneros jornalísticos.

De momento, e em síntese, dir-te-ei que o jornal contém, ou pode conter:

notícias—que são informações de acontecimentos actuais;

reportagens—uma espécie de notícias mais desenvolvidas, em que se presta particular atenção às causas e consequências de acontecimentos actuais;

entrevistas—que revelam a personalidade de alguém que é notícia ou contém a opinião de uma pessoa qualificada acerca de uma notícia;

inquéritos—comunicam a opinião de várias pessoas sobre determinadas notícias;

críticas—emitem juízos sobre as notícias;

crónicas—sínteses de várias notícias;

artigos—exprimem a opinião de quem os assina acerca de algumas notícias;

editoriais—apresentam o pensamento do jornal sobre uma ou várias notícias.

As próprias ilustrações, quer se trate de fotografias ou de desenhos, devem estar relacionadas com a actualidade.

Em resumo: o conteúdo do jornal consiste na narração de factos actuais (informação) ou na apresentação de juízos acerca desses mesmos factos (opinião).

Vamos falar de jornalismo

Por Silva Araújo

5 — Classificação dos jornais

É comum a todos os jornais a actualidade, apresentada sob a forma de informação ou de opinião. Quase todos os jornais apresentam a narração dos factos e os comentários dos mesmos.

Em razão da periodicidade os jornais podem ser diários e não diários. Os diários tanto saem de manhã como à tarde. Os não diários podem sair duas vezes por semana, semanalmente, de 15 em 15 dias, etc..

Para que um jornal se considere diário não é forçoso que se publique em cada um dos sete dias da semana; basta que o faça na maior parte desses dias.

Se atendermos ao conteúdo, há jornais de informação geral («O Comércio do Porto», por exemplo) ou especializada, como é o caso de «A Bola».

Nem todos têm a mesma difusão. Há-os que são internacionais («Le Monde»), nacionais («Diário de Notícias»), regionais («Diário do Minho») provinciais e locais.

Olhando para o formato vemos que há jornais grandes («Jornal de Notícias») e tablóides («O Primeiro de Janeiro»).

Há uns tempos atrás usava-se o formato grande para os matutinos, que se liam calmamente em casa, reservando-se o formato pequeno para os vespertinos, folheados, muitas vezes, enquanto se vai na

rua ou em qualquer meio de transporte. Hoje está a generalizar-se o formato tablóide.

A VERDADE NA INFORMAÇÃO

Já tive oportunidade de fazer uma referência à objectividade das notícias. Embora considere um mito a objectividade pura — só é possível nos resultados de futebol, nos prémios de lotaria e em pouco mais — não deixo de recordar ser dever de todos os jornalistas lutar pela existência de uma informação cada vez mais objectiva.

Não deve ser divulgada nenhuma notícia que não seja verdadeira. É muito possível que, pelos mais variados motivos, o jornalista seja induzido em erro. Não deve, porém, descansar na busca da verdade, sabendo seleccionar as fontes de que dispõe e informar-se devidamente. Que se não divulgue uma notícia sem que exista a convicção de que se está de posse da verdade.

Um jornalista consciente e responsável evita a divulgação de notícias não confirmadas, ainda que para tal se veja obrigado a dominar o compreensível brio de apresentar qualquer assunto em primeira mão, vindo a público com o que, em gíria profissional, se chama uma «caixa». Mais vale ser o segundo a dizer a verdade do que o primeiro a mentir. É certo que

pode vir, depois, o desmentido, mas nem todos os que leram a informação falsa podem conhecer a sua rectificação. E mesmo lendo esta, pode ficar sempre a dúvida no espírito do leitor.

Não se deve publicar nada que não seja verdadeiro, mas nem tudo o que é verdade deve ser trazido para o domínio público. Sou pela liberdade de informação. Repugna-me qualquer tipo de censura. Todavia, como te dissei mais tarde, entendo que a verdadeira liberdade é limitada pelo justo direito dos outros.

O jornalista responsável não divulga nada que:

— Envolver difamação de alguém, a não ser que o bem comum o exija;

— Seja juízo temerário;

— Não esteja devidamente comprovado e documentado;

— Seja plagiato;

— Viole o respeito devido à intimidade alheia;

— Constitua falta de respeito à pessoa cujos erros há motivo para censurar e denunciar.

Na próxima quinzena falaremos de algumas normas jurídicas que o jornalista deve conhecer.

Vamos falar de jornalismo

Os jornais e os jornalistas também estão sujeitos a leis. Uma delas é o que vulgarmente se chama «Lei de Imprensa» (Decreto-Lei N.º 85-C/75, de 26 de Fevereiro).

ELEMENTOS A INSERIR E REGISTO A FAZER

De harmonia com os preceitos legais actualmente em vigor o jornal deve conter, na primeira página, o título da publicação, a data, o período de tempo a que respeita e preço. Conterá, igualmente, os nomes do director e do proprietário, a localização da sede, o nome do estabelecimento e das oficinas em que é impresso, mas não necessariamente na primeira página (artigo 11º da Lei de Imprensa).

Há que fazer um registo na Direcção-Geral da Comunicação Social, de onde conste: o título, a periodicidade, a sede, a entidade proprietária, os corpos gerentes e direcção (Artigo 13º).

As publicações informativas deverão adoptar um estatuto editorial, o qual definirá a sua orienta-

Por Silva Araújo

ção e objectivos, comprometendo-se a respeitar os princípios deontológicos da imprensa e da ética profissional, de modo a não poderem prosseguir apenas fins comerciais, nem abusar da boa fé dos leitores, encobrindo ou deturpando a informação (Artigo 3º).

RESPONSABILIDADE CRIMINAL

São responsáveis pelo conteúdo do jornal:

O autor do escrito ou imagem, se vêm assinados, e é capaz de responsabilidade;

o director ou seu substituto legal, no caso dos textos ou imagens não virem assinados ou de o seu autor não ser capaz de responsabilidade;

mesmo nos textos ou imagens assinados e em que o autor é capaz de responsabilidade, o director ou seu substituto legal é responsável como cúmplice, a não ser que prove não conhecer o texto publicado ou que lhe não foi possível impedir a sua publicação.

O director presume-se autor de todos os textos não assinados e é responsável por eles (Artigo 26.º).

DIREITO DE RESPOSTA

Os jornais são obrigados a inserir dentro de dois números, a contar do recebimento em carta registada, com aviso de recepção e assinatura reconhecida, a resposta de qualquer pessoa singular ou colectiva ou organismo público que se considerem prejudicados pela publicação no mesmo jornal de ofensas directas ou de referências de facto inverídico ou erróneo que possam afectar a sua reputação e boa fama, ou o desmentido ou rectificação oficial de qualquer notícia neles publicada ou reproduzida.

A publicação será de uma só vez, gratuita, no mesmo local e com os caracteres do escrito que a provocou, sem interpolações nem interrupções.

A resposta não pode exceder 150 palavras ou o tamanho do escrito a que responde. O que for além disso é pago.

A resposta não deve conter expressões desprimorosas ou que envolvam responsabilidade criminal ou civil (Artigo 16º).

PUBLICIDADE

Ninguém pode impor a inserção de quaisquer escritos ou imagens publicitárias, desde que o director ou quem o represente entenda, ouvido o Conselho de Redacção, que são contrários à orientação da publicação.

A que não for identificável deve levar a palavra publicidade.

Considera-se publicidade todo o texto ou imagem cuja inserção tenha sido paga, ainda que se não tenha cumprido a tabela de publicidade do periódico (Artigo 14º).

DEPÓSITO LEGAL

Os directores devem mandar entregar ou remeter pelo correio, sob registo, nos três dias imediatamente posteriores à publicação, exemplares para: Biblioteca Nacional e demais bibliotecas relativamente às quais exista um dever de envio; Biblioteca da Direcção-Geral da Comunicação Social; Câmara Municipal do respectivo concelho, a fim de serem postos à disposição do público na biblioteca municipal (Artigo 12º).

CONSELHO DE REDACÇÃO

Nos jornais com mais de cinco jornalistas profissionais deve existir um Conselho de Redacção eleito pelos jornalistas profissionais que trabalham no periódico (Artigo 22º).

Compete ao Conselho da Redacção: dar voto favorável ao director, ao director adjunto ou subdirector, designados pela empresa, bem como ao chefe de redacção escolhido pelo director;

cooperar nas linhas de orientação do periódico;

pronunciar-se com voto deliberativo, sobre todos os sectores de vida e da orgânica do jornal que digam respeito ou de qualquer forma se relacionam com o exercício da actividade profissional dos jornalistas;

pronunciar-se acerca da admissão, sanções disciplinares e despedimentos dos jornalistas profissionais.

