

2.

Os bastidores da notícia

“Jornal O Dia, boa noite”, dizia Osvaldo assim que atendia cada ligação na escuta do jornal.

Era noite do dia 23 de julho de 1993. Os dois repórteres que trabalhavam à noite e na madrugada do Jornal O Dia estavam na rua fazendo matéria. Nenhuma das duas reportagens precisava do fotógrafo. Eles pediram, então, que Osvaldo ficasse na sala da apuração, onde ficava a rádio escuta policial, para monitorar se algo acontecesse na cidade. Em um tempo em que não havia celular nem internet, a maior parte das informações chegavam à redação por ali: pelo telefone fixo ou pelo rádio. Aquela noite parecia que seria calma. A maior parte das ligações que Osvaldo atendera era de senhoras leitoras com insônia em busca de um papo. Uma chegou a dizer que viu um disco voador perto da janela. Conversa para lá, conversa para cá, eis que o telefone tocou mais uma vez.

“Jornal O Dia, boa noite”

“Meu amigo olha só, eu estou ligando porque eu sou leitor de vocês e estou vendo que estão matando mais de vinte garotos aqui”.

“Quem fala e de onde?”, perguntou já assustado o fotógrafo.

“Eu sou vigia. Trabalho aqui na Candelária. Tem muita gente morta. Venham para cá logo”, respondeu a voz do outro lado da linha. E desligou.

Osvaldo pegou o sebo – um caderno na redação com telefones úteis e que ganhou esse nome de tão imundo que estava – e procurou o número do telefone do Quinto Batalhão da Polícia Militar – responsável pelo policiamento no Centro da cidade, onde fica a Igreja da Candelária.

“Comandante, aqui é Osvaldo do Jornal O Dia. Me diz uma coisa. Procede essa situação da Candelária de várias pessoas mortas lá”?

“Olha, meu amigo, eu não estou sabendo de nada não, mas eu até agradeço a você por ter ligado. Vou pedir a uma viatura para se deslocar até a Candelária para saber o que está acontecendo”, respondeu o policial.

Na rádio com a frequência da polícia, Osvaldo escutava: “Alô maré zero, peço jiló aqui para Candelária. Área de 932”.

Para um iniciante, a frase ouvida pelo rádio podia não significar muita coisa. Mas Osvaldo era repórter das antigas. Com bastante experiência. Ele sabia que o comandante estava pedindo para as viaturas se deslocarem para a área da Candelária. Nove-três-dois era o código usado pelos militares para encontro de cadáver.

Em instantes, a confirmação gritava pelo rádio: “Comandante, Comandante, procede, tem vários garotos mortos aqui”.

Osvaldo precisava correr até lá. A sede do Jornal O Dia ficava no mesmo bairro – no Centro do Rio, na Rua Riachuelo. Porém, a distância para a Candelária era de dois quilômetros e meio. Impossível chegar com rapidez, ainda mais tendo que carregar o equipamento. Ele não tinha um centavo no bolso e os motoristas do horário estavam na rua com os repórteres. O jeito foi apelar para a amizade. Osvaldo desceu do prédio, encontrou o colega jornalista Zé Grande, que estava bebendo, após o expediente, no bar em frente à redação. Zé Grande emprestou dinheiro e botou Osvaldo em um táxi.

Em poucos minutos, o fotógrafo chegou ao local. Eram muitos mortos. Ele era o único jornalista até então no local. Os colegas só iriam chegar uma hora depois. Entre tantas cenas, Osvaldo viu um garoto passando a mão na testa de um colega morto, bem em cima do furo deixado pela bala. Fez a foto. Foi a capa do Jornal O Dia do dia seguinte com a manchete estampada “Covardia”⁶.

Toda a história contada acima de maneira narrativa é real. Faz parte da entrevista que o fotógrafo Osvaldo Prado concedeu a este trabalho. Osvaldo foi um dos fotógrafos que por mais tempo permaneceu na madrugada. E a cobertura da Chacina da Candelária foi um dos seus principais trabalhos, do qual se orgulha até hoje. Ao receber uma ligação relatando vinte jovens assassinados em um dos locais de maior movimento do Centro do Rio, Osvaldo avaliou o caso e percebeu que ali havia notícia em poucos instantes. Mas nem todos os acontecimentos são tão fortes, tão intensos. Por isso, cabe ao jornalista apurar, avaliar e selecionar para, em seguida, contar uma história. É sobre isso que pretendemos tratar neste capítulo.

⁶ História baseada na entrevista concedida ao autor pelo fotógrafo Osvaldo Prado.

2.1.

As origens da notícia

Contar histórias não é algo novo. No mundo camponês, o narrador era aquele responsável por dar conselhos e encantar com os ensinamentos que trazia. Para narrar, era preciso ser sábio e ter conquistado essa sabedoria em muitas viagens pelo mundo ou vivendo muito tempo no mesmo lugar. Num tempo em que não havia reprodução de imagens, eram as histórias narradas nas comunidades, tendo como pano de fundo as experiências, que inspiravam conselhos e lições morais formadores da memória e do conhecimento de mundo de cada um dos ouvintes.

A narrativa, que durante tanto tempo floresceu num meio de artesão – no campo, no mar e na cidade –, é ela própria, num certo sentido, uma forma artesanal de comunicação. Ela não está interessada em transmitir o “puro em si” da coisa narrada como uma informação ou um relatório. Ela mergulha a coisa na vida do narrador para em seguida retirá-la dele. Assim se imprime na narrativa a marca do narrador, como a mão do oleiro na argila do vaso (BENJAMIN, 1987, p.205).

Walter Benjamin alega que o ato de narrar perdeu força com o advento do romance. Mas foi com o surgimento da informação que a narração entrou em extinção. Informação que era bem diferente daquela que conhecemos hoje.

O surgimento da imprensa remonta ao final do século XVII na Europa. Naquele tempo, as novidades chegavam por carta. Esta era a forma mais segura e rápida de se saber detalhes do que aconteceu. A circulação de informações acontecia de maneira privada.

Naquela época, as correspondências privadas continham notícias detalhadas e atualizadas sobre as assembleias parlamentares e os acontecimentos bélicos, o rendimento das colheitas, os impostos, o transporte de metais preciosos e, sobretudo, é claro, notícias sobre o comércio internacional. Mas apenas um filete dessa corrente de notícias conseguia passar pelo filtro dos jornais “manuscritos” e chegar aos jornais impressos. Os assinantes dessa correspondência privada não tinham nenhum interesse em tornar público seu conteúdo (HABERMAS, 2014, p.125).

Não havia esfera pública. Eram poucos os jornais impressos e estes não tinham interesse e nem estrutura para noticiar a vida cotidiana.

Em seguida nessa linha do tempo, começam a surgir os artigos opinativos. É a fase conhecida como “publicismo”. Fazer jornal se tornou instrumento de discursos políticos, que difundiam as ideias burguesas e aristocratas. As informações de outrora permaneciam as mesmas, mas não eram mais os artigos principais. “Os jornais publicavam, então, fatos de interesse comercial e político, como chegadas e partidas de navios, tempestades, atos de pirataria, de guerra ou

revolução; mas isso era visto como atração secundária, já que o que importava mesmo era o artigo de fundo (...)” (LAGE, 2008, p. 10) – de orientação política, em que o editor reproduzia aquilo que ele e seu grupo defendiam. “Muitos editores eram subordinados a seus mestres políticos e, ao mesmo tempo, bastante limitados em sua visão sobre o que era aceitável publicar” (SCHUDSON, 2010, p.27).

Foi a modernidade e o processo de urbanização – no século XVIII – que trouxe o surgimento da notícia e, por consequência, do jornalismo como o conhecemos hoje. A migração para as recém-criadas cidades trouxe consigo novas realidades, novos códigos a serem apreendidos e novas rotinas. A *polis* moderna modificou a experiência do indivíduo e o modo como ele se relacionava com o espaço em que vivia. Surgiram novos temas cotidianos, como o trânsito e o transporte público. A experiência de circular em bondes e, depois, carros tornou-se assunto da nova população urbana. Era necessária toda uma adequação ao novo cenário. As pessoas não estavam acostumadas a hábitos hoje considerados corriqueiros do nosso dia a dia, como atravessar ruas, dirigir fora de estradas, usar transporte público.

Por um lado, a vida tornou-se o espetáculo da observação de estranhos nas ruas, da leitura a seu respeito nos jornais, da negociação com eles em lojas, fabricas e escritórios. Por outro, como as pessoas compreendiam que suas próprias vidas cotidianas eram valiosas e passíveis de despertar o interesse alheio, tanto buscavam nos desconhecidos os seus espectadores, o seu público, como os evitavam, para proteger o espaço privado do ego (SCHUDSON, 2010, p.75).

O ritmo de vida, de repente, se acelerou de maneira significativa. Alguns autores defendem que foi um período de hiperestímulo.

A modernidade implicou um mundo fenomenal – especialmente urbano – que era marcadamente mais rápido, caótico, fragmentado e desorientador do que as fases anteriores da cultura humana. Em meio à turbulência sem precedentes do tráfego, barulho, painéis, sinais de trânsito, multidões que se acotovelam, vitrines e anúncios da cidade grande, o indivíduo defrontou-se com uma nova intensidade de estimulação sensorial (SINGER, 2004, p.96).

Os novos estímulos e o novo ritmo fizeram com que toda aquela população recém-migrada do campo precisasse de ferramentas para saber o que acontecia. Nada era mais do jeito de antes: entraram em cena a rapidez e a agilidade. E, nesse contexto, a informação ganhou força. Saber o que está acontecendo perto tornou-se uma necessidade. Em seu texto sobre “O Narrador”, Walter Benjamin destaca o peso que a informação cotidiana ganhou naquela época ao citar uma declaração do fundador de um dos principais jornais franceses: “Villemessant, o fundador do

Figaro, caracterizou a essência da informação com uma fórmula famosa. ‘Para meus leitores’, costumava dizer, ‘o incêndio num sótão do *Quartier Latin* é mais importante que uma revolução em Madri’” (1987, p.202). O desenvolvimento de um comércio voltado para o cidadão urbano foi o estímulo que faltava para viabilizar economicamente as publicações. O anunciante, que até então tratava o “leitor apenas enquanto ele fosse um homem de negócios interessado em navegação e leilões ou um advogado atento às notas jurídicas, passou a se dirigir cada vez mais ao leitor do jornal como um ser humano com necessidades mortais” (SCHUDOSN, 2010, p.30). O jornal buscava leitores que tinham acabado de ganhar direitos civis. Foi a partir desse momento da história que os jornais se voltaram para as pessoas comuns. A prática jornalística tornou-se, então, espaços para debates que se faziam necessários com as mudanças que haviam se estabelecido naquele momento. “O jornal era um símbolo e um meio” (BRIGGS e BURKE, 2006, p.201). A informação virou protagonista e o meio pelo qual elas são transmitidas é o que chamamos de notícia.

Em 1922, Walter Lippmann foi um dos primeiros autores a escrever sobre as notícias e como elas e a propaganda influenciavam a opinião pública. Ele diz que as imagens que temos em nossas cabeças sobre determinados assuntos e situações são criadas a partir de estereótipos formados pelas generalizações do real que fazemos constantemente. O autor diz que a imprensa assinou um contrato imaginário que nos faz crer que “o jornal nos forneça a verdade, mesmo que elas nos seja desvantajosa” (LIPPMANN, 2010, p.276). Para Lippmann, a maior parte dos leitores não tem conhecimento suficiente para avaliar a natureza das coisas que leem e, por isso, acreditam na imprensa. Mas essa credibilidade é passível de teste e avaliação constantes por parte da audiência quando surge um fato próximo daquilo que o leitor conhece. “Cada um de nós tende a julgar um jornal, se nós o julgarmos verdadeiramente, por seu tratamento daquela parte das notícias com a qual nos sentimos envolvidos” (id., ib., p.281).

Desde o fim do século XIX, notícia é a unidade básica do jornalismo. A palavra vem do inglês, *news*. Está relacionada ao novo, à novidade. Sua importância para o processo jornalístico faz com que este seja um dos conceitos mais pronunciados por jornalistas e também por cidadãos comuns apesar da definição ser complexa. Uma das explicações mais conhecidas é aquela que diz que: “quando um cachorro morde uma pessoa, isso não é notícia. Mas se uma pessoa morde um

cachorro, isso sim se transforma em notícia”. A frase, atribuída a diversos autores⁷ – todos jornalistas do final do século XIX –, deixa claro que notícia é algo inusitado. Afinal, um animal morder um ser humano faz parte de um horizonte de expectativas possíveis no senso comum; já o oposto não. No entanto, como aponta Muniz Sodré (2012), “são frequentes, desde o final dos anos 1990 as notícias na imprensa do Rio de Janeiro sobre pessoas atacadas por cães” (p.23) da raça pitbull. Logo, a definição americana do fim do século XIX se mostra frágil. Afinal, mesmo o que era tratado como comum e/ou possível, também pode se tornar notícia. Sendo assim, Sodré formula uma definição, ou nas palavras dele, uma evidência: “a notícia é o relato de algo que *foi* ou que *será* inscrito na trama de relações cotidianas de um real-histórico determinado” (id., ib., p.24, grifos do original). É importante fazer algumas observações em relação a essa definição: a primeira é que quando o autor define notícia como “relato”, ele reforça que se trata de um gênero textual, uma forma de contar histórias, que faz uso da linguagem; o segundo ponto é que quando ele diz que notícia é algo que “foi” ou que “será” aponta para a questão de que a temporalidade da notícia não necessariamente está no passado ou no presente, a notícia pode dizer respeito a algo que ainda vai acontecer.

Passado, presente ou futuro ligados à atualidade. Para ser notícia, um determinado fato precisa causar algum tipo de impacto no momento atual. “A informação só tem valor no momento em que é nova. Ela só vive nesse momento, precisa entregar-se inteiramente a ele e sem perda de tempo tem que se explicar nele” (BENJAMIN, 1987, p.204).

Pode-se dizer que a notícia só existe nesse presente (...) Essa qualidade transitória e efêmera é da própria essência da notícia e está intimamente ligada a todos os outros caracteres que ela exhibe. Tipos diferentes de notícias vivem um período diferente de tempo. Na mais elementar de suas formas, o relato de uma notícia é um mero lampejo a anunciar que um acontecimento ocorreu” (PARK, s/d *apud* GENRO FILHO, 1987, s/p).

⁷ São vários os autores a quem esta frase é creditada. Sodré (2012) atribui a Amos Cummings – um militar americano que serviu na Guerra de Secessão e que após a trajetória no Exército se tornou editor de jornais, vindo a trabalhar no New York Sun. Silva (2014) diz que a frase é de autoria de Charles Anderson Dana, um jornalista americano do fim do século XIX que atuou no New York Tribune e que após a Guerra de Secessão se tornou editor do mesmo New York Sun. Dana e Cummings são contemporâneos. Além das definições atribuídas pelos autores, o portal colaborativo Wikipedia tem uma página específica para a frase do “homem que morde o cachorro”. Nesta, consta que a autoria é indefinida e consta também a citação de outros dois jornalistas – além dos já referidos – que poderiam ser os autores da frase: John Bogart e Alfred Harmsworth. Todos são americanos que atuaram em redações no fim do século XIX.

A atualidade é garantida à notícia pela própria prática jornalística. “O código é fundamental para que o produto-notícia seja globalmente legitimado como forma de conhecimento do tempo presente, do cotidiano” (SODRÉ, 2001, p.136). Tarde (1992) lembra que atualidade é tudo que desperta interesse no presente e não necessariamente algo que acontece nesse mesmo presente.

O que é reputado “atualidade” é apenas o que acaba de acontecer? Não, é tudo o que inspira atualmente um interesse geral, mesmo que se trate de um fato antigo. Foi “atualidade”, nesses últimos anos, tudo o que concerne a Napoleão; é atualidade tudo o que está na moda. E não é “atualidade” o que é recente, mas negligenciado atualmente pela atenção da opinião pública, orientada noutra direção. (...) Em suma, a paixão pela atualidade progride com a sociabilidade, da qual ela não é mais que uma das manifestações mais impressionantes (TARDE, 1992, p.32).

Outras características também são inerentes à notícia. A relevância é uma delas. “Informações relevantes são aquelas que, somadas às informações já disponíveis, produzem informações novas, até então não disponíveis” (LAGE, 2005, p.100). Para se tornar notícia, determinado fato ou acontecimento precisa trazer algo de novo à audiência. Adelmo Genro Filho (1987) destaca a singularidade. Ele defende que o relato noticioso é singular, apesar do conteúdo da informação reforçar os aspectos particulares e universais do fato. “(...) Podemos afirmar que o singular é a matéria-prima do jornalismo, a forma pela qual se cristalizam as informações ou, pelo menos, para onde tende essa cristalização e convergem as determinações particulares e universais” (s/p). É como se a notícia fosse capaz de dar sentido, de alguma forma, ao caos que caracteriza a sociedade moderna. A desordem cotidiana se ordena. “As notícias oferecem mais do que o facto – oferecem tranquilidade e familiaridade em experiências comunitárias partilhadas; fornecem respostas credíveis a perguntas desconcertantes e explicações prontas dos fenômenos complexos” (BIRD e DARDENNE, 1999, p.266).

Aqui cabe uma observação para algo que possa gerar dúvidas. Pesquisadores que estudam os gêneros textuais do jornalismo classificam os textos jornalísticos do gênero informativo em quatro tipos: nota, notícia, reportagem e entrevista. Nesta divisão, a notícia é o relato factual de algo que aconteceu; enquanto reportagem surge como um desdobramento, uma análise mais profunda (COSTA, 2010). Essa classificação é fruto de longos estudos sobre os tipos textuais presentes na imprensa brasileira. Mas neste trabalho levaremos em consideração notícia não como um

gênero textual, mas sim como o produto básico do jornalismo, o relato de algo que foi ou será inscrito nas tramas cotidianas.

Para algo se transformar em notícia, é necessária toda uma cadeia de produção, que se chama jornalismo. “O trabalho jornalístico transforma meros acontecimentos em eventos noticiosos. Ele se baseia em aspectos da vida cotidiana para contar histórias e apresenta nós a nós mesmos⁸” (TUCHMAN, 1978, p.12). Se a notícia é o produto final do processo jornalístico, qual é a matéria-prima da notícia?

São os fatos jornalísticos, objeto das notícias, que constituem a menor unidade de significação. O jornalismo tem uma maneira própria de perceber e produzir "seus fatos". Sabemos que os fatos não existem previamente como tais. Existe um fluxo objetivo na realidade, de onde os fatos são recortados e construídos obedecendo a determinações ao mesmo tempo objetivas e subjetivas (GENRO FILHO, 1987, s/p).

Genro Filho classifica os fatos como um “recorte no fluxo contínuo, uma parte que, em certa medida, é separada arbitrariamente do todo” (id., ib.). A interpretação sobre o que aconteceu no fato será feita pelo jornalista em um processo de produção, que inclui etapas de seleção e hierarquização. Se o modo como um fato será contado envolve escolhas, a existência do real – que o jornalista tenta reproduzir – é única.

Jamais lidamos com um “real em si”, independente dos processos de troca ou dos mecanismos de representação socialmente produzidos. Por isto, aquilo que nos habituamos a chamar de real, seja em nível coletivo ou individual, é uma “realidade” ou o “vivido” ou ainda o “atual”, portanto o real enquanto estrutura possibilidade pela nossa experiência de tempo e espaço ou construção simbólica operada pela cultura (SODRÉ, 2002, p.141/142).

Se o real não pode ser apreendido, os efeitos deles são claros e inegáveis. Não há subjetividade no processo de escolha que mude aquilo que efetivamente aconteceu.

Vejam um exemplo extremo: ocorreu um fato que envolve Pedro e João, no qual o último resultou mortalmente ferido por um tiro disparado pelo primeiro. Posso interpretar que Pedro “matou”, “assassinou” ou “tirou a vida de João”. Ou, ainda, que Pedro apenas executou, sob coação, um crime premeditado por terceiros. Não posso esconder, entretanto, que Pedro atirou contra João e que este resultou morto (GENRO FILHO, 1987, s/p).

Muniz Sodré (2001, 2012) propõe ainda outra definição para “fato”. Ele argumenta que o jornalismo baseia suas práticas nas ideias positivistas e delas se apropria. “Para o ‘espírito positivo’, o mesmo em torno do qual se ergueu a obra de

⁸ Tradução do autor. Texto original: “Newswork transforms occurrences into News events. It draws on aspects of everyday life to tell stories, and it presents us to ourselves”.

Augusto Comte, assim como a sua ‘lógica da realidade’, fato é uma experiência sensível da realidade” (SODRÉ, 2012, p.30). São os relatos sobre esses fatos que originam a notícia. Desde que, claro, tais fatos se adequem às características que compõem o *ethos* da notícia, como a atualidade. “Para que o fato se transforme em notícia, é preciso que tenha sido recentemente apurado, imediatamente publicado e distribuído à sociedade global” (SODRÉ, 2001, p.136). Dependendo da importância da mensagem trazida pelo fato, ele se torna também um acontecimento.

O acontecimento, que movimenta a vida pública na sociedade moderna, é, assim, o aspecto temporal do fato social. Inscrito na atualidade por meio de um artifício narrativo que o temporaliza à maneira de um gerúndio (o tempo do “está sendo”), ele se “presentifica”, ou seja, o passado e o futuro são sentidos como um aqui e agora (SODRÉ, 2012, p.87).

Para muitos autores, é por meio de um processo de mediação que os indivíduos tomam conhecimento do que aconteceu. Martín-Barbero define o “acontecimento” como “a irrupção do singular concreto no tecido da vida social” (2013, p.91). A apreensão deste acontecimento é mediada. “Os acontecimentos chegam a nós através da mídia e são constituídos através de sua realidade discursiva” (RODRIGO ALSINA, 2009, p.46). Mas é importante ressaltar que essa mediação não é um espelho da realidade, mas sim uma nova construção daquele acontecimento.

Os meios de comunicação não só nos mostram acontecimentos nos quais nós não poderíamos participar, mas também, nos quais participamos, nos aproximam dos fatos de uma maneira diferente, mais completa, porque nos oferecem diversos pontos de vista (das diferentes câmeras de televisão), e uma aproximação (graças ao zoom), que o olho humano não permite (id., ib., p.130).

Cabe ao jornalista descobrir esses fatos e acontecimentos para, a partir daí, contar histórias. No jargão popular, se diz que tem “faro” aquele jornalista que pode ter uma observação da realidade mais apurada para perceber o que dali seria uma notícia; ou aquele que, por outro lado, faz um bom trabalho de apuração em busca de notícias potenciais.

Do momento em que a notícia se tornou protagonista dos veículos de comunicação até hoje, muita coisa mudou. A apreensão da informação se reconfigurou com o surgimento do rádio e posteriormente da TV. Ao longo do século XX, a construção da realidade tornou-se mais imagética. Mas uma grande mudança aconteceu na última década do século XX e no início do século XXI. A internet reconfigurou as formas tradicionais de se adquirir informação. Nos últimos

anos, vivemos uma explosão de notícias. E mudanças significativas nas práticas comunicacionais.