Vamos falar de jornalismo

7 — O jornal e outros meios

O jornal não é o único meio de comunicação social. Não é só através do jornal que nos informamos e comunicamos uns com os outros. Há a imprensa escrita (jornal) como existe a imprensa falada (rádio) e a imprensa audiovisual (televisão e o cinema informativo como são, por regra, os documentários cinematográficos).

Nos nossos dias o jornal tem de enfrentar, no que diz respeito à informação, a concorrência da rádio e da televisão.

Quanto à actualidade, a rádio é o mais rápido dos meios de informação. É ela que pode estar em cima do acontecimento. Há uma explosão em determinado sítio, telefona-se para a rádio e esta pode interromper o programa que estava a dar para, de imediato, dizer o que aconteceu.

Na televisão poderia proceder-se com idêntica rapidez, se se não apresentasse a imagem. Não te esqueças, porém, de que a televisão é um meio audio-visual. Enquanto se filma o sucedido, se faz a revelação e se prepara a sua passagem no écran há um considerável lapso

de tempo.

Houve quem chegasse a re-crear que estes três meios retirassem importância uns aos outros. Se souberem trabalhar isso não acontece. A rádio anuncia, a televisão mostra, o jornal conta como foi. Bem entendida, a informação veiculada por estes três meios não se dispensa uma à outra, mas completa-se.

A imprensa escrita deve, perante a concorrência da rádio e da televisão, praticar um jornalismo de profundidade, tendo em conta que apenas se retém 20% do que se ouve e 30% do que se vê.

Escutada a notícia na rádio ou vista e ouvida na televisão, os leitores esperam que o jornal lhes dê pormenores complementares, dados históricos, explicações ou, pelo menos, tentativas de explicação do acontecimento; que lhes fale das causas e das consequências do sucedido e da medida em que o público leitor pode ser afectado pelo facto. Que lhes mostre a força que o acontecimento tem em ordem a poder alterar a conjuntura ou a própria estrutura social.

O profissional da imprensa escrita tem de estar atento à informação da imprensa falada e da imprensa audiovisual. «Não é concebível, escreveu Philippe Gaillard, que um chefe ou um secretário de redacção de um grande matutino dê por concluída a paginação e redija os últimos títulos sem saber como o telejornal abordou as grandes notícias do dia». («O Jornalismo», Publicações Europa-América, Lisboa, 1974, pg. 11).

A informação da imprensa escrita tem vantagens sobre a informação da rádio e da televisão. O que a rádio e a televisão dizem e mostram tem de ser visto e ouvido àquela hora e por aquela ordem, a não ser que o ouvinte ou o telespectador grave os programas. Transmitida a notícia, se a pessoa estava distraída passou; já a não recupera. O conteúdo do jornal é lido onde a pessoa quer, quando quer e como quer. Pode saltar-se. Pode ler-se a mesma notícia quantas vezes se quiser. Pode-se recortar e conservar a notícia.

No próximo dia falar-te-ei da arrumação do jornal.

Vamos falar de jornalismo

SILVA ARAÚJO

8 — Arrumação e produção do Jornal

É importante a arrumação do jornal. Como numa casa, cada coisa deve ter o seu lugar e é no lugar próprio que cada coisa deve estar.

As pessoas familiarizam-se com o jornal. Habitua-se a ele. Ficam desorientadas se os mesmos temas não aparecem, todos os dias, nos mesmos sítios. É vulgar ouvirmos certas pessoas dizerem que só sabem ler determinado jornal. É que naquele jornal, a cuja leitura se habituaram, já sabem onde devem ir procurar aquilo que lhes interessa. Um leitor do «Diário do Minho», por exemplo, sabe que o mais importante da vida da cidade está na segunda página, o mais importante da informação nacional está nas páginas centrais, o mais importante do estrangeiro vem na última página, os programas de televisão vêm na penúltima, a opinião está na terceira, etc.

Um jornal há-de ter várias secções: informação internacional, nacional, regional, local, desporto, trabalho e sindicalismo, religião, agenda, etc. Em princípio, cada secção tem o seu lugar fixo e só por um motivo de força maior o deve deixar.

O TRIPÉ DO JORNAL

Para que um jornal venha para a rua é necessário o funcionamento harmónico de três departamentos: Redacção, Administração e Oficinas.

Compete à Redacção escrever o jornal. É ela que fornece à Oficina, em tempo útil para cada edição, a quantidade de texto, de títulos, de ilustração e de legendas necessárias à produção do jornal. Tudo isso deve ir acompanhado pelas maquetas de cada página e pelas indicações tipográficas adequadas. É a Redacção que decide — salvo no que diz respeito à publicidade, que isso é trabalho da Administração — do que deve ser publicado, onde e como. É a Redacção que indica o que vai na primeira página ou no interior. É a Redacção que indica se um texto vai ou não acompanhado de fotografia. É a Redacção que indica se uma notícia vai a uma, duas, três ou mais colunas. É a Redacção que indica em que lugar da página vai cada texto. A Administração entrega a publicidade e a Redacção preenche o restante espaço.

As oficinas executam o jornal, conforme as orientações fornecidas pela Redacção.

A Administração paga as despesas feitas pela Redacção e pelas Oficinas. Para isso recorre a duas fontes de receita: o produto da venda do jornal e da publicidade.

Os elementos da Redacção devem reunir diariamente a fim de tratarem de assuntos correntes, da distribuição do trabalho e do material, da situação política, e para passarem em revista os erros e o mérito do último número do jornal.

A Redacção necessita do concurso de jornalistas, que podem ser redactores-secretários ou repórteres.

Os repórteres, de quem te hei-de falar, procuram as notícias e enviam-nas ao jornal. Os redactores-secretários revêem-nas ou acabam-nas, determinando-lhes a importância relativa em atenção ao espaço de que dispõem, redigem os títulos, organizam, com precisão as maquetas.

De harmonia com as secções do jornal há redactores especializados para os diversos assuntos.

Vamos falar de jornalismo

SILVA ARAÚJO

9 — Pessoas que contribuem para fazer o jornal

Para que o jornal exista é preciso o trabalho de diversas pessoas, exercendo cada uma determinadas funções. O jornal é, também, fruto de um trabalho de equipa. Tal equipa é maior ou menor, conforme as possibilidades da empresa jornalística.

Hoje principio a enumerar as diversas funções que se exercem no departamento chamado Redacção, e são necessárias para que o jornal exista. Nas empresas de pequena dimensão a mesma pessoa executa várias das funções que passo a indicar.

DIRECTOR

A frente da Redacção encontra-se o director. É ele que imprime à publicação a sua tendência geral, segundo — conforme os casos — o próprio ponto de vista ou as directrizes recebidas dos proprietários do jornal. As vezes escreve artigos ou editoriais que não precisam de ser assinados.

O director competente deve, quanto antes, procurar formar os seus próprios colaboradores e infundir neles o seu espírito. É sua tarefa primordial formar um Conselho de Redacção de que farão parte, obrigatoriamente, o Chefe de Redacção e o Chefe de Informação, e com ele reunir todos os dias.

Não pode gastar o tempo a receber visitas ou em leituras superficiais. Mesmo quanto aos jornais, estará atento aos mais representativos; os outros che-

gar-lhe-ão à mão, quando for preciso, assinalados pelos seus redactores auxiliares. Deve reservar o tempo para os grandes artigos de fundo, para as grandes crónicas, para pensar e meditar, para preparar o Conselho de Redacção e pôr em execução as suas decisões.

São virtudes fundamentais do director a prudência, a justiça, a fortaleza e a temperança. Tem de considerar todas as circunstâncias e todos os aspectos dos problemas. Tem de se colocar ao lado da justiça, defendendo ora os direitos do povo ora os dos governantes. Deve ser suficientemente forte para resistir às pressões da autoridade pública, dos grupos financeiros ou da impopularidade. Saberá dar às coisas o seu devido valor, evitando todos os exageros.

Manterá frequentes contactos com as figuras cimeiras do Estado, da Igreja, da cultura nacional. Terá uma formação especial em ciências jurídicas e do Estado e conhecerá especialmente os processos vivos na História.

Segundo a legislação portuguesa em vigor terá de ser de nacionalidade portuguesa, no pleno gozo dos seus direitos civis e políticos, e não deverá ter sofrido por crime doloso. Será designado pela empresa proprietária, com voto favorável do Conselho de Redacção, se existir. A empresa proprietária pode demiti-lo livremente.