Jornais, rádios, televisões publicam ou emitem hoje quase tudo na *web*. Certas mídias estão disponíveis apenas na *web* sem utilizar o canal hertziano ou o impresso. A primeira consequência dessa nova situação é que todas as mídias podem ser “captadas”, lidas, escutadas, ou vistas de qualquer canto do planeta onde uma conexão à Internet é possível, com ou sem fio. (...) Não se trata apenas de uma mudança na forma de consumo midiático, mas nas formas de *produção e distribuição de conteúdo informacional*. (LEMOS e LEVY, 2010, p.73, grifos do original).

Lemos e Levy dizem ainda que esse fenômeno gera uma desterritorialização da mídia, sem que haja uma perda da dimensão local dos conteúdos produzidos. Mas é que, ao estar disponível na internet, um jornal, por exemplo, consegue atingir regiões onde a circulação anteriormente seria inimaginável. A internet modificou, principalmente, as perspectivas de escolha do público. Antes restrito às mediações, a audiência hoje pode escolher não apenas entre os canais tradicionais de informação como os alternativos, tais quais redes sociais, blogs e *wikis*⁹.

Jenkins (2009) defende o surgimento de uma cultura participativa em que os meios de comunicação passam por processos de convergência. Ele registra os resultados de um estudo da *Pew Foundation*, em 2004, que aponta que os jovens estão se informando mais por mídias de entretenimento do que pelo jornalismo. Um exemplo disso é o caso do site *BuzzFeed*, portal de entretenimento que se tornou popular pela divulgação de listas. Recentemente, o núcleo de jornalismo criado pelo site foi o primeiro a publicar a transcrição da conversa do senador Aécio Neves com o empresário Joesley Batista – dono do frigorífico JBS, um dos principais do Brasil. O senador fala sobre tentativas de barrar a Operação Lava-Jato¹⁰ e faz comentários nada elogiosos a diversos atores políticos contemporâneos do país, entre eles o presidente da República e o então ministro da Justiça¹¹. O material fazia parte de uma decisão do Supremo Tribunal Federal a que o site teve acesso com exclusividade. A divulgação de trechos do diálogo, posteriormente repercutido em

⁹ *Wikis* são conjuntos de páginas interligadas na internet cujos conteúdos podem ser escritos ou editados por qualquer pessoa. O principal exemplo é a *Wikipedia*, a enciclopédia *wiki*.

¹⁰ Na definição do Ministério Público Federal: “A operação Lava Jato é a maior investigação de corrupção e lavagem de dinheiro que o Brasil já teve. Estima-se que o volume de recursos desviados dos cofres da Petrobras, maior estatal do país, esteja na casa de bilhões de reais. Soma-se a isso a expressão econômica e política dos suspeitos de participar do esquema de corrupção que envolve a companhia”. Link: <<http://lavajato.mpf.mp.br/entenda-o-caso>>. Acesso em 28 de junho de 2017.

¹¹ A reportagem está disponível no link: <https://www.buzzfeed.com/filipecoutinho/conversa-aecio-joesley?utm_term=.esyJ8VMww#.jijyX2MY99>.

toda a imprensa, foi um furo jornalístico do site originalmente de entretenimento. No entanto, meses antes, nos Estados Unidos, esse mesmo site causou polêmica ao divulgar um documento que sugere ligação do presidente norte-americano Donald Trump com russos sem ter efetuado nenhum trabalho de checagem¹². Em meio a esse debate sobre novas possibilidades de se informar, Barsotti (2012, p.115) apresenta resultados de estudos e relatórios que apontam que os temas da blogosfera são, na verdade, ampliações e debates a partir de assuntos que surgiram primeiro em reportagens da mídia tradicional.

2.2.

O processo de seleção

Se todo fato se transformasse em notícia, não haveria plataforma e nem jornalista suficiente. Há quase cem anos, Lippmann já dizia: “todos os repórteres do mundo trabalhando todas as horas do dia não poderiam testemunhar todos os acontecimentos do mundo” (LIPPMANN, 2010, 289). A velocidade com que os fatos acontecem e as amplitudes geográfica e temporal de sua facticidade não permitem a nenhum veículo jornalístico do mundo cobrir tudo. Além disso, as empresas têm interesses maiores em determinados temas do que em outros baseados em suas audiências. Sendo assim, a escolha dos acontecimentos que se tornarão notícia ocorre da associação entre dois fatores.

De um lado, a cultura profissional, entendida como um emaranhado de estereótipos, representações sociais e rituais relativos às funções dos meios de comunicação de massa e dos jornalistas, à concepção do principal produto – a notícia – e às modalidades que presidem à sua confecção. De outro, as restrições ligadas à organização do trabalho, sobre os quais se criam convenções profissionais que determinam a definição de notícia, legitimam o processo produtivo – desde a utilização das fontes até a seleção dos acontecimentos e as modalidades de confecção do noticiário – e contribuem para se prevenir das críticas dos leitores. Fica, assim, estabelecido um conjunto de critérios – ou seja, do grau de relevância entre os acontecimentos – que definem a noticiabilidade de cada acontecimento: o modo pelo qual é construída sua qualidade para que seja transformada em notícia (AGUIAR, 2014, p.226).

¹² A Folha de São Paulo divulgou reportagem traduzida do *The New York Times* sobre a polêmica em torno do assunto. Disponível no link: <<http://www1.folha.uol.com.br/mundo/2017/01/1848846-buzzfeed-posta-dados-nao-verificados-sobre-trump-inflamando-debate.shtml>>. Último acesso em 28 de junho de 2017.

No processo que torna o fato bruto em notícia, o jornalista precisa selecionar, identificar e decodificar os acontecimentos, para que eles possam ser apresentados de maneira clara ao público.

Se o mundo não é para ser representado como uma confusão de acontecimentos desordenados e caóticos, então esses acontecimentos devem ser identificados e inseridos num contexto social. Esse processo – a identificação e a contextualização – é um dos mais importantes, através do qual os acontecimentos são tornados significativos pelos *media* (HALL et al, 1999, p.225/226).

Noticiar é selecionar. Isso ocorre no processo de seleção dos fatos na avaliação se um deles deve ou não se tornar notícia; e também no processo de construção da notícia, uma vez que o repórter seleciona quais enfoques, enquadramentos e recortes vai usar na reportagem. Esse processo constante de seleção tem uma lógica própria; segue regras difundidas nas redações pelos jornalistas mais velhos para os mais novos.

Se a reportagem fosse a simples recuperação de fatos óbvios, o assessor de imprensa seria nada mais que um secretário. Mas uma vez que, no que diz aos grandes tópicos das notícias, os fatos não são simples, e nem tão óbvios, mas objeto de escolha e opinião, é natural que todos gostariam de fazer sua própria escolha dos fatos para os jornais imprimirem (LIPPMANN, 2010, p.294).

As observações de Lippmann ([1922] 2010) sobre os jornais são duradouras e ainda válidas diante da perspectiva da nossa realidade. Ele percebeu que o processo jornalístico é todo baseado em regras, sutilmente difundidas, e que a origem delas é um refinamento do senso comum. A incorporação das regras nas redações, segundo o autor, ocorre de maneira sutil. Não é incomum ouvirmos um jornalista dizer que suas escolhas são intuitivas, sem levar em consideração nenhum tipo de conhecimento adquirido. “Todo o jornal quando alcança o leitor é o resultado de uma série completa de seleções (...). Não há padrões objetivos aqui. Existem convenções” (LIPPMANN, 2010, p.301). O próprio autor complementa que “sem a padronização, sem os estereótipos, sem a rotina dos julgamentos, sem a razoável rudeza na desconsideração da sutileza, o editor morreria de excitação” (id., ib., p.300). Para Galtung e Ruge (1999), essas normas “não passam de uma percepção psicológica do senso comum transposta para as atividades de busca radiofônica e de busca dos acontecimentos” (p.64).

A escolha é organizada. Cada repórter busca informações dentro de sua área de atuação. E mesmo dentro de uma área específica, volta-se a atenção para determinados grupos ou instituições. Os jornais não conseguem dar conta de tudo,

“eles têm observadores estacionados em certos lugares, como o Quartel-General da Polícia, Promotoria Pública, Câmara Municipal, Prefeitura, a Casa Branca, o Senado, a Câmara dos Deputados, e assim por diante” (LIPPMANN, 2010, p.289). Se uma determinada redação deixar de dar atenção a fatos que envolvam a Prefeitura, por exemplo, isso significa uma escolha: diminuir o noticiário de decisões governamentais municipais daquela publicação ou, pelo menos, diminuir o ponto de vista do Executivo Municipal daquele noticiário, caso os repórteres continuem atentos à Câmara Municipal, por exemplo. A visão de Lippmann dialoga com a da socióloga Gaye Tuchman. Ela conta que no período de grande competição entre publicações sensacionalistas nos Estados Unidos os repórteres iam às ruas em busca de histórias. Mas essa busca tinha uma lógica própria.

Ao contrário do carteiro e do capitão do navio, os repórteres não podiam esperar que as notícias chegassem até eles, especialmente porque eles publicam diariamente e não uma vez por semana. Mas os novos repórteres não se dispersavam pela cidade de maneira aleatória ou arbitrária. Pelo contrário, eles tinham vários locais lógicos onde a notícia era esperada de acontecer, como delegacias e tribunais onde estavam sendo julgados crimes que poderiam mexer com a população¹³ (TUCHMAN, 1978, p.18).

Além das escolhas que fazem no processo de descobrir fatos, os jornalistas precisam decidir também na hora de selecionar entre dois ou mais acontecimentos, quais se tornarão notícia e/ou que peso e que recorte cada um dos escolhidos terá no noticiário. Assim como o outro, os jornalistas o tratam como intuitivo, como se a categoria tivesse uma visão diferenciada do acontecimento. “Os jornalistas têm ‘óculos’ especiais a partir dos quais veem certas coisas e não outras; e veem de certa maneiras as coisas que veem. Eles operam uma seleção e uma construção do que é selecionado” (BOURDIEU, 1997, p.25). Esses “óculos especiais” nada mais são que a incorporação das regras profissionais na rotina produtiva. Muitas vezes, os jornalistas apresentam dificuldades quando lhes é pedido que se enumere os critérios utilizados no trabalho rotineiro.

Lembro-me de ter uma entrevista com um diretor de programação; ele vivia na evidência total. Eu lhe perguntava: “por que coloca isto em primeiro lugar e aquilo em segundo?” E ele respondia: “é evidente”. E é sem dúvida por essa razão que ele ocupava o lugar em que estava; isto é, porque suas categorias de percepção estavam ajustadas às exigências objetivas (BORDIEU, 1997, p.36).

¹³ Tradução minha. No original: “Unlike the postmaster and the harbor master, they (the reporters) could not depend upon news coming to them, especially because they published daily, not weekly. But the new reporters did not disperse through the city in either a random or an arbitrary manner. Rather, there were several logical locations where stories might be expected to occur, such as central police stations and courts processing crimes that might titillate the urban masses”.

Ao longo do século passado, pesquisadores decidiram estudar e sistematizar essas normas. São os chamados valores-notícia ou critérios de noticiabilidade.

Mesmo com uma formulação mais completa, os critérios de noticiabilidade conservam sua característica básica de ser um recurso redutor de classificação da realidade por meio da acentuação de aspectos isolados de um fato. A notícia é um recorte no espaço e no tempo em relação a processos sociais mais amplos, e os limites deste recorte são, em parte, estabelecidos por perspectivas diferenciadas de jornalismo operacionalizadas na forma de critérios de noticiabilidade (FRANCISCATO, 2014, p.87).