É da competência do director:

a) a orientação, superinten-

dência e determinação do conteúdo do periódico;

b) a presidência ao Conselho de Redacção;

c) a designação do chefe de redacção;

d) a representação do periódico perante quaisquer autoridades em tudo quanto diga respeito a matérias da sua competência e às funções inerentes ao cargo.

Presume-se, nos termos do artigo 26.º da Lei de Imprensa, autor de todos os artigos não assinados, e é, com o autor, responsável, como cúmplice, por todos os escritos ou imagens assinados, se não provar que não os conhecia ou que lhe não foi possível impedir a sua publicação.

SUBDIRECTOR

Há jornais em que existe um subdirector ou vice-director. Substituem o director na sua ausência e colaboram de perto com ele.

CHEFE DE REDACÇÃO

O chefe de redacção executa as orientações do director, colabora muito de perto com ele, distribui o trabalho pelos restantes membros da Redacção, acompanha e supervisa o andamento geral do periódico. É o coordenador de todas as secções.

Deve conhecer a profissão, desde os escalões mais humil-

des, e conquistar a simpatia de quantos trabalham na Redacção.

SECRETÁRIO DE REDACÇÃO

As funções de secretário de redacção não são as mesmas em todos os países. Para Domenico de Gregório ocupa-se das

questões de secretaria, mantém contactos com o público, etc.; segundo Philippe Gaillard é a última instância no que se refere à escolha do que há de sair no jornal. É a última pessoa a ver o jornal antes de ser composto. Tem diante de si o material e selecciona-o de harmonia com o espaço de que dispõe.

REPÓRTER

A missão do repórter é a busca e a recolha das notícias. Funciona como testemunha ou como investigador. É um jornalista enviado a um lugar para ver, ouvir, sentir, anotar e, finalmente, relatar o acontecimento. Procura fazer chegar à Redacção todas as informações que adquire, sem se preocupar se são ou não publicadas.

A partir de um certo número de quilómetros passa a ter a designação de enviado especial.

Além do repórter de que falei há o repórter fotográfico, que pode acompanhar aquele ou andar sozinho.

CRONISTA LOCAL

É o chefe da secção local. Ocupa-se dos factos ocorridos na cidade, na região ou zona onde o jornal é impresso.

Vamos falar de jornalismo

SILVA ARAÚJO

10 — Pessoas que contribuem para fazer o jornal

Continuo o tema da quinzena anterior, falando-te das funções exercidas na Redacção de um jornal. Recordo não ser necessária uma pessoa para cada função, podendo o mesmo indivíduo exercer diversas actividades.

CORRESPONDENTES

Há correspondentes dos grandes diários no estrangeiro e nas grandes cidades e há também os correspondentes locais dos diários de província. Destes, muitos têm a sua profissão, que não é o jornalismo, e procuram manter o jornal informado do que se passa na sua área.

Procuram transmitir elementos informativos ou explicativos que interessem particularmente aos leitores do seu jornal e que, por tal motivo, não são distribuídos pelas agências, ou personalizar o relato dos acontecimentos. Não são, de ordinário, jornalistas especializados; cobrem toda a informação.

São a antena mais avançada da imprensa numa região ou numa localidade. Cabe-lhes a primeira recolha. Decidem sobre o que merece ou não ser conhecido.

Têm de possuir uma cultura bastante vasta, uma curiosidade suficientemente universal para lhes permitir abarcar todo o campo da actualidade e compreender instantaneamente a importância e o interesse de qualquer tipo de acontecimentos. Devem, ainda, ter um conhecimento muito grande da re-

gião ou país que constitui o seu campo de acção.

COLABORADORES EXTERNOS

São, em geral, escritores ou especialistas nas diversas matérias que não fazem do jornalismo a sua actividade principal mas gostam de escrever, porque lhes pagam ou por uma questão de prestígio.

CRÍTICO

O crítico é um especialista em matérias particulares, geralmente artísticas ou técnicas. Muitas vezes é um colaborador externo.

REWRITING

Como que reelabora os textos chegados ao jornal. Funde num só os diversos textos das agências sobre a mesma notícia. Procura dar a todos os artigos um certo estilo, próprio da publicação, e fazer com que os vários repórteres contribuam para um conjunto uniforme.

CORRECTOR DE ORIGINAIS

Parecida com a do rewriting é a tarefa do corrector de originais. Compete-lhe:

— corrigir os erros gramaticais e

ver que estejam correctos os sinais de pontuação;

— eliminar as palavras desnecessárias;

— conformar os originais ao estilo do jornal;

— compilar e correlacionar as distintas notícias e dados complementares de uma informação;

— suprimir todos os pormenores que não aumentem o interesse das notícias, as vulgaridades, os lugares comuns, as expressões inconvenientes, os rumores colhidos pelo repórter e os comentários do redactor (a não ser que este assine);

— eliminar as palavras que podem ser desconhecidas para a maioria dos leitores;

— encher as lacunas de informação em que o repórter tenha caído;

— suprimir todas as infiltrações de propaganda de qualquer espécie;

— corrigir as inexactidões do original;

— podar e reduzir os originais ao tamanho indicado pelo Chefe de secção ou de redacção;

— redigir os títulos e subtítulos.

REVISOR DE PROVAS

Em complemento do trabalho da Redacção existe a revisão de provas. Consiste em comparar o original escrito com o texto composto e assinalar as faltas notadas, usando uns sinais convencionais que se indicam à margem.

Vamos falar de jornalismo

(10)

Por SILVA ARAÚJO

II — Estilos e géneros

Até aqui falei-te do que é o jornal e das pessoas que contribuem para a sua execução. Neste segundo tema avanço um pouco mais e começo a dizer-te o que um jornal é, por dentro.

Se pensas escrever para um jornal deves saber que há, no mesmo, três estilos e três géneros. O estilo informativo, o estilo interpretativo ou de solicitação de opinião, e o estilo ameno.

O estilo informativo usa-se, como o próprio vocábulo dá a entender, na informação, na reportagem e na crónica; o de solicitação de opinião, no artigo ou comentário; o ameno, nas novelas, contos, narrações de costumes, humor, ensaio, etc.

Há, também, três géneros jornalísticos: o informativo, que abrange a informação e a reportagem; o híbrido, que engloba a crónica; o interpretativo, que inclui o artigo (editorial, solto, comentário).

Na prática as coisas simplificam-se mais e o que temos são dois géneros periodísticos: a descrição ou narração dos factos e a exposição de comentários e juízos de valor acerca dos mesmos factos. Embora a afirmação não seja rigorosa, praticamente o conteúdo do jornal reduz-se à informação e à opinião.

O que é típico da linguagem jornalística deriva do estilo informativo, de que te vou falar pormenorizadamente.

ESTILO INFORMATIVO

As principais características do estilo informativo são a clareza e a concisão.

Quem escreve deve fazê-lo de forma que o entendam. O jornal não é nenhuma publicação especializada. Destina-se a ser lido pelo comum das pessoas, pelo que deve usar uma linguagem que o «homem da rua» entenda. Para a clareza do texto contribui o uso de verbos activos e dinâmicos e de frases que não sejam longas.

Nos jornais deve dar-se o máximo de informação no mínimo de palavras. Os vocábulos inúteis devem ser eliminados do estilo informativo. Vai longe o tempo em que os textos jornalísticos eram empolados, como que havendo a preocupação de ocupar espaço. Hoje impera a lei da economia: dizer o máximo no mínimo. Mais do que o número de palavras importa a sua escolha e emprego. Devem utilizar-se apenas as palavras indispensáveis, justas e significativas para expressar o que se quer dizer.

A frase deve ser construída de forma a prender a atenção do leitor. Normalmente usa-se a técnica da pirâmide invertida, de que te falarei quando tratar da notícia. Parte-se da exposição do mais importante para o que é de menor interesse, depois de no primeiro parágrafo — o lead — se ter feito o resumo da notícia.

Esta maneira de trabalhar tem, como é evidente, vantagens e inconvenientes. Estes consistem em resultar numa prosa mecânica e artificial. Mas os aspectos positivos são maiores: diz-se, logo de entrada, o mais importante, satisfazendo, assim, a curiosidade do leitor apressado. Ao tratar da justificação — meter o texto que há na página — pode acontecer de sobrar prosa. Nessa altura, como o espaço do jornal é limitado, o paginador já sabe que pode, sem gran-

de prejuízo, eliminar os últimos parágrafos, que nunca suprimo o de mais interesse.

A linguagem informativa pretende, acima de tudo, transmitir aos leitores uma determinada mensagem em óptimas condições de rapidez e eficácia comunicativa.