Entra em campo um embate entre aquilo que é de “interesse público” e o que é de “interesse do público”. Muitos autores defendem que o interesse do público é composto por temas mais populares, que se aproximem do entretenimento, enquanto de interesse público seriam as notícias com maior relevância sócio-política. Para Guerra (2014), qualquer um dos valores-notícia leva em conta os interesses de uma audiência presumida. “A antecipação da audiência real pelos valores-notícia permite aos jornalistas e às organizações um melhor planejamento e realização do trabalho”. (GUERRA, 2014, p.43). É ao imaginar o que será relevante no dia a dia do seu público que o jornalista pode usar a criatividade ao pensar em pautas que sejam úteis ao leitor, espectador ou ouvinte.

Se chove há três dias, a falta de sol evidentemente motiva o leitor para uma boa matéria meteorológica. A busca incessante das circunstâncias motivadoras que envolvem tanto o jornalista como leitor – que convivem no mesmo ambiente e sofrem as mesmas injunções – é o segredo do jornalista imaginoso. “O que está me interessando hoje e pode interessar boa parte dos leitores?” é uma das perguntas diárias que o jornalista faz a si próprio (DINES, 2009, p.80).

Todo fato, por si só, tem potencial de se tornar notícia dependendo do enquadramento que o repórter der aquele acontecimento. Uma pessoa dormindo, por exemplo, é, como classificam Galtung e Ruge (1999), um *happening*, ou seja, um acontecimento. A determinação se ele será uma notícia ou não vai variar com o recorte que o jornalista queira fazer de determinada realidade. Em uma reportagem sobre determinada cultura em que as pessoas dormem sentadas, alguém dormindo em uma cama é, sem dúvidas, notícia. Da mesma forma, uma pessoa roncando pode ser personagem de uma reportagem sobre transtornos do sono. E por aí vai. Ao recorte da realidade na qual o jornalista vai aplicar os critérios de noticiabilidade, dá-se o nome de “enquadramento” ou sua versão em inglês, *frame* (TUCHMAN, 1978). “As questões que aparecem no mundo social recebem abordagem ou enquadramento dos meios em relação não só à maneira como afetam a experiência

social, mas também como se conformam às exigências do ciclo temporal da notícia” (ANTUNES, 2009, p.95).

Antes de nos debruçarmos nas classificações dos teóricos de quais são os principais critérios de noticiabilidade, destaco três valores-notícia presentes nos diversos estudos: imprevisibilidade, notoriedade e desvio. Está na raiz do jornalismo que algo que seja imprevisível será digno de registro. Na velha anedota do homem que morde o cachorro, o valor ali presente é a imprevisibilidade. Desta categoria fazem parte os *fait divers*¹⁴, ou seja, aquelas notícias curiosas, cujo acontecimento não era possível prever e que se resumem em si mesmas, sem margens para desdobramentos, por serem casos isolados. Quanto menor a possibilidade de algo acontecer, maior seu valor como notícia. “Um evento com probabilidade próxima de zero é jornalisticamente importante mesmo que não esteja vinculado às contradições fundamentais da sociedade” (GENRO FILHO, 1987, s/p). No exemplo do autor, um homem que conseguisse voar sem qualquer instrumento seria notícia por si só. É o rompimento com o cotidiano, com o esperado, que move os jornalistas. Há uma busca por histórias que rompem a barreira do previsível e que assumam uma característica de excepcionalidade.

Os jornalistas, grosso modo, interessam pelo excepcional, pelo que é excepcional para eles. O que pode ser banal para outros poderá ser extraordinário para eles ou ao contrário. Eles se interessam pelo extraordinário, pelo quem rompe com o ordinário, pelo que não é cotidiano – os jornais cotidianos devem oferecer cotidianamente o extra-cotidiano (BOURDIEU, 1997, p.26/27).

Outro valor inerente às notícias, de uma maneira geral, é a notoriedade. Em resumo, aquelas pessoas com maior importância simbólica na sociedade tendem a ganhar maior destaque no noticiário. Neste caso, incluem-se autoridades e governantes. Segundo Traquina (2005), esse valor-notícia já existia no século XVII na época das “folhas volantes”, os embriões dos jornais. Nessas folhas, atos e palavras das pessoas importantes e personalidades, principalmente reis e rainhas, ganhavam destaque. Um exemplo interessante da aplicação deste critério é apontado por Tuchman (1978). Uma morte de alguma pessoa notória ou de um parente desta pessoa é notícia por si só. Já a de uma pessoa comum, para se tornar notícia, precisa estar enquadrada em um fenômeno maior – o morto deixa de ser a

¹⁴ O conceito de *fait divers*, em português, “fato diverso” é de Roland Barthes.

motivação da reportagem e se torna um personagem ilustrativo de um alerta ou de uma situação que vem acontecendo.

Consideremos duas histórias aparentemente desiguais. Na primeira, uma criança pequena cai de uma janela aberta em um corredor. Na segunda, o primeiro neto do governador morreu de uma doença pulmonar infantil. As histórias são intrinsecamente diferentes na forma como viram notícia. A morte de uma criança comum por uma doença não tem nenhum valor notícia em si, mas a morte do primeiro neto do governador tem. Por outro lado, falar da morte da criança do corredor se constitui em um aviso público para os leitores tomarem cuidado ao abrir as janelas durante os meses quentes do verão¹⁵ (TUCHMAN, 1978, p.102).

Da mesma forma, a notoriedade geopolítica – ou mais exatamente o fato de pertencer a nações de elite, como defendem Galtung e Ruge (1999) – influencia no espaço que determinado acontecimento poderá ganhar na cobertura noticiosa. Aqui se destaca a proximidade não apenas física, mas também cultural e simbólica. Um jornalista inglês, de nome McLurg, estabeleceu uma regra que associa o número de mortos em um desastre à importância do país onde a tragédia aconteceu. “Um europeu equivale a 28 chineses, dois mineiros galeses equivalem a 100 paquistaneses” (WOLF, 1999, p.203). A regra parte do pressuposto de que a morte de menos pessoas em nações de elite tem impacto e relevância maiores do que a morte do mesmo número de pessoas em lugares do mundo com menor poder simbólico, cultural e geopolítico.

Pode-se dizer que o “desvio” é um valor-notícia presente em todas as classificações teóricas sobre as características necessárias para um fato se tornar notícia. Esse desvio pode ser tanto de uma cotidianidade esperada como também o desvio no sentido da violência: sequestro, roubo e assassinato. “Ou seja, os valores-notícia, entendidos como parâmetros que levam um determinado acontecimento a ser selecionado como noticiável [...] estabelecem-se atrelados a um padrão clássico de ruptura a uma ordem social anteriormente estabelecida” (SILVA, 2014, p.31). Na história que narramos no início deste capítulo, o repórter fotográfico Osvaldo Prado, ao receber a informação de garotos mortos na Candelária, já se preparou para sair. Ele não pensou duas vezes, porque mortes e desvios estão interiorizados na cultura jornalística como noticiáveis. Já no final do século XIX, os jornais

¹⁵ Tradução do autor. No original: “Consider two seemingly disparate stories. In the first, a toddler fell out of an open tenement window. In the second, the governor’s first grandchild died of an infant pulmonary disease. The stories are intrinsically different in the way they become news: the death of an infant of ordinary lineage from a common disease is not intrinsically newsworthy, but the death of the governor’s grandchild is. In contrast, telling of the death of the tenement child constitutes a public warning during hot summer months”.

americanos, como o *New York World*, de Joseph Pulitzer, investiram em duas vertentes principais para agradar e conquistar novos leitores: o entretenimento e as tragédias (SCHUDSON, 2010). Hall e outros autores (1999) observam que a noticiabilidade do crime e de sua elucidação é uma forma de dar sentido às rupturas que eles provocam na ordem social. “O crime é, então, notícia porque o seu tratamento evoca ameaças, mas também reafirma a moralidade consensual da sociedade” (HALL et al, 1999, p. 237).

2.2.1.

Uma linha do tempo

Uma vez destacados os principais critérios de noticiabilidade, é preciso mostrar a perspectiva histórica em que eles se apresentam. A primeira tentativa de dar ordem à seleção dos acontecimentos surgiu em 1949 (KUNCZIK *apud* BARSOTTI, 2012). Mas foi na década de 1960 que um estudo pioneiro de dois cientistas sociais noruegueses, Johan Galtung e Mari Holmboe Ruge, enumerou fatores que influenciam a construção da notícia. Eles analisaram as crises no Congo, no Chipre e em Cuba por quatro jornais estrangeiros. Galtung e Ruge usaram uma analogia com a frequência das ondas de rádio para explicar os valores-notícia. Segundo eles, “a tese é a de que quanto mais a frequência do acontecimento se assemelhar à frequência do meio noticioso, mais hipóteses existem de ser registrado como notícia por esse mesmo meio noticioso” ([1965] 1999, p.64). Galtung e Ruge observaram também que os fatos com maior proximidade cultural tendem mais a se tornarem notícia. Algo distante culturalmente da audiência também pode ser noticiado, mas o espaço concedido só será o mesmo se o fato tiver uma relevância maior. Levando em consideração esses aspectos, eles enumeraram 12 fatores que, segundo o estudo, influenciam um fato a se tornar notícia. São eles:

- 1) a frequência;
- 2) a intensidade do evento¹⁶ – a) intensidade absoluta, b) aumento de intensidade;
- 3) a capacidade de não ser um equívoco;
- 4) a significância – a) proximidade cultural, b) relevância;

¹⁶ Tradução do autor para o termo usado por Galtung e Ruge “threshold”. Na versão em português do texto, o termo “threshold” foi mantido, por isso, foi necessária aqui uma tradução própria.

- 5) a consonância – a) previsibilidade; b) exigência;
- 6) a imprevisibilidade – a) o inesperado, b) a escassez;
- 7) a continuidade;
- 8) a composição do todo;
- 9) a referência a nações de elite;
- 10) a referência a pessoas de elite;
- 11) a referência a pessoas;
- 12) a referência a algo negativo.

Da lista acima, alguns valores-notícia, por exemplo, são opostos, como previsibilidade e imprevisibilidade. Isso não é um problema porque, de acordo com os autores, a possibilidade de se tornar notícia é diretamente proporcional ao número de critérios contemplados.

Avançando na nossa linha do tempo, chega-se aos estudos de Herbert Gans. No final dos anos 1970, o pesquisador publicou um livro chamado *Deciding what's news*, em português, “decidindo o que é notícia”, em que apresentou seu trabalho de dez anos analisando as notícias veiculadas pelas revistas americanas Time e Newsweek e pelas redes de TV do mesmo país CBS e NBC. Ao tipificar as notícias, ele percebeu que a maior parte delas estava definida em categorias que englobam notoriedade e desvio. Três categorias de notícias desenvolvidas por ele e que envolviam autoridades – “conflitos dentro do governo”, “decisões governamentais” e “cerimônias e mudanças de cargos no governo” – corresponderam a uma taxa de 45% a 56% das notícias dos veículos de comunicação pesquisados. Em segundo lugar, ocupando de 17% a 34% do total, estavam as notícias relacionadas a desvios, como crimes, escândalos e investigações (*apud* BARSOTTI, 2012, p.109).

Nos anos 1980, uma nova classificação veio de um sociólogo italiano. Mauro Wolf (1999) argumenta que “os valores-notícia são, portanto, regras práticas que abrangem um corpus de conhecimentos profissionais que, implicitamente, e, muitas vezes explicitamente, explicam e guiam os procedimentos operativos redactoriais” (p.196). O autor destaca que a noticiabilidade tem um caráter “negociado”. Ou seja, a transformação de um fato em notícia ocorre a partir de diversas ponderações entre os jornalistas levando em consideração as regras operacionais estabelecidas. Tuchman também defende esse caráter negociado. Para ela, os jornalistas “definem as normas simultaneamente enquanto as invocam e as aplicam. Isto é, as noções de noticiabilidade são definidas momento a momento,

como, por exemplo, os editores negociam quais itens devem ir para a primeira página¹⁷” (TUCHMAN, 1978, p.183/184). Wolf disse ainda que, como o jornalismo é uma prática social que exige agilidade na tomada de decisão e que trabalha com o imprevisível, essas regras devem, portanto, ter características básicas, como a flexibilidade, a simplicidade e a facilidade de aplicação. “A simplicidade do raciocínio ajuda os jornalistas a evitarem incertezas excessivas quanto ao facto de terem ou não efectuado a escolha apropriada” (WOLF, 1999, p.197). O autor foi um dos primeiros a defender que os critérios de noticiabilidade não deviam se restringir apenas aos valores potenciais que os fatos têm ou não de se tornarem notícia: eles deviam levar em conta também parâmetros ligados ao produto, ao meio de comunicação, ao público e à concorrência. Sendo assim, o autor dividiu esses critérios em quatro grandes grupos: a) relativos às características substantivas das notícias, ao conteúdo que elas trazem; b) relativos à disponibilidade do material e ao produto informativo; c) ao público; d) à concorrência.

O português Nelson Traquina (2005) seguiu na linha proposta por Wolf. Ele classificou os valores-notícia em grupos, levando em consideração as escolhas feitas pelos jornalistas não apenas em relação aos fatos, mas a todo o processo jornalístico, bem como ao tipo de redação em que o jornalista está. Para Traquina, os critérios fazem parte de dois grupos: os de seleção e os de construção. A primeira categoria, por sua vez, se divide em critérios de seleção substantivos e critérios de seleção contextuais.

Os valores-notícia de seleção estão divididos em dois sub-grupos: a) os critérios substantivos que dizem respeito à avaliação direta do acontecimento em termos da sua importância ou interesse como notícia, e b) os critérios contextuais que dizem respeito ao contexto de produção da notícia. Os valores-notícia de construção são qualidades da sua construção como notícia e funcionam como linhas-guia para a apresentação do material, sugerindo o que deve ser realçado, o que deve ser omitido, o que deve ser prioritário na construção do acontecimento como notícia (TRAQUINA, 2008, p.78).

O autor apresentou 22 valores-notícia. São eles:

- 1) Critérios substantivos de seleção: morte, notoriedade, proximidade, relevância, novidade, tempo, notabilidade, inesperado, conflito ou controvérsia, infração e escândalo;

¹⁷ Tradução do autor. No original: “As newswriters simultaneously invoke and apply norms, they define them. That is, notions of newsworthiness receive their definitions from moment to moment, as, for instance, newspaper editors negotiate which items are to be carried on page one”.

- 2) Critérios contextuais de seleção: disponibilidade, equilíbrio, visualidade, concorrência e dia noticioso;
- 3) Critérios de construção: simplificação, amplificação, relevância, personalização, dramatização e consonância.

Em mais uma classificação, a imprevisibilidade, a notoriedade e o desvio se fazem presentes. Traquina enumerou também critérios contextuais como o equilíbrio de temas em um determinado jornal e o espaço, seja físico ou de tempo, que determinada publicação terá naquele dia. E os de construção – relacionados, como o próprio nome prevê, à construção da notícia em si. Histórias com maior possibilidade de dramatização ou que tenham um personagem forte tem maiores tendências de se tornar notícia.

2.3.

O trabalho de apuração

Se o trabalho do jornalista é descobrir fatos novos, a apuração é o coração desse processo. É a *práxis* da rotina jornalística em sua essência. Dia desses, um amigo me perguntou por que uma mesma notícia apresentava versões distintas quando foi contada em duas emissoras de TV diferentes. Tratava-se de um médico assassinado no Rio. Em uma das reportagens, dizia que o consultório do médico era em Botafogo, bairro da Zona Sul do Rio. Na outra, o consultório ficava no Centro da cidade. Farmacêutico, este amigo não compreendia como as informações poderiam divergir. Eu disse que o erro certamente estava na apuração. Um dos repórteres deve ter apurado com uma fonte e outro com outra. Cada uma deve ter dado um endereço para o referido consultório. Ele me perguntou por que os repórteres não confrontaram as informações com outras fontes? Nas palavras deles, “por que não checaram no *Google*?” Eu expliquei que a pergunta era bastante pertinente e que ficou claro que em uma dessas duas apurações – não sabemos qual – faltou a checagem. Não basta apurar com uma primeira fonte. O repórter precisa ser desconfiado e apurar a informação com outra fonte – seja ela documentos, internet, outra pessoa. A apuração é, conceitualmente, uma “investigação, documental e por entrevista, dos dados de uma notícia ou reportagem” (LAGE, 2006, p.68). Essa investigação, em sua maior parte, acontece previamente, antes do repórter fechar o texto. Mas, como vimos, é fundamental recheckar os dados antes de publicá-los ou exibí-los.

O jornalista Marcelo Beraba apresenta anualmente no Congresso Brasileiro de Jornalismo Investigativo, promovido pela Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo (Abraji), um curso chamado “Fundamentos da Reportagem”. Ele defende que todo repórter precisa passar por cinco etapas, antes de publicar uma matéria. São elas: observação, entrevistas, documentos, pesquisa e checagem¹⁸. A fase da observação é aquela em que o jornalista nota – a partir do seu próprio olhar ou influenciado pela pista de uma fonte – que algo inesperado está acontecendo. As entrevistas são os momentos em que o repórter conversa, seja com pessoas envolvidas, com vítimas, com autores, com pessoas que são impactadas ou até mesmo com fontes. Essas conversas podem ser em *on* ou em *off*¹⁹. A fase de pesquisa é o embasamento da reportagem: o que já foi publicado sobre o assunto, quais características são importantes o repórter saber sobre determinado tema. Durante muito tempo, os jornais tinham setores de pesquisa que eram fundamentais neste processo. Hoje, com a internet, o setor de pesquisa mais usado pelos jornalistas é o *Google*. Mas é importante reforçar que essas áreas não fecharam as portas e ainda são úteis em pesquisas mais extensas e/ou que envolvam fatos mais antigos. A fase dos documentos é aquela a que o produtor de conteúdo tem acesso a leis, memorandos, normas técnicas – enfim, contato com aquilo que pode servir de prova ou embasamento para a matéria. Por fim, a checagem – que tende a ser o último processo, mas não necessariamente. Ela própria pode apontar a necessidade de mais entrevistas ou mais pesquisas, por exemplo. Checar é o ato de conferir tudo o que foi escrito sobre o tema e ter certeza de que cada linha está correta. Essas etapas fazem parte de um ciclo, mas não são sequenciais. As entrevistas, por exemplo, podem acontecer antes da observação ou depois da pesquisa. Para Beraba, toda matéria passa por todos ou, pelo menos, pela maior parte desses fundamentos. E todos eles são técnicas de apuração.

Em uma grande reportagem é mais fácil de identificar as etapas da apuração. O jornalista Caco Barcellos decidiu investigar os assassinatos de supostos criminosos cometidos por policiais das Rondas Ostensivas Tobias de Aguiar – a

¹⁸ Essas informações estão em anotações pessoais feitas pelo autor quando assistiu ao curso no 6º Congresso Brasileiro de Jornalismo Investigativo, realizado em 2011, na Universidade Anhembi Morumbi, em São Paulo.

¹⁹ *On* e *Off records* são termos oriundos do inglês. Entrevistar alguém em *on* significa que o conteúdo da entrevista pode ser divulgado; em *off* significa que o jornalista pode fazer uso daquelas informações passadas pela fonte, mas sem publicá-las ou, caso publique, sem creditar o autor das declarações.

Rota, a tropa de elite da Polícia Militar de São Paulo. Para começar essa busca, Caco criou um banco de dados, já que a PM se recusava a passar as informações pedidas por ele. Nesse arquivo, o jornalista reuniu relatos obtidos com parentes de vítimas no pátio do Instituto Médico Legal, que ficava perto do apartamento onde morava. Faziam parte também desse arquivo registros do jornal popular Notícias Populares, que noticiava essas mortes sempre baseado em notas divulgadas pela polícia e também em boletins de ocorrência aos quais os repórteres tinham acesso com fontes em delegacias e batalhões. Posteriormente, Caco conseguiu mais uma fonte de informação: ele teve autorização para investigar os dados que estavam nas fichas do arquivo morto do IML de São Paulo. Com as informações catalogadas, o jornalista começou a fazer cruzamentos.

Para nós, mais importante do que contabilizar o número de mortos era levantar as informações para identificar e conhecer as pessoas que os policiais militares vêm matando há 22 anos em São Paulo. Com o registro de 4179 casos de tiroteio no Banco de Dados, acreditamos ter conseguido, depois de dois anos de trabalho, chegar ao perfil das vítimas dos matadores. Homem jovem, 20 anos. Negro ou pardo. Migrante baiano. Pobre. Trabalhador sem especialização. Renda inferior a 100 dólares mensais. Morador da periferia da cidade. Baixa instrução, primeiro grau incompleto (BARCELLOS, 2015, p.168).

O trabalho de apuração não terminou aí. Caco Barcellos fez ainda contatos e entrevistas com parentes de outras vítimas, anteriores àquelas com quem ele falou no IML, para tentar entender como se deu a morte de seus familiares. Foram anos de apuração até conseguir chegar ao resultado final. O produto de todo esse trabalho foi publicado no livro Rota 66, que é um dos melhores exemplos brasileiros de jornalismo investigativo. Claro que aqui discutimos a prática jornalística corriqueira e diária. Mas o exemplo é válido pois, dadas as devidas proporções, a essência do processo de apuração é a mesma.

No dia a dia das redações, os jornalistas sabem que “construir sentido é reduzir incertezas” (PEREIRA JÚNIOR, 2006, p.70). É o processo de apuração que vai permitir ao repórter ter certeza daquilo que ele fala e da reportagem que ele constrói. A busca por documentos, o contato com fontes, as entrevistas, a pesquisa sobre o tema: tudo isso embasa o jornalista sobre o assunto que ele está tratando. Não é possível publicar algo do qual não se tenha certeza absoluta. “O rigor na apuração de informações deve partir de premissa muito simples, nem sempre considerada: cada afirmação, de cada linha, só deve ser mantida depois de respaldada” (id., ib., p.72). Para facilitar essa prática no dia a dia, as redações são

divididas por temas nos quais os jornalistas são especializados. Para cada tema, uma editoria que, em geral, conta com um editor, subeditores e, eventualmente, um chefe de reportagem (TRAVANCAS, 1993, p.23-29). Isso facilita o trabalho do repórter na hora da apuração, uma vez que ele trabalha sempre dentro de um mesmo escopo. A especialização do jornalista é uma forma das redações otimizarem seus processos de produção – o repórter sabe onde buscar as informações, onde fazer suas observações, quem entrevistar e quais são as fontes que podem ajudar nas reportagens. No entanto, em grandes coberturas, as especialidades são ignoradas. Todos passam a ajudar em tudo (TUCHMAN, 1978, p.67).