O jornalista, ao escrever, deve ter em conta as circunstâncias ambientais e psicológicas que rodeiam normalmente o leitor. O jornal, grande parte das vezes, é folheado de forma apressada enquanto se toma o pequeno almoço, a caminho do trabalho ou num dos intervalos que os afazeres do dia-a-dia porporecionam. Não há dicionários à mão nem muito tempo — e às vezes até espaço — de que se possa dispor. Este condicionalismo influi, até, no formato dos jornais. O tabloide é muito mais cómodo para uma leitura como a que muita gente faz.

A pontuação deve merecer a particular atenção de quem escreve. O uso correcto dos sinais auxiliares da escrita pode alterar radicalmente o sentido da mensagem. Há quem utilize o texto bíblico «ressuscitou, não está aqui», precisamente para negar a ressurreição de Jesus. Basta mudar a pontuação e pôr: ressuscitou? não; está aqui. Diz-se que um dia um homem morreu tendo deixado uma carta de consciência com o seguinte texto: deixo a minha fortuna a meu irmão não seja paga a conta ao alfaiate nada aos pobres. Cada um dos mencionados, pontuando à sua maneira, reclamava o direito à herança:

Deixo a minha fortuna a meu irmão. Não seja paga a conta ao alfaiate. Nada aos pobres.

Ou então:

Deixo a minha fortuna a meu irmão? Não; seja paga a conta ao alfaiate. Nada aos pobres.

Ou ainda:

Deixo a minha fortuna a meu irmão? Não. Seja paga a conta ao alfaiate? Nada. Aos pobres.

Na próxima quinzena, se Deus quiser, continuarei a falar disto.

Vamos falar de jornalismo

(11)

Por SILVA ARAÚJO

Estilo informativo

Continuo a falar-te do estilo informativo.

A propósito da pontuação, com que terminei a conversa da semana passada, lembro-te que deves usar o menor número possível de vírgulas, o que conseguirás seguindo a ordem lógico-gramatical. Por exemplo:

Em vez de escreveres: a jovem foi retirada de um montão de ferros retorcidos, pois a carrinha ficou totalmente destruída, apenas com uma leve escoriação no lábio superior, podias ter escrito: a jovem foi retirada de um montão de ferros retorcidos apenas com uma leve escoriação no lábio superior pois a carrinha ficou totalmente destruída.

Ao escrever parte do princípio de que os outros são, pelo menos, tão inteligentes como tu. Evita a posição de mestre-escola. Não repitas cansativamente a mesma ideia. Não ponhas desnecessariamente palavras entre aspas nem abusos dos sublinhados. Que pensará o leitor se escreveres: às 18 horas (6 horas da tarde...). Ele não saberá que as 18 horas são as 6 da tarde?

No estilo informativo o eu do jornalista não deve aparecer. A grande preocupação tem de ser a da objectividade: contar o que se passou, onde, quando, como. A narração dos factos não deve misturar-se com a opinião do jornalista acerca dos mesmos. Não tem lugar aqui a presença das ideias do jornalista. Se queres dizer o que pen-

sas sobre os factos que narras escreve um comentário e assina-o, mas apresenta as coisas de modo que o leitor distinga a narração dos factos das opiniões dos jornalistas, dando realidade ao aforismo anglo-saxão de que os factos são sagrados e os comentários são livres. Se houver necessidade de apresentar ideias subjectivas na informação — a opinião de uma testemunha ocular dos factos, por exemplo — apresenta-as como objectivadas no contexto ou nas declarações dos personagens que aparecem na narração.

Para conseguires maior objectividade evita os vocábulos preconcebidamente poéticos e tem cuidado com as imagens e as metáforas.

Sempre que possível usa os verbos na forma activa, preferindo-a à voz passiva ou à conjugação perifrástica. Quando nos narram um acontecimento queremos saber quem fez o quê. Preferimos que nos digam: o fogo destruiu a casa em vez de: a casa foi destruída pelo fogo.

O tempo presente dos verbos dá às narrações vigor e sensação de actualidade.

Em caso de dúvida é preferível uma oração substantiva em lugar do adjectivo qualificativo.

O vocabulário jornalístico deve ser rico e preciso. Se é um facto que deves escrever com simplicidade, porque o leitor que pagou o jornal tem o direito de compreender o que está em todas as colunas, desde a primeira até à última pá-

gina, sem ter necessidade de andar com o dicionário no bolso, isso não significa que repitas sempre as mesmas palavras ou não procures o vocábulo preciso. Escolhe palavras exactas, compreensíveis e inteligíveis para o comum dos leitores. Se é um barco da marinha mercante não escrevas paquete; se é futebolista não escrevas desportista. Usa um vocabulário que esteja armazenado na memória do leitor, tendo presente que as palavras mais simples são sempre mais eficazes do que as complicadas.

Dá preferência às palavras curtas. Prefere muito a excessivamente.

Em vez das palavras abstractas utiliza as concretas.

O estilo informativo deve ser conciso. Evita as redundâncias e o palavriado inútil. Não escrevas com várias palavras o que se pode escrever com uma. Repara se nas expressões que passo a enumerar não haverá palavras a mais: ambos os dois, cadáver do morto, completamente decapitado, de comum acordo, dentro do elevador, hemorragia de sangue, história passada, inovação recente, melodia musical, planos futuros, primeiro de todos, repetir outra vez, sair para fora, velhas tradições do passado, cair para baixo, subir para cima.

Ainda não é hoje que termino o que te quero dizer sobre o estilo informativo. Continuarei na próxima quinzena.

Vamos falar de jornalismo

Por SILVA ARAÚJO

Estilo informativo (12)

Continuo a falar-te do estilo informativo. Faço-o um tanto demoradamente porque este é, digamos, o estilo característico do jornal.

Um dos pormenores a ter em conta é o da extensão e estrutura da frase. Estas devem ser determinadas pela capacidade de memória imediata do leitor. Experiências de memorização realizadas em França e nos Estados Unidos levam a concluir que a primeira parte de uma frase é mais facilmente memorizada do que a segunda. A memorização média é de 12 palavras por frase: 8 para um leitor muito pouco culto e 16 para um leitor rápido, culto. A memorização média é melhor em termos concretos, abordados com um vocabulário simples.

As frases curtas contribuem para a clareza do texto e dão-lhe mais agilidade.

Há que atender a que o advérbio enfraquece o verbo e o adjectivo altera o significado do substantivo.

Uma grande parte dos adjectivos que se lêem nos jornais, sobretudo na imprensa da província, são desnecessários. Muitos deles, gastos pelo uso, perderam todo o seu significado inicial e até granharam uma cono-

tação irónica. Hoje nada dizem — chegando, por vezes, a serem ridículas — formas de adjectivação como o honrado comerciante, o dinâmico empresário, o esforçado trabalhador, o diligente ministro, as merecidas férias, a exemplar dona de casa, o santo sacerdote, o estudante aplicado, a senhora virtuosa, o venerável ancião, a prezada menina, a inteligência fulgurante, o opíparo banquete, o brilhante improviso, etc.

É preciso ter a coragem de deixar de usar esta linguagem untuosa e louvaninha como é necessário, também, deixar de usar frases feitas que só ocupam espaço. Para quê continuar a ler-se que a assembleia foi muito concorrida, que a conferência está a ser aguardada com muita expectativa, que o orador foi muito aplaudido, que se realizou o tradicional jantar de confraternização, que houve missa a grande instrumental, que o sermão foi proferido por um abalisado orador sacro, que certo bambino recebeu as águas lustrais do baptismo, que parainfaram fulano e sicrano, que entregou a sua alma ao criador fulano de tal, coração bondoso que deixa mergulhados na mais profunda saudade quantos tive-

ram a felicidade de com ele privar, etc., etc.?

Em princípio o adjectivo só deve usar-se quando tem valor informativo. Tarde chuvosa, por exemplo.

Não impressiona bem que, no fim da notícia, se reserve um último parágrafo para dizer que estão de parabéns os promotores daquela actividade porque... Isso é emitir uma opinião, e nos textos informativos a opinião do jornalista está a mais. No estilo informativo a linguagem é a dos factos. O jornalista conta, com o máximo de objectividade, o que se passou. Perante a narrativa o leitor, que não é tonto, concluirá se as pessoas são dignas de louvor ou de censura. Os factos é que hão-de falar por si.

Há palavras e expressões cujo uso não é muito louvável na linguagem falada e que de forma alguma devem passar para a escrita. Apresento algumas: pois, portanto, vejamos, no entanto, quer dizer, ou seja, em suma, em resumo, parece que, efectivamente, exactamente, e de: uma forma geral os advérbios de modo.

Hoje fico-me por aqui. Na próxima quinzena ainda voltarei a este assunto.

Vamos falar de jornalismo

Por SILVA ARAÚJO

Estilo informativo

13

A linguagem do jornal, quando se trata da informação, deve ser afirmativa. O leitor pega no jornal para saber coisas, e não para que estas lhe sejam negadas. Em princípio não quer que lhe digam o que não aconteceu, embora isso também possa ser notícia. Regra geral o jornalismo há-de procurar exprimir uma negativa através de uma afirmação. Em vez de escrever: as reservas de ouro não cobrem 20% da dívida externa, dizer: as reservas de ouro só cobrem 80% da...

Também devem ser evitadas as interrogações. Normalmente compramos o jornal para sermos informados e não para que o mesmo jornal nos faça perguntas.

O jornal não deve veicular a verborreia da linguagem oficial, dos funcionários burocráticos ou dos políticos. O leitor não tem tempo a perder. Uma forma de o servir é fazer-lhe sínteses. Há que pôr de parte intelectualismos enfiados com as suas abstrações e generalidades. O jornal é um meio de comunicação e não um instrumento através do qual as pessoas ocultam o seu pensamento, falando muito mas dizendo pouco ou nada. É preciso saber, ao escrever, ser económico e inteligente. Nada acontece no mundo que não possa ser dito num telegrama.

No uso dos verbos é bom evitar a moda de usar o condicional sem nenhuma condição visível. «Não há outra solução

senão o recurso à greve, diria o dirigente da Federação dos Sindicatos...». Não é diria, mas disse.

O futuro do indicativo é, por excelência, o tempo da dúvida. Usa-se quando o jornalista não presenciou os factos ou não ouviu as declarações, mas delas teve conhecimento indirecto, não dando credibilidade a esses testemunhos.

«O inquiridor terá dito que foram detectados casos graves de corrupção, relataram testemunhas...».

A sua utilização é uma habilidade a que, às vezes, o jornalista recorre quando, tendo a certeza dos factos, não pode dos mesmos aduzir provas em tribunal, se necessário.

É sempre preferível o emprego do presente do indicativo, excepto quando se descreve uma acção declaradamente terminada ou ultrapassada.

Enquanto o artigo definido pode dar a ideia de que o facto já é conhecido, o artigo indefinido tem a vantagem de dar ao leitor a sensação de novidade. Por isso é preferível escrever: um acidente que esta manhã vitimou três pessoas, em vez de: o acidente que...

No caso do facto já ser do conhecimento do leitor, então tem cabimento o artigo definido: no acidente de que ontem demos notícia há a referir mais um falecimento...

Em princípio deve citar-se a fonte das notícias. Tal norma só não será observada quando se

tratar de factos presenciados pelo próprio jornalista ou que são facilmente comprováveis.

Os números de um a dez escrevem-se, geralmente, com letras; de onze em diante, com algarismos.

As siglas escrevem-se com maiúsculas, sem ponto depois de cada letra, quando são formadas pelas iniciais das palavras designativas da entidade que identificam: ONU, NATO, PR, RDP, TAP. Se uma entidade é conhecida por uma sigla que assume a forma de uma palavra, então só a letra inicial é escrita com maiúscula; Anop, Transtejo, etc.

O leitor não é obrigado a conhecer o significado de todas as siglas. Quando num texto se utiliza pela primeira vez é conveniente explicitar o seu significado: O BEI (Banco Europeu de Investimentos)...

Os telegramas, na sua maioria procedentes de agências, devem ser redigidos novamente, às vezes com material complementar arquivado pelos próprios redactores.

Todo o material enviado à Redacção por pessoas estranhas ao jornal deve ser reelaborado segundo as normas da folha de estilo do jornal. Muitas vezes, por falta de tempo, isso não acontece, correndo-se o risco de o jornal, em vez de informar, se converter em veículo de propaganda ou de defesa de interesses meramente particulares em prejuízo do bem comum.

Vamos falar de jornalismo

Por SILVA ARAÚJO

14

OUTROS ESTILOS

Embora sendo o mais específico da actividade jornalística, o estilo informativo não é o único usado nos jornais. Existem, também, o estilo interpretativo ou de solicitação de opinião, e o estilo ameno.

ESTILO DE SOLICITAÇÃO DE OPINIÃO

O estilo de solicitação de opinião, também chamado estilo interpretativo, procura convencer as pessoas com vista à formação de opinião. É o que se usa no editorial e nos diversos artigos, no comentário dos factos.

Este estilo possui três variantes: O estilo didascálico, O estilo objectivo o estilo interpretativo propriamente dito.

O estilo didascálico o jornalista assume a posição de homem de cátedra, falando com segurança sobre o que se propõe tratar. É o próprio dos jornais doutrinários e existiu muito no passado.

No estilo objectivo expõem-se os factos e os princípios, como se o jornalista estivesse longe deles. Abstem-se de emitir um juízo pessoal. É próprio dos jornais comerciais, que têm a preocupação de não desgostar ninguém, para que as vendas não desçam.

No estilo interpretativo o jornalista fornece ao leitor todos os elementos, com o fim de orientar o seu juízo para umas conclusões que aponta livremente, sem pretender convertê-las em teses definitivas. É hoje muito usado na imprensa livre e está ligado à reportagem de profundidade com que a imprensa escrita procura vencer a concorrência da rádio e da televisão.

O estilo de solicitação de opinião, praticamente, não tem regras. Depende do autor. Aqui pode dizer-se que o estilo é o homem.

O editorialista deve preocupar-

se com o princípio e o fim do artigo. No primeiro parágrafo tentará captar a atenção do leitor; no fim, insistirá na tese que defende, para ficar gravada em quem o lê.

Ao escrever o articulista sujeitar-se-á, como é evidente, ao livro de estilo do jornal; deverá atender à natureza da publicação e do tema que versa; deverá ter presente o tipo de leitor a quem se destina e respeitará a liberdade de resposta do leitor.

Há abusos a evitar. Um deles é a linguagem ambígua praticada pelos tecnocratas e pelos políticos, que desvia a atenção dos problemas.

Referi o livro de estilo. É um conjunto de normas a observar por quantos trabalham para o mesmo jornal: o que vai por extenso ou abreviado, o que vai em maiúscula e minúscula, como se apresentam os números, etc.

ESTILO AMENO

O estilo ameno está a meio de caminho entre a literatura e o jornalismo. Usa-se no material recreativo e no folhetim: na novela publicada no jornal, no conto, nos desenhos, nos versos, etc.

FAIT DIVERS

Como te disse há três estilos e três géneros.

Há o género informativo, que abrange a notícia e a reportagem; o híbrido, que engloba a crónica; o interpretativo, que inclui o artigo editorial, solto, comentário.

Hoje fala-se muito nos «Fait divers». Aponto, a propósito, o que Adriano Duarte Rodrigues recolheu de «La Communication de masse», de Olivier Burgelin, e de «Grand Dictionnaire de Pierre Larousse» nas págs. 146, 159, 160, e 161 de «Comunicação Social e Jornalismo» (2.º Vol.):

Os «Fait divers» agrupa uma série de informações diversas: acidentes, roubos, afogamentos, incêndios, crimes, atentados, catástrofes aéreas, ferroviárias ou naturais (tremores de terra, inundações...), questões judiciais diversas, etc.

É uma narrativa, uma maneira de contar um acontecimento.

É um género lendário. Obedece à característica particular de assentar em informações reais.

«Nesta rubrica, os jornais agrupam com arte e publicam regularmente as notícias de todos os tipos que correm o mundo: pequenos escândalos, acidentes de circulação, crimes horríveis, suicídios de amor, troilhas caindo de um quinto andar, roubos à mão-armada, pragas de gafanhotos ou de sapos, naufrágios, incêndios, inundações, aventuras burlescas, raptos misteriosos, execuções à morte, casos de hidrofobia, de antropofagia, de sonambulismo e de letargia. Os salvamentos ocupam uma parte considerável, e os fenómenos de natureza, tais como vitelos com duas cabeças, sapos de mais de quatro mil anos, gémeos colados pela pele da barriga, crianças com três olhos, anões extraordinários, são maravilhosos temas».

O género literário do «fait divers» nasceu com a imprensa escrita. Podemos no entanto encontrar-lhe alguns antecedentes. Muito antes do aparecimento da imprensa, lamentações populares cantavam acontecimentos susceptíveis de ferir a imaginação: horríveis assassinios, façanhas de bandidos prestigiosos, como as do famoso Mandrim, casos de bruxedos etc. Estes temas foram sucessivamente retomados pela literatura de cordel, apreciadora igualmente de monstruosidades anatómicas, depois, desde o seu começo, pela imprensa barata. Assim, desde as origens, o «fait divers» foi sempre um género muito popular.