A motivação de um jornalista é conseguir a informação de qualidade antes de seu concorrente. Uma pesquisa do *Pew Research Center*, um instituto de pesquisa norte-americano, perguntou aos jornalistas quais os valores que eles consideravam fundamentais na profissão. Cem por cento dos profissionais responderam “apurar bem os fatos” (*apud* KOVACH E ROSENSTIEL, 2003, p.61). Essa apuração tem dois objetivos: o primeiro é descobrir o que aconteceu ou a versão mais próxima e verossímil possível; o segundo é fazer essa descoberta com velocidade, se possível, antes dos concorrentes.

É isso que o jornalismo procura – uma forma prática e funcional da verdade. Não a verdade no sentido absoluto ou filosófico. Não a verdade de uma equação química. Mas o jornalismo pode – e deve – perseguir a verdade num sentido por meio do qual possamos funcionar no dia a dia (*id.*, *ib.* p.68).

Durante muito tempo, buscou-se o “furo”, a informação exclusiva, em primeira mão. No entanto, com o advento da internet e das redes sociais é muito mais difícil conseguir dar uma informação com exclusividade hoje. Bourdieu (1997) defende que essa busca levou os veículos de comunicação a se copiarem e as informações a se tornarem repetidas.

Para ser o primeiro a ver e a fazer ver alguma coisa, está-se disposto a quase tudo, e como se copia mutuamente visando a deixar os outros para trás, a fazer antes dos outros, ou a fazer diferente dos outros, acaba-se por fazerem todos a mesma coisa, e a busca da exclusividade, que, em outros campos, produz a originalidade, a singularidade, resulta aqui na uniformização e na banalização (BOURDIEU, 1997, p.27).

É como se o noticiário jornalístico se retroalimentasse. O monitoramento da concorrência faz com que os veículos busquem informações sobre os mesmos fatos, em busca dos mesmos enfoques. Para Rodrigo Alsina (2009), essa situação gera duas consequências: “a) acontece uma autolegitimação do sistema informativo

como fonte principal na construção do discurso jornalístico; b) acontece uma certa homogeneidade nos acontecimentos publicados” (p.175).

Os fatos que surgem nas redações com potencial de se tornar notícia podem ter duas naturezas: podem ser programados ou não-programados. Os fatos programados são aqueles que os jornalistas sabem que vão acontecer: o início do inverno ou do verão, a divulgação de índices econômicos, a entrevista coletiva de uma determinada autoridade. Os fatos não-programados são aqueles que surgem da imprevisibilidade da vida cotidiana: assassinatos, mortes de inocentes e de personalidades, trens descarrilados, temporais, quedas de árvore, entre outros. Em redações de TV, esse processo costuma ser mais dividido e, por isso, mais fácil de visualizar. No livro em que conta como constrói diariamente o principal telejornal do país, William Bonner divide o noticiário em duas “pernas”: a factual e a de atualidades.

Qualquer produto jornalístico se apoia sobre duas pernas: a dos temas factuais (que aconteceram depois da última edição do jornal – e que têm necessidade urgente de publicação) e a dos temas ditos “de atualidade” (que não ocorreram apenas desde a última edição, mas têm ocorrido, estão ocorrendo, e que podem ser publicados hoje, como poderiam ter sido divulgados ontem, e não perderiam sentido se fossem exibidos amanhã ou depois, porque são atuais, mas não são urgentes) (BONNER, 2009, p.19).

Nas redações de TV, essa divisão acontece da seguinte forma: os apuradores monitoram a polícia, os bombeiros e as autoridades em geral; as redes sociais; e também os concorrentes; já os produtores buscam temas de atualidade na realidade cotidiana que possam ser retratados em notícias produzidas, ou, de atualidades. Importante destacar que as reportagens produzidas nem sempre são livres de urgência. Às vezes, apesar de tratarem de temas atuais, a realização delas em uma determinada data está relacionada a um gancho²⁰ específico, algum fato que torne a discussão daquele tema mais urgente naquele momento. As notícias factuais não são previstas e cabe ao chefe de reportagem designar uma equipe para seguir ao local onde aconteceram. As notícias de atualidades (e se incluem aí suítes²¹ de grandes reportagens factuais) são previstas e a aprovação dos temas a serem tratados vêm do editor-chefe e do coordenador de produção. Em redações de jornais e de rádios, essa estrutura é um pouco diferente. Isso porque as notícias de atualidade

²⁰ Gancho é uma motivação, uma justificativa para aquele assunto ser tratado.

²¹ Jargão jornalístico para a reportagem que é uma continuação, um desdobramento, de outra publicada ou exibida na edição anterior.

são produzidas pelos próprios repórteres, que negociam com os editores e com a chefia de reportagem, uma data para saírem em campo.

As notícias não-programadas, também chamadas de factuais, surgem em um setor específico das redações chamado de “escuta”. É lá que os jornalistas acompanham tudo o que acontece na cidade. “Radioescuta é um setor ligado à redação, mas que funciona em sala separada e trabalha 24 horas por dia. Os profissionais desta área acompanham pelo rádio e pela televisão o que acontece na cidade” (TRAVANCAS, 1993, p.25). Os repórteres da madrugada costumam permanecer nesta sala enquanto buscam alguma notícia para seguir. Esse setor ganha diferentes nomes em diferentes redações: pode ser chamado de setor de apuração, por exemplo; no Jornal O Globo, se chama “Repol” – sigla para rádio escuta policial. O nome *escuta* veio do rádio com frequência da polícia e dos bombeiros que os jornalistas monitoravam. No início dos anos 2000, essa frequência dos órgãos de segurança se tornou digital no Rio de Janeiro e não foi mais possível acompanhar o deslocamento das equipes desses órgãos. Mas o setor continua existindo. Hoje, faz uso de telefonemas, rondas e monitoramento dos concorrentes e das redes sociais. Na pesquisa de seu Mestrado, no início da década de 1990, Isabel Travancas fez uma etnografia das redações e do trabalho dos jornalistas. E percebeu que, em geral, o jornalista que fica na escuta costuma ser menos experiente.

Na base dessa escala, como repórter 1, estaria o de jornal de bairro e o encarregado da escuta. O profissional com acesso ao rádio da polícia e sempre em contato com a Polícia Civil, Polícia Rodoviária, hospitais, Corpo de Bombeiros, enfim, atento aos pontos nevralgicos da cidade – um trabalho que exige concentração e discernimento, além de atenção constante e permanente. Sua função é fornecer ininterruptamente à chefia de reportagem informações sobre o que se passa na cidade” (id., ib., ib.).

Além de acompanhar o que acontece na cidade pelo rádio, pela televisão e pela internet, o trabalho na escuta prevê uma ronda para tentar descobrir algum fato que possa ser considerado relevante jornalisticamente. O jornalista da escuta – exceto na madrugada quando há só ele – é o último a ir para a rua. Ele municia a chefia de reportagem de informações, para que esta mande um outro repórter que esteja no horário fazer a cobertura. José Argolo (2014) narra como era o processo de adaptação do trabalho na redação para novos jornalistas nas décadas de 1960 e 1970. Ele diz que a primeira coisa que os repórteres inexperientes precisavam fazer era ler todo o noticiário.

Em seguida – orientados já no primeiro dia, pelos colegas mais experientes – os “focas” davam início à ronda telefônica, ligando para as delegacias da Região Metropolitana e da Área Integrada, Quartel-Central do Corpo de Bombeiros, Defesa Civil, Polícia Militar (QG), Perícia Criminal, hospitais da rede pública e outros serviços importantes, como os postos das polícias rodoviárias, Companhia de Navegação do estado, e de controle dos principais túneis urbanos etc. (ARGOLO, 2004, p.26/27).

Esse processo mudou muito ao longo dos anos. Hoje, com o surgimento de assessorias de imprensa em todos os órgãos públicos, o trabalho do repórter que fica na escuta se torna mais burocrático. Mas a Polícia Militar do Rio, por exemplo, ainda mantém uma sala de permanência para atendimento à imprensa.

Argolo conta uma história que ilustra a importância do trabalho do repórter na descoberta da notícia. Não basta que o jornalista ligue. Ele precisa estar atento às circunstâncias, como aconteceu nesse caso que chegou a entrar na primeira página do Jornal O Globo, segundo o autor.

Certa manhã, durante uma das quase intermináveis rondas telefônicas, o plantonista do Instituto de Criminalística revelou que uma equipe fora mobilizada para um dos ramais suburbanos da Rede Ferroviária Federal. Ele não dispunha de maiores informações e esse fato teria passado em branco, não fosse por um detalhe. O jornalista Leopoldo Silva desconfiou do problema pelo simples fato de a RFFSA solicitar a presença de especialistas fora dos seus quadros. Ele tornou a ligar (desta vez para outra fonte aqui não revelada) e apurou que a situação era muito, muito grave (id., ib., p.27).

A ronda ainda é um método de apuração eficaz. Acontece diariamente, por exemplo, na redação do Jornal Nacional: “nós chamamos de ‘ronda’ a sucessão de telefonemas feitos pela ‘mesa de produção’ a produtores de jornalismo das emissoras integrantes da rede. E essa é uma atividade crucial do processo de produção por uma série de razões” (BONNER, 2009, p.71). É a partir desta apuração que os produtores no Rio de Janeiro ficam sabendo das notícias factuais que estão sendo produzidas nas mais diversas cidades do país onde haja uma redação da TV Globo ou de uma emissora afiliada.

Hoje é impensável pensar o processo de apuração em qualquer redação sem o uso da internet e das redes sociais. As solicitações de informações para as assessorias de imprensa, geralmente, demandam pedidos por e-mail. Além disso, as redes sociais são usadas como ferramentas para monitorar não apenas as autoridades e os órgãos governamentais e do terceiro setor, mas também reclamações e situações vividas pelo público. Se o uso do Twitter e do Facebook no processo de apuração já é uma realidade das redações há alguns anos, houve

inovações recentemente. O Jornal Extra lançou um número no aplicativo WhatsApp para que as pessoas enviem relatos, fotos e vídeos de situações que vivenciam no dia a dia, inclusive flagrantes (FIGUEIREDO e SAUDINO, 2015; CARNEIRO, 2016). Depois do Extra, praticamente todos os veículos de jornalismo diário em funcionamento no Rio de Janeiro atualmente reproduziram a iniciativa. O jornalista que trabalha na apuração assume, então, um novo papel: o de monitorar as mensagens que chegam pelo aplicativo e de depois checar as informações contidas nela com os órgãos oficiais. É como se o trabalho de apuração ganhasse novos “braços” pelas ruas, que são supervisionados nas redações pelos jornalistas que fazem o trabalho de checagem das informações. Todos viram repórteres “atuando como leitores, críticos e jornalistas com seus smartphones, o dia inteiro. Trata-se também da maior valorização do testemunho como lugar da verdade e uma abreviação da distância cartesiana entre o fato e a sua narração” (CARNEIRO, 2016, p.11).

A contribuição do público não é exclusiva nas notícias não-programadas. Aquelas que são programadas podem surgir a partir desses novos processos de interação. No Jornal Extra, por exemplo, pioneiro no uso do WhatsApp como ferramenta auxiliar à apuração, “o material bruto enviado pelo leitor é checado e se transforma em ‘matérias de profundidade’. O WhatsApp agiria, então, como um fornecedor de pautas para a equipe do jornal” (FIGUEIREDO e SAUDINO, 2015, p.10). Se as notícias não-programadas surgem de um monitoramento constante de autoridades e redes sociais, as programadas têm como ponto de partida a pauta.