Vamos falar de jornalismo

SILVA ARAÚJO

15

A NOTÍCIA

Depois de termos conversado sobre os vários estilos e géneros começo hoje por te falar da Notícia. É um tema importante e sobre ele falaremos em várias quizenas.

Como se pode ler em «Noções de Jornalismo», de José Jorge Letria e José Goulão, a notícia é o género jornalístico que alimenta os jornais e que satisfaz a ânsia de informação que caracteriza as sociedades dos nossos dias. Uma publicação diária pode sobreviver várias edições sem editoriais, crónicas, comentários, entrevistas. Sem notícias é que não: assina rapidamente a própria sentença de morte. Volta as costas à sua vocação (pág. 67).

A notícia é o género jornalístico que faz a actualidade de uma publicação. De dia para dia as notícias mudam e tomam distintas as edições de um jornal. Uma publicação faz a história de uma determinada época sobretudo através das notícias que publicou. São elas que permitem caracterizar a evolução de uma sociedade.

As notícias são os materiais que ocupam cerca de 80 por cento do espaço informativo dos jornais diários.

A sua importância não se avalia pela extensão do espaço ocupado. A sua relevância no panorama de uma sociedade pode fazer com que, em edições seguintes do jornal, seja razão de ser para um editorial, uma crónica, uma entrevista, uma reportagem. A notícia não só alimenta os jornais em termos de espaço informativo ocupado, mas também é suporte dos outros géneros jornalísticos (Idem, pág. 67-68).

A notícia é a essência do jornal. É a alma do diário. Sem notícias não haveria justificação para editar jornais diários (Ricardo Car-det, «Manual de Jornalismo», 2.^a edição, pág. 20).

Em inglês o jornal define-se como newspaper, isto é, um papel de notícias. Chama-se-lhe, entre nós, diário: relato escrito dos acontecimentos quotidianos.

O QUE É A NOTÍCIA?

Muitos dos leitores do jornal não distinguem o conteúdo do mesmo, chamando artigo a muitos textos que são simplesmente notícias, quando aquele se refere à opinião e esta à informação.

Têm-se dado muitas definições de notícias. Aponto algumas, adiantando já que em todas existem elementos comuns: o acontecimento, a actualidade, o interesse.

Eis algumas definições de notícia:

É um texto em que se concretiza o ponto de vista do autor sobre um facto determinado e que está compilado por ele para ser levado ao conhecimento do receptor por meio de um instrumento de publicidade pré-estabelecido ou com a intenção de que o receptor o cuide de preferência a outros textos sobre o mesmo tema.

É a narração, na forma mais objectiva possível, de um facto verdadeiro, inédito e de interesse geral (Domenico de Gregório, «Metodologia del Periodismo»).

É a comunicação de factos novos surgidos na luta pela existência do indivíduo e da sociedade

(Emílio Dovifat, «Periodismo», I vol.).

É qualquer facto, ideia ou opinião oportuna que interessa ou afecta um grande número de pessoas em uma comunidade que é capaz de ser por ela entendida (M. Lyle Spencer).

A notícia é tudo aquilo que você não sabia ontem (Turner Callledge).

É um facto anteriormente desconhecido que se comunica às grandes massas depois de ser interpretado e valorado (José Luís Albertos, «Los Mitos de la Prensa», «Nuestro Tiempo», n.º 95).

É um acontecimento actual, interessante e comunicável (José Ortego Costales, «Noticia, Actualidad, Información»).

É o relato de um acontecimento que tem interesse para muita gente (Luís A. Romero, «Curso Práctico de Periodismo»).

Notícia é o relato de um facto 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 facto.

Qualquer coisa que muitas pessoas queiram ler é notícia, sempre que ela seja apresentada dentro dos cânones do bom gosto e das leis da imprensa (Stanley Johnson e Julian Harnis, «El Reportero Profesional», Editorial F. Trilles S. A. México).

Notícia é um facto actual que tem interesse geral (Ricardo Car-det, ob. cit., pág. 38).

Hoje ficamos por aqui. Na próxima quizena falaremos dos elementos característicos da notícia.

Vamos falar de jornalismo

16

A NOTÍCIA

Hoje começo por te falar dos elementos característicos da notícia. Esta é o relato de um acontecimento com actualidade, com objectividade, com verdade, com interesse geral.

UM ACONTECIMENTO

O objecto da notícia tanto pode ser um acontecimento positivo — algo que ocorreu, algo que se anuncia — como um acontecimento negativo: não se ter realizado uma coisa com que as pessoas estavam a contar. Para que haja notícia é necessário que exista um acontecimento. O acontecimento é a matéria prima que, depois de tratada, dará origem à notícia.

Há que distinguir entre um simples facto e um acontecimento. Um acontecimento é um facto susceptível de constituir notícia. Todos os dias acontecem milhentas coisas que não são notícia e de que os jornais não falam porque não têm interesse. (J. Lampreia, «O Serviço de Imprensa nas Relações Públicas», pág. 38).

O acontecimento que constitui notícia é, podemos dizer, a anormalidade. Uma fábrica que está a funcionar não interessa ao jornalismo, mas uma greve interessa. (Yves Agnès e Jean Michel Croissandreau, «Le Monde», «Lire le Journal». Citado por Adriano Duarte Rodri-

SILVA ARAÚJO

gues e Outros, «Comunicação Social e Jornalismo», 2.º vol., pág. 13-16). Um motorista só é notícia no dia em que tem um desastre e não nos muitíssimos dias em que conduz sem problemas.

ACTUALIDADE

O acontecimento que a notícia narra deve ser actual. É dever do jornalista informar do agora.

Em jornalismo diário entende-se por actualidade da notícia o que ocorre dentro das 24 horas — de ontem para hoje e de hoje para amanhã. (Ricardo Cardet, ob. cit. pág. 38).

É evidente que a actualidade varia com a periodicidade do jornal. Enquanto para um quotidiano, como disse, estará teoricamente confinada às 24 horas, para um semanário poder-se-á prolongar durante praticamente os sete dias da semana.

Uma informação sobre um acontecimento que não seja actual não é notícia. Revelar num jornal que «Vasco da Gama foi o primeiro navegador a estabelecer a ligação entre a Europa e a Índia» é reproduzir uma informação mas não é dar uma notícia. (José Jorge Letria e José Goulão, ob. cit. pág. 68).

A notícia é uma iguaria que tem de ser servida fresca. O repórter não pode deixar que ela lhe arrefeça nas mãos. O que

sucedeu agora e constitui notícia deve ser comunicado de imediato ao jornal para ser inserido na próxima edição.

A preocupação da actualidade exige que se acompanhe até ao fim o desenrolar do acontecimento. O repórter não pode julgar terminada a sua missão recolhida a identidade das vítimas de um desastre de automóvel. Enquanto o jornal não encerrar a edição daquele dia tem de acompanhar o estado das pessoas. Se o não faz sujeita-se a dizer que num desastre ocorrido em tal sítio houve quatro feridos enquanto outro colega, mais cuidadoso, informará que desses quatro feridos três vieram a falecer no hospital.

A notícia é um facto novo, embora às vezes se não tenha dele um conhecimento imediato. A derrota de Napoleão em Waterloo foi notícia em Londres cinco dias depois de ter acontecido; a morte do mesmo Napoleão foi actualidade em Inglaterra quando já iam passados 58 dias, o que não impediu que fosse uma notícia, porque era um facto novo para a população inglesa. (José Jorge Letria e José Goulão, ob. cit., pág. 69).

Às vezes surgem acontecimentos actuais que dão oportunidade a que se fale de factos passados, como que restituindo-lhe actualidade. A descoberta de um achado de há séculos pode ser pretexto para que, com certa actualidade, se recordem coisas passadas.

Vamos falar de jornalismo

Por SILVA ARAÚJO

A NOTÍCIA

Interrompida em 5 de Julho a conversa que aqui vinha mantendo, retomo hoje o fio à meada.

Se bem vos lembrais — como diria Vitorino Nemésio — tinha começado a falar dos elementos característicos da Notícia, que é o relato de um acontecimento com actualidade, com objectividade, com verdade, com interesse geral. Vou falar hoje do interesse.

INTERESSE

Um acontecimento só poderá ser notícia se interessa a um número de pessoas muito amplo entre aqueles que compram e lêem determinada publicação. (José Jorge Letria e José Goulão, ob. cit. pág. 69).

Há um interesse objectivo, resultante do valor que a notícia tem em si, e outro subjectivo, que depende do Leitor e nasce da relação notícia-Leitor.