A denominação *pauta* aplica-se a duas coisas distintas: a) ao planejamento de uma edição ou parte da edição com a listagem dos fatos a serem cobertos no noticiário e dos assuntos a serem abordados em reportagem (...); b) a cada um dos itens desse planejamento quando atribuído a um repórter. Ele dirá “a minha pauta”, quer a tenha recebido como tarefa, quer a tenha proposto (LAGE, 2008, p.34, grifo do original).

Por aqui, usaremos a segunda definição de Lage, da pauta como um dos itens do planejamento. Nela, devem constar orientações, informações e tarefas a que cada repórter terá acesso na hora de ir a campo. Durante muitas décadas, as redações tinham a figura do pauteiro: um jornalista especializado em passar um pente-fino em tudo que aconteceria no dia seguinte para determinar o deslocamento dos repórteres. Essa função não existe mais. Hoje, em redações de TV, são os produtores que fazem as pautas. Já nas redações de jornal e rádio, a chefia de

reportagem deixa em um texto informações básicas como horário, local, *release*²², reportagens anteriores sobre o tema a ser abordado e as orientações editoriais. Nessas redações, caso a pauta seja uma sugestão do próprio repórter, é capaz de nem mesmo haver uma formalização dessas informações. O próprio jornalista sabe em suas anotações onde deve ir e com quem marcou de se encontrar. Isabel Travancas (1993) observa que os jornalistas classificam as pautas que recebem em boas ou ruins. As boas seriam aquelas de casos com maior repercussão e que têm potencial para se tornar destaque no noticiário. Ela percebeu que a escalação para as coberturas do dia está, muitas vezes, relacionada ao status do repórter. Aqueles mais experientes e mais bem vistos pela chefia tendem a ser escalados para as pautas “boas”. Os mais jovens e sem tanto prestígio tendem a ser escalados para as “ruins”.

Alguns autores dizem que a pauta tem um lado negativo: gerou uma acomodação nos repórteres. “Se a pauta serviu para organizar e planejar melhor o jornal, de outro lado levou à acomodação do repórter, que aos poucos foi-se tornando uma figura passiva no processo, mero cumpridor de ordens cada vez mais detalhadas distribuídas pela chefia” (KOTSCHO, 1995, p.11). Para ganhar espaço em uma redação, o repórter não pode depender da pauta que lhe é atribuída. É importante que ele sugira. A rua é o melhor local para descobrir novas histórias e diferentes enfoques da realidade. Não há outra forma de correr atrás de visões diferentes a não ser “garimpar bons assuntos, cultivando suas fontes, mantendo as antenas ligadas dia e noite, onde estiver” (id., ib., ib.). É importante também que o repórter mantenha sua autonomia em relação à pauta. “O jornalista não pode contentar-se com a primeira informação, impressão ou inferência, nem acomodar-se ao primeiro obstáculo. Quantas vezes a não notícia é uma excelente notícia? Basta trabalhá-la” (DINES, 2009, p.137).

Ao longo do processo de apuração, tanto das notícias previstas como das factuais, o jornalista precisa ouvir o que as pessoas têm a dizer. É o processo de entrevista. O repórter, por natureza, é um generalista – sabe e aprende diariamente um pouco de tudo. Ao tratar de temas específicos, deve recorrer a especialistas. Importante ressaltar que especialistas não são apenas aqueles engomados geralmente ligados a uma instituição de nível superior ou ao terceiro setor. Para o

²² *Release* é o termo que se refere às informações enviadas pelas assessorias de imprensa para todos os jornalistas.

repórter, todo aquele que tem uma vivência sobre algo que ele precisa conhecer melhor é um especialista.

Além das fontes conhecidas, um bom repórter deve ter suas fontes referenciais. (...) Ao longo de sua vida, o repórter deve manter as fontes nas quais confia e às quais recorre sempre que necessário. Logo que começa na profissão, o jornalista deve cultivar essas relações com fontes referenciais e as ir testando diante dos fatos. É necessário contar com boas fontes em todas as áreas possíveis (ABRAMO, 1988, p.198).

Afinal, o trabalho do jornalista, além de narrar os fatos, é ouvir as pessoas envolvidas e influenciadas por algo que aconteça. Caso a notícia seja prevista, a pauta pode informar, por exemplo, as diretrizes e os enquadramentos que se busca na reportagem e, logo, em cada uma das entrevistas. “A finalidade precípua desse tratamento é situar o entrevistador em um quadro com o mínimo de dados que lhe possibilitem a movimentação no tema, ainda que não tenha experiência nessa área” (MEDINA, 2004, p.28).

As entrevistas podem ser de vários tipos, de acordo com a intencionalidade da matéria que está sendo produzida. Pode ser conceitual, quando o repórter busca uma fonte especializada que lhe possa dar um panorama sobre o que busca; pode ser coletiva, quando pessoas notáveis da sociedade falam com todos os jornalistas de uma única vez; pode ser um perfil, quando o entrevistado será alvo de uma matéria exclusivamente sobre ele mesmo e sua trajetória; ou algum tipo de enquete, no jargão jornalístico conhecida também como “povo-fala”, no Rio, e “fala-povo”, em São Paulo, quando o objetivo da reportagem é ouvir do público o que eles acham de determinada situação – o que importa nesses casos não é o que diz cada entrevistado, mas sim o conjunto deles, como se fosse uma enquete que representaria uma opinião “do povo”.

A entrevista jornalística, em primeira instância, é uma técnica de obtenção de informações que recorre ao particular; por isso se vale, na maioria das circunstâncias, da fonte individualizada e lhe dá crédito, sem preocupações científicas. Por uma distorção do poder nas sociedades, muitas vezes se atribui esse crédito apenas a fontes oficiais, vale dizer, fontes do Poder, seja ele político, econômico, científico ou cultural. Enfatiza-se, com isso, a unilateralidade das informações: só os poderosos falam através das entrevistas (MEDINA, 2004, p.18).

A crítica de Cremilda Medina é à falta de pluralidade das fontes entrevistadas. Com o advento das relações-públicas e das assessorias de imprensa e de comunicação, o processo de apuração pode ser influenciado pelo conteúdo obtido de maneira “oficial”. “O surgimento das assessorias contribuiu decisivamente para a

profissionalização do setor de informação pública, com delimitação clara de posições, tanto do lado de quem fornece a informação quanto de quem a coleta” (LAGE, 2008, p.51). Essa profissionalização é importante no sentido de que se espera uma responsabilidade maior na informação passada por órgãos públicos. A transmissão de dados se tornou uma obrigação e deixou de ser um favor do funcionário. No entanto, é necessário ter um cuidado para que o jornalista não se torne refém da informação oficial.

O processo de apuração termina com a ida do repórter à rua. Travancas (1993) aponta que o repórter, ao saltar do carro de reportagem, está apurando a todo momento – seja na observação, no contato com os demais jornalistas ou na interação com as fontes.

Chegamos à delegacia, para o repórter iniciar sua primeira reportagem do dia. Na entrada encontra os colegas e já pede informações. Quer saber se há alguma novidade e o que está acontecendo. O delegado está ouvindo os intimados, depois falará com a imprensa. Com estas informações, procura um lugar para fazer um texto rápido e passar notícias para emissora pelo rádio do carro (id., ib., p.54).

No trecho citado de Travancas, é possível notar que essa agilidade na apuração e transmissão da notícia sempre foi uma característica do rádio. Hoje, com as redações integradas aos produtos online de cada empresa jornalística, isso se aplica a todos. Não há mais *deadline* – a tradicional hora do fechamento das redações. Os jornalistas precisam passar “flashes” – pequenos boletins – a todo momento. “Não importa o que estiver acontecendo ou onde esteja fazendo sua apuração, um repórter não pode deixar de mandar notícias para seu jornal; caso contrário, seria a maior falha de um jornalista, talvez um erro fatal” (id., ib., ib.). A apuração do repórter na rua exige agilidade. Nem sempre e nem em todos os horários, ele pode aguardar por uma declaração ou um acontecimento. Muitas vezes, precisa relatar o que já está apurado desde que saiu da redação ou as primeiras informações que conseguiu no local. Travancas acompanhou os mesmos repórteres ao longo de um dia inteiro. Próximo ao fim da jornada de trabalho, um deles foi enviado para uma assembleia de ferroviários na Central do Brasil. Não havia muito tempo para apuração.

Ao ver a aglomeração procura logo um membro do sindicato para colher as primeiras informações e saber sobre o andamento da assembleia. Anota os primeiros dados e espera o presidente do sindicato, que está discursando, descer do carro de som para gravar uma fala sua (id., ib., p.55).

A apuração *in loco* para o jornalismo diário exige agilidade. Moretzsohn (2014) observou que, com a integração entre online e impresso na redação do Jornal O

Globo, o repórter precisa rapidamente enviar à redação um primeiro relato, pelo qual ficará responsável de atualizar ao longo de todo o expediente.

Os repórteres são responsáveis pelas próprias pautas: assim, se uma pauta evolui ao longo do dia, é o próprio repórter que tem a tarefa de entrar no site e atualizá-la. Quando chega a hora de ir embora, passa a pauta para outro colega, mas precisa deixar um pacote para o impresso, isto é, a matéria que ele foi atualizando durante o dia é reescrita para sair na edição de papel (MORETZSOHN, 2014, p.67).

2.4.

Redação jornalística

Descrevi toda a história – a menina, em chamas, correndo pela casa e o passarinho, na gaiola, cantando como um louco. Era um canto áspero, irado, como se o passarinho estivesse entendendo o martírio da dona. E forcei a coincidência: - enquanto a menina morria no quintal, o canário emudecia na gaiola. (...) Quase, quase matei o canário. Seria um efeito magistral. Mas como mata-lo se a rua inteira iria vê-lo feliz, cantando como nunca? O bicho sobreviveu na vida real e na ficção jornalística. E foi um sucesso no dia seguinte (RODRIGUES *apud* BARBOSA, 2007, p.53/54).

O relato de Nelson Rodrigues diz respeito aos textos que escrevia na década de 1920 sobre as mazelas urbanas do Rio de Janeiro. Na época, seus relatos e de outros repórteres policiais mesclavam realidade com fantasia. Mas, sem perder de vista, os fatos. A morte do canário, por exemplo, teria efeitos dramáticos magistrais para a narrativa, “mas representaria também a inclusão da inverdade, o que do ponto de vista das convenções do jornalismo seria um desastre” (BARBOSA, 2007, p.54). Eram narrativas de realidade objetiva com ares fantasiosos. Nos anos 1960, os recursos narrativos ainda eram incorporados às histórias jornalísticas, mas causando um estranhamento e uma indignação dos próprios jornalistas. O repórter Luarlindo Ernesto, em atividade há mais de cinquenta anos nas redações cariocas, contou as orientações que recebeu do chefe na cobertura da morte do policial civil Perpétuo de Freitas.

A bala entrou aqui debaixo da axila esquerda, coração, pulmão e saiu aqui pelo braço direito, trinta e oito carga dupla²³. Perpétuo caiu estrebuchando, sangrando. E eu também abaixei, afrouxei a gravata, o cinto e tal. (...) Já era o Miranda Jordão o editor-chefe, “Luarlindo, eu quero uma matéria quente, você dialogando com o Perpétuo, ele morrendo nos teus braços e ele contando a história”. Eu falei: “pelo amor de Deus, ele tomou um tiro nos dois pulmões e no coração, como é que ele ia dialogar assim?” (ERNESTO, 2016, entrevista concedida ao autor).

²³ Calibre da bala que matou o policial.

Luarlindo conta que se recusou a criar o diálogo proposto pelo chefe. Se em outros tempos, histórias fantasiosas faziam parte do texto jornalístico, hoje os padrões convencionais da profissão não permitem esse tipo de prática. Orienta-se que o texto jornalístico padrão deve ser um relato objetivo dos fatos, sem opiniões e nem elementos literários. “No discurso noticioso, os elementos de subjetividade não desaparecem, nem poderiam, mas são reduzidos ao mínimo: para isso, combina-se método de apuração e técnica de redação e concentra-se o foco do discurso no referente factual” (LAGE, 2005, p.82). O quê? Quem? Quando? Onde? Como? E por quê? Os jornalistas aprendem ainda na faculdade que são essas seis perguntas que ele deve responder no primeiro parágrafo da reportagem, chamado de “lide” ou *lead*.

O lide “resume a ação noticiosa, identificando pessoas, lugares e eventos, além de enfatizar os aspectos considerados básicos do acontecimento” (SODRÉ, 1996, p.142). O Manual de Redação do jornal Folha de São Paulo diz que o primeiro parágrafo deve envolver o leitor na reportagem.

Pressupõe que qualquer texto publicado no jornal tenha um núcleo de interesse, seja este o próprio fato, uma revelação, a ideia mais significativa de um debate, o aspecto mais curioso ou polêmico de um evento ou a declaração de maior impacto ou originalidade de um personagem. (MANUAL...,2010, p.28).

O Manual reforça ainda que não há uma forma padrão ou automática de se escrever o lide e que nem é bom que tenha, pois isso poderia gerar desinteresse do leitor. Mas reforça que nesse primeiro parágrafo devem constar as informações mais importantes do texto. Para Genro Filho (1987), a notícia é uma reprodução da singularidade e o lide é seu principal cartão de visitas.

O lead funciona como princípio organizador da singularidade. A rigor, ele pode, inclusive, não estar localizado no início da notícia, embora isso seja o mais comum. Sua localização no começo da notícia corresponde ao processo de percepção em sua ordem mais natural, pois toma como ponto de partida o objeto reconstituído singularmente para, a seguir, situá-lo numa determinada particularidade (GENRO FILHO, 1987, s/p).

O lide se opõe radicalmente ao nariz-de-cera – expressão que se refere ao parágrafo inicial como introdutório, que distancia o assunto mais importante do topo da notícia. Escrever com nariz-de-cera é como começar pela contextualização. Um caso, por exemplo, de um assassinato a facadas no Rio de Janeiro, escrito com nariz-de-cera, teria no primeiro parágrafo detalhes do contexto em que se insere e não o

fato em si. Um bom exemplo é registrado por Claudio Abramo ao falar dos textos jornalísticos da década de 1940:

Nesse tempo, todas as matérias tinham nariz-de-cera. O sujeito começava dizendo assim: “O advogado Sobral Pinto, essa figura fulgurante do Direito brasileiro, veio para São Paulo e se hospedou no hotel tal, de velhas tradições, e ontem gentilmente se dispôs a atender à nossa reportagem...” Era tudo assim (ABRAMO, 1988, p.26).

Se a padronização determinou que o mais importante esteja no começo, o menos importante tem que estar no final. A esse modelo, do qual o lide faz parte, dá-se o nome de “pirâmide invertida”. Ele consiste em priorizar as informações no texto jornalístico em ordem de importância. Na base da pirâmide, em cima, o mais relevante e fundamental para a história; no topo, embaixo, o mais dispensável para aquele relato. O lide e a pirâmide invertida são formas de padronizar o discurso jornalístico. Afinal, “todo mundo representacional desenvolvido trabalha com formas em certas medidas padronizadas” (BECKER, 2009, p.79). A lógica é a seguinte: “a padronização afeta o modo como os artigos são lidos. Poupa tempo aos leitores ao deixá-los ir diretamente ao que pensam ser interessante, sentindo-se seguros de que nada perderão daquilo que necessitam, caso ignorem o resto” (id., ib., p.80). Os padrões servem para que o leitor possa se informar sem precisar saber todos os detalhes.

Lage (2005) argumenta que esse processo tem origens na linguagem oral. Ou seja, na fala, temos o hábito de ir direto ao ponto e a pirâmide invertida e o lide seriam, então, uma adequação do texto escrito ao modo como falamos. Sodré (2001) apresenta outra versão para o aparecimento dessas regras. Ele diz que alguns autores defendem a hipótese de que na época do telégrafo as informações mais importantes dos correspondentes de guerra deviam ser enviadas primeiro, seja por causa de problemas técnicos ou em função do custo que esse envio gerava. Mas argumenta que nenhum desses fatores explica a consolidação deste modelo na escrita jornalística.

Nas notícias e nas reportagens, a clareza e a contextualização são características importantes para permitir à audiência a compreensão correta da mensagem. “No processo de comunicação diária, cada leitor deve ser tratado como se estivesse tomando conhecimento do assunto naquele instante; isso impedirá que se sinta alijado ou tenha a sensação de que está fora do processo” (DINES, 2009, p.68).

Uma característica de muitas empresas para padronizar suas rotinas produtivas é a criação dos manuais de redação. São guias, desenvolvidos pela direção da redação, com orientações sobre como escrever o texto jornalístico. O da Folha de São Paulo é um deles. O jornal orienta seus repórteres a deixar o texto mais simples, próximo da linguagem cotidiana, sem que isso signifique abrir mão da norma culta da língua. “Escolha a palavra mais simples e a expressão mais direta e clara possível, sem tornar o texto impreciso. Palavras difíceis e construções rebuscadas dificultam a comunicação e tornam o texto pedante” (MANUAL..., 2010, p.79). Desta forma, os repórteres e redatores devem evitar o uso de gírias e erros gramaticais, mas também de jargões profissionais, termos técnicos e palavras rebuscadas. Ou seja, o texto jornalístico deve ser compreensível a todos e fiel à língua, sem apelar para recursos característicos da linguagem oral e da coloquialidade, mas também sem forçar a mão com expressões difíceis e restritas a determinado grupo social e profissional. Este manual sugere que os repórteres troquem, por exemplo, palavras como “colisão” por “batida”, “óbito” por “morte” e “contundido” por “machucado”. Outra regra apontada por este manual é evitar os chamados “lugares-comuns” da linguagem. São expressões clichês muitas vezes usadas como “muletas” na construção textual. Não se recomenda o uso de expressões como “os quatro cantos do mundo”, “vitória esmagadora”, “fortuna incalculável” e “caixinha de surpresas”. Reforça-se também que o repórter deve ter uma boa variedade de palavras, para evitar repetições inapropriadas: “a diversidade no uso dos vocábulos deve ser regida pela precisão, e não pela retórica” (id., ib., p.30). Mas que, em determinados casos, é melhor repetir do que usar termos que ninguém conhece ou que não façam parte da linguagem do dia a dia. Outra recomendação é de que os verbos sejam usados com precisão. Desta forma, o jornalista não deve usar “alegar” e “admitir” com sentido de dizer, por exemplo, e sim, nos seus sentidos estritos – “alegar” é explicar diante de uma acusação qualquer e “admitir” é reconhecer algo.

Para o jornalista Claudio Abramo, o jornalista, no entanto, deve fugir de fórmulas. Ele deve respeitar a hierarquização das informações, mas sem determinar previamente o que deve estar no primeiro parágrafo ou quais palavras usar.

Acho que não existe fórmula para escrever matéria jornalística. Mas não basta saber escrever para escrever reportagem, porque entram em jogo outros fatores, como a observação e um certo ceticismo (...) A fórmula é a determinada pelo clima

– pelo *pathos* e pelo *ethos*, isto é, o clima emocional e o clima moral da situação (ABRAMO, 1988, p.191).

Em televisão, os jornalistas também buscam priorizar as informações, mas essa construção apresenta diferenças significativas para o texto de jornais, revistas, rádio e internet. Nesta mídia, não cabe o uso do lide e a aplicação da fórmula da pirâmide invertida. Os textos são mais narrativos e roteirizados. A informação resumida com as respostas àquelas seis perguntas, muitas vezes, se encontra na cabeça – termo usado para se referir ao texto lido pelo âncora –, e não no texto do repórter. A simplicidade também é reforçada. “O texto é simples, objetivo, escrito quase sempre na ordem direta. As palavras são escolhidas no repertório da linguagem coloquial, mas não devem ser repetidas em frases muito próximas” (BECKER, 2005, p.73). A ideia é que as notícias sejam ouvidas e não lidas. Nessa linha, Coutinho (2012) defende que o texto deve ser escrito com frases curtas, onde são eliminados termos desnecessários, e que privilegiem a oralidade.

2.4.1.

A ideologia da objetividade

O lide e a pirâmide invertida são as consequências textuais de uma ideologia que guia até hoje as atividades profissionais do jornalismo. Elas surgiram no jornal americano *The New York Times* nos anos de 1860 e chegaram ao Brasil na década de 1950, durante as reformas pelas quais a imprensa brasileira passou nesse período (Genro Filho, 1987). Mas as bases dessa reforma já estavam enraizadas no processo profissional desde o início do século.

Quando no início dos anos 1900, o texto aconselha que o jornal deve – em função da nova temporalidade em que está imerso o cotidiano da cidade e de seus habitantes – dizer o que se passou, como se passou e em que condições; está, de fato, inventado aquilo que anos mais tarde seria conhecido como lide (BARBOSA, 2007, p.40).

Barbosa (2007) argumenta que todas as novidades que surgem no Brasil nas reformas dos anos 1950 já vinham sendo implantadas desde o início do século e encontraram naquele momento uma conjuntura favorável a uma independência do campo jornalístico, como lugar da neutralidade e da objetividade. Esse ideal se torna, com os anos, um aspecto fundamental da profissão, valorizado por jornalistas em suas narrativas de memória.

O que se procura construir naquele momento é a autonomização do campo jornalístico em relação ao literário, fundamental para a autoconstrução da

legitimidade da própria profissão. Assim, as reformas dos jornais da década de 1950 devem ser lidas como o momento de construção, pelos próprios profissionais, do marco fundador de um jornalismo que se fazia moderno e permeado por uma neutralidade fundamental para espelhar o mundo. A mítica da objetividade – imposta pelos padrões redacionais e editoriais – é fundamental para dar ao campo lugar autônomo e reconhecido, construindo o jornalismo como a única atividade capaz de decifrar o mundo para o leitor (id., ib., p.150).

Ribeiro (2007) defende que os novos padrões estabelecidos nas redações tinham o objetivo de retirar do texto jornalístico qualquer traço possível de personalidade e de emotividade.

A comunicação deveria ser, antes de tudo, referencial e o uso da terceira pessoa, obrigatório. O modo verbal passou a ser, de preferência, o indicativo. Os adjetivos e as aferições subjetivas teriam de desaparecer, assim como os pontos de exclamação e as reticências (RIBEIRO, 2007, p.30).

A busca por essa objetividade tem origem nos Estados Unidos anos antes. Michael Schudson (2010) estudou a história social dos jornais norte-americanos. Ao longo do século XIX, a venda de espaço publicitário permitiu que as publicações se tornassem independentes economicamente. Surge a *penny press*, em português, algo como “imprensa de um centavo”. É que os jornais que foram criados nessa época tinham um preço irrisório, uma vez que a arrecadação vinha da venda de publicidade. Eles romperam definitivamente com a prática jornalística que se tinha até então – com impressos notadamente políticos, feios por grupos políticos e com interesses políticos. A nova imprensa era independente politicamente. O jornal tinha se tornado um negócio. Os repórteres eram treinados a não misturar opinião com informação.

Repórteres eram profissionais aos quais cabia relatar as notícias como elas acontecessem, como máquinas, sem preconceito, sem qualquer brilho e sem estilo; tudo igual. Humor ou qualquer sinal de personalidade em nossos relatos eram surpreendidos, repreendidos