Há vários factores que contribuem para que a notícia tenha interesse. Um deles é o que se pode chamar a lei da proximidade:

Proximidade geográfica — Um desastre que ocorreu à sua porta despertará mais o interesse e a curiosidade do leitor do que um ocorrido noutro continente.

Proximidade psico-afectiva — Tudo o que tem a ver com os grandes instintos — a vida e a morte — e com as suas consequências: o amor, a sexualidade, a família, a segurança, o dinheiro, a guerra... provoca ressonâncias profundas no indivíduo. O leitor tem a tendência

a identificar-se com as personagens de que fala o jornal.

Proximidade temporal — O leitor é sensível a tudo o que tem actualidade.

Proximidade sócio-profissional e sócio-cultural — O leitor interessa-se pelo que está relacionado com a sua condição social, a sua profissão, a cultura do meio de que faz parte. Isto supõe que o jornalista tenha conhecimento do tipo de leitores do jornal.

Proximidade político-ideológica — Um leitor comunista, por exemplo, preferirá ler o relato de uma reunião do seu partido a outras coisas.

Proximidade da vida quotidiana — A vida de todos os dias — em casa, diante da televisão, de carro, durante os fins de semana, em férias, etc. — também é um poderoso factor de interesse. (Yves Agnès e Jean Michel Croissandreaux, ob. cit., pág. 23).

Um outro elemento que contribui para o interesse de um acontecimento é a sua raridade. Lord Northcliff, rei da imprensa britânica, estabeleceu em tempos o seu padrão para uma

notícia sensacional: «Se um cão morder um homem», não é novidade. Mas «se um homem morder um cão», isso sim, é uma notícia sensacional. O brasileiro Mário L. Erbolato diz que se um barril cair do Pão de Açúcar, não é notícia. Mas se dentro houver um homem, isso sim, será notícia. (Afonso Praça e outros, «Jornalismo ao Vivo», pág. 144).

Também depende do âmbito da publicação em que for divulgada a notícia. Factos que interessam muito a um boletim paroquial ou de uma empresa podem não interessar a um jornal

de expansão nacional, cuja maioria dos leitores nem sequer conhece a pessoa de quem se trata.

Um outro factor é a qualidade das pessoas envolvidas nos acontecimentos. Enquanto não é notícia o facto de um servente de pedreiro andar com os fundilhos rotos, é-o se quem aparece nessas condições no seu local de trabalho é o primeiro ministro.

Um acontecimento que envolve pessoas conhecidas dos leitores tem mais interesse do que outro cujos intervenientes são indivíduos estranhos.

Contribuem para o interesse das notícias a abordagem de problemas comuns que todos os membros de uma comunidade têm que enfrentar. Questões de interesse humano, que narram uma situação que poderia ter acontecido com o leitor e, por isso, estimula um sentimento de solidariedade. Assuntos que envolvem elementos de conflito e suspense. (Reinaldo Brose, «Cristãos usando os meios de comunicação social», pág. 80-81).

As vezes a busca do interesse leva a questões de sensacionalismo. Monique Augras (Opinião Pública: Teoria e Pesquisa», pág. 55) diz parecer «que um dos maiores trabalhos dos redactores é transformar notícias comuns em acontecimentos extraordinários, através de títulos-choque».

Os responsáveis pelo jornal não se atendem à heterogeneidade de interesses dos leitores. O jornal é um serviço que se presta a muitos. Dar poucas notícias, ainda que muito desenvolvidas, interessa a pouca gente. Dando muitas notícias, embora com menor extensão, leva-se algo que interessa a muitos.

Se no interesse da notícia se tem como ponto de referência o interesse do leitor, o jornalista não se pode esquecer de que também lhe compete, às vezes, despertar o interesse do leitor para acontecimentos a que não liga importância.

Hoje é melhor ficarmos por aqui, que este apontamento já vai longo. Na próxima quinzena falarei da objectividade.

Vamos falar de jornalismo

A NOTÍCIA (18)

Continuo a falar-te dos elementos característicos da notícia. Vamos conversar da objectividade, da verdade e da comunicabilidade.

OBJECTIVIDADE

A notícia deve relatar os factos com o maior rigor possível. É preciso que os factos falem por si. Um profissional de comunicação que intervenha na notícia interpretando os factos, extraindo conclusões próprias, adultera o valor da informação e conduz o leitor a tirar, por vezes, ilações incorrectas. A proliferação dos adjectivos retira objectividade. (José Jorge Letria e José Goulão, ob. cit., pg. 70-71).

A objectividade é um ideal que todo o jornalista honesto deve procurar, ainda que esteja convencido de que a objectividade absoluta, na prática, é impossível. Só na informação dos números da lotaria, dos resultados de futebol, e pouco mais.

Todavia, é dever de todo o jornalista informar com o máximo de objectividade possível. Há-de procurar a máxima fidelidade no relato dos factos.

É verdade que a notícia está sujeita a influências subjectivas, independentemente da vontade do repórter, mas poderão ser atenuadas se o repórter a elas estiver atento.

A notícia está sujeita a modificações por deficiências fisiológicas de quem a transmite: ver mal, ouvir mal, etc. Está sujeita a modificações por deficiências psicológicas, que provocam defeitos de observação. Duas pessoas que vêem o mesmo fenómeno são capazes de o descreverem de maneira diferente.

A rapidez na recolha dos dados e na transmissão da notícia pode ser origem de defeitos, como já assinalai.

Há muito de subjectivo nos

Por SILVA ARAÚJO

critérios de selecção e valoração.

Consciente de tudo isto, o jornalista procurará manter a distinção rigorosa entre os factos e os comentários, fiel ao princípio de que os factos são sagrados e os comentários são livres. Basear-se-á em seguras fontes de informação. Não publicará nada que não possa provar. Procurará, acima de tudo, a verdade, mesmo a verdade incómoda. Agirá com a prudência necessária, certo de que é praticamente impossível retirar do mercado uma notícia falsa, apesar de todos os desmentidos e rectificações.

VERDADE

Uma notícia que contenha dados inexactos rapidamente se transforma numa mentira pública, devido à velocidade de difusão dos meios de comunicação social e à credibilidade das populações. (Idem pag. 71).

Isto exige o máximo cuidado na recolha dos dados, na forma como se tiram as notas, nas fontes de informação escolhidas. Sempre que possível consultem-se várias fontes. Que o jornalista se não deixe levar por aqueles que dele se querem servir. A missão do repórter é comunicar a verdade e não a versão que convém a A ou a B. Se há várias partes envolvidas numa questão todas devem ser ouvidas, para se não apresentar uma versão unilateral ou facciosa.

Pode falsear-se a verdade por acção ou por omissão. Falta-se à verdade mentindo e falta-se à verdade omitindo pormenores importantes, mas que podem comprometer alguém.

A essência de qualquer notícia é que o facto seja verdadeiro. A mentira jornalística, diz Ricardo Cardet (ob. cit., pag. 48) provoca sempre o seguinte triplo dano permanente:

afecta o prestígio do jornal, porque o obriga a desmentir-se; burla a credibilidade dos leitores que confiam na imprensa como na fonte popular da verdade;

rebaixa o crédito do repórter porque deixa de reserva todas as suas informações.

COMUNICABILIDADE

Um outro elemento característico da notícia é a possibilidade de levar aquele facto ao conhecimento geral.

Neste pormenor há dois exemplos a evitar: o de trazer a público questões que deveriam permanecer num círculo reservado e o de ocultar assuntos de interesse público para satisfazer o interesse de particulares e ceder a pressões de indivíduos ou grupos interessados. Pode falar-se de mais e falar-se de menos.

Há circunstâncias em que não devem ser divulgados publicamente determinados acontecimentos. É o caso do chamado direito preferente, quando há uma colisão de direitos: o do público, a ser informado, e o dos cidadãos, ao seu bom nome e à sua boa fama. O dever de informar não dá o direito de difamar. Pode haver motivos sérios que não aconselhem a

divulgar determinados factos. As pessoas têm direito à sua vida privada.

Há segredos — segredos de Estado, segredos militares, segredos profissionais, segredos de justiça — que não devem ser revelados.

O «Times» de Nova Iorque tem, desde o seu aparecimento, em 18 de Setembro de 1851, o lema «Tudo o que pode ser publicado decentemente».

Não é publicável o que prejudica a honra de terceiras pessoas. Há países onde é proibido publicar o nome de delinquentes menores de idade, para que não fiquem marcados pela vida fora. Virem a um indivíduo de 30 anos, cumpridor e honesto, mostrar-lhe um recorte de um jornal com uma levandade de adolescente...

Há circunstâncias em que o jornalista se pode sentir no dever de denunciar os factos mas omitindo o nome das pessoas que neles intervêm, pelo respeito que todos os seres humanos lhe devem merecer.

Sou contra a censura, mas entendo que o jornalista que se preza tem de possuir o suficiente sentido da responsabilidade para saber distinguir o que é

do que não é publicável.

É inconcebível que se impeça o jornalista de trazer a público o que, em consciência, entende que deve dizer à comunidade. Isto passa-se com a censura e com todas as diversas formas de pressão que violam a liberdade de informação e não respeitam o direito de ser informado e o dever de informar.

Há verdadeiras conspirações de silêncio que se abatem sobre o jornalista, exercendo sobre ele as mais diversas formas de pressão, para que não conte certos acontecimentos. Essas pressões vão, desde a omissão dos dados às ameaças, às agressões físicas ou verbais, à tortura psicológica, aos danos materiais, aos cortes da publicidade, etc.. Não falta quem pretenda fazer do jornalista um seu porta-voz ou um guardador dos seus segredos em vez de um servidor do bem comum. O jornalista tem de saber estar atento e não se deixar instrumentalizar nem subornar. A Redacção do jornal não pode ser um prostíbulo, como dizia Eça de Queirós no «Conde de Abranhos». O jornalista não é um homem à venda. Não é por lhe terem oferecido um almoço que ele deixa de dizer o que tem a dizer.

Vamos falar de jornalismo

(19)

A NOTÍCIA

PARTES DA NOTÍCIA

Continuo — e ainda tenho para uns tempos — a falar-te da notícia. Hoje trataremos das suas partes.

Podemos dizer que uma notícia consta de:

- a) título, de que se falará num capítulo à parte.
- b) lead (ou entrada ou cabeça).
- c) corpo.
- d) tie-in.

O título pode ser composto de antetítulo, cabeça e subtítulos, ou entretítulos.

O lead é, na prática, o resumo da notícia. Constitui o primeiro parágrafo desta e pretende ser uma resposta aos cinco *W/h/s*: who, what, when, where, why — quem? o quê? quando? onde? porquê? — ou às circunstâncias latinas quis, quid, ubi, quibus auxiliis, cur, quomodo, quando: quem? o quê? onde? através de que meios? porquê? como? quando? Estas perguntas foram formuladas há 20 séculos por Quintiliano.

A notícia é a narração de um acontecimento. No lead pretende-se dar o mais importante desse acontecimento, respondendo, pelo menos, a quatro perguntas fundamentais: quem foi? o que aconteceu? onde aconteceu? quando aconteceu?

Há uma diferença entre o lead da notícia e o lead da reportagem. Enquanto na reportagem, com o lead, se pretende chamar a atenção para o que se segue, despertando o interesse e a curiosidade do leitor, na notícia a função do lead é apresentar o resumo da mesma. É o que se chama o lead informativo.

Como referi o lead constitui o primeiro parágrafo da notícia. Há jornais que até o destacam apre-

Por **SILVA ARAÚJO**

sentando-o a duas colunas e em corpo de letra diferente.

O ideal seria que se reunisse o máximo dos elementos informativos num só período de fácil compreensão, como dizem José Jorge Letria e José Goulão (ob. cit., pág. 76). Mas se o primeiro período se alongar é preferível «cortá-lo» e recorrer a um segundo período necessariamente mais curto. (Convém não esquecer que a leitura dos períodos se torna mais difícil a partir das 20 palavras, motivo por que se recomenda a construção de frases que não sejam longas). Em todo o caso o lead não deverá ultrapassar nunca dois períodos.

O lead consta de elementos básicos e elementos secundários. (J. Lampreia, ob. cit., pág. 39).

São elementos básicos: quem? (o personagem), o quê? (o acontecimento), onde? (local), quando? (data).

O como? e o porquê? são elementos secundários.

No jornalismo moderno a tendência é para cada vez mais incluir no lead apenas os quatro elementos básicos, deixando que os secundários sejam relatados no corpo da notícia.

Uma boa «cabeça» é a melhor coisa que um jornalista pode pretender quando escreve uma história. É ela que irá levar o leitor a ler ou não o que se segue.

A «cabeça» deve ser libertada de todos os pormenores inúteis ou que podem ser escritos mais tarde. (José Esteves Pereira, «Manual Prático do Jornalismo», pág. 53 sgs.).

O lead deve ser claro, atractivo, directo e simples. Deve convencer o leitor, logo de entrada, da importância da notícia. Deve ser claro, leve, gostoso de ler e de uma exactidão impecável. A boa

cabeça nunca pode dar uma ideia errada e diferente do que vem a seguir. O jornalista deve dar sempre ao leitor o que lhe prometeu no princípio.

O lead pode começar pelo quando, pelo onde, pelo o quê. A maior parte das notícias começa pelo quem. Esta construção põe em relevo o sujeito da acção e permite a utilização de uma oração directa, a de mais fácil leitura e compreensão.

O quê escreve-se sempre com um verbo, porque exprime acção. É o facto da notícia.

O quem e o quê têm concordância gramatical de número, porque são o sujeito e o verbo da mesma oração.

Em algumas notícias nacionais não se põe o quando porque se aceita como referência do acontecimento — passado, presente ou futuro — a data em que o jornal o conhece e publica.

Nas notícias internacionais não se pode em caso algum suprimir qualquer dos quatro dados básicos.

Às vezes é obrigatório indicar no lead a fonte de informação, sobretudo quando a notícia exprime a opinião de alguém.

Um dos segredos para fazer um bom lead reside em descobrir a palavra-chave da notícia.

No lead o mais importante é a primeira linha. Tem muita força: é como o retrato de uma pessoa. É pela leitura do lead que a pessoa se sente encorajada a ler o resto da notícia.

Historicamente o lead veio matar o «nariz de cera», a abertura de frases estereotipadas com que, há décadas, se iniciava a notícia. Lamentavelmente ainda há quem proceda assim.

Um lead bem feito é um grande serviço que se presta ao leitor apressado: lido o primeiro parágrafo fica inteirado do acontecimento.

E ficamo-nos por aqui. Na próxima quinzena há mais.

Vamos falar de jornalismo

(20)

A NOTÍCIA

Depois de termos conversado sobre o lead vamos hoje falar do corpo da notícia.

O corpo da notícia é o desenvolvimento pormenorizado dos elementos enunciados no «lead». É a resposta ao que se prometeu logo de entrada.

Se o «lead» não respondeu ao como e ao porquê, é por aí que o corpo deve começar. São elementos fundamentais e a técnica da pirâmide invertida exige que os factos sejam dispostos por ordem decrescente da importância, como veremos ao falar da estrutura da notícia.

Os parágrafos, tão breves quanto possível, devem funcionar como unidades independentes.

TIE-IN

O «tie-in», a que também se chama memória ou «back ground», consiste em relacionar o acontecimento com outro acontecimento anterior. Permite recordar ao leitor a vinculação deste facto com notícias já

Por SILVA ARAÚJO

sabidas mas talvez esquecidas: dados biográficos mais destacados do protagonista ou protagonistas, antecedentes do facto, acontecimentos análogos ocorridos anteriormente, etc.

Há duas espécies de memória, conforme a finalidade a que se destina: tornar o texto mais inteligível ou fazê-lo mais interessante (José Esteves Pereira, ob. cit. pág. 96).

As memórias para aumentar a inteligibilidade são pequenos textos resumindo os antecedentes do fenómeno, levando o leitor a recordar o que leu em tempos (ou mesmo na véspera) e enquadrar melhor o que acabou de ler.

Esta parte da notícia, como é evidente, nem sempre existe.

A existir, onde deve ser colocada?

Depende. Há quem a situe logo depois do «lead» e quem a ponha no fim. A localização é variável.

Segundo José Esteves Pereira a melhor maneira é escrever as memórias no fim da notícia, so-

bretudo quando se estende por mais de um parágrafo. Caso contrário, podem-se intercalar no «corpo», junto da matéria a que dizem respeito, mas sem quebrarem o ritmo da narrativa. Isto só é apenas quando a memória é imprescindível para melhor compreensão da matéria.

É ainda conveniente, sempre que há uma memória integrada no texto, dar sinal dela logo na cabeça.

MANEJO DA NOTÍCIA

Segundo o Dr. Clausse a notícia passa por sete fases:

- a) acontecimento
- b) a recolha de dados e primeira redacção
- c) a transmissão à agência
- d) a primeira elaboração ou sistematização do material
- e) a transmissão ao jornal
- f) a segunda elaboração, no jornal
- g) a difusão entre o público

Não deixa de ser interessante conhecer todo o itinerário seguido pela notícia desde que o acontecimento se dá até que, através do jornal, o leitor dele tem conhecimento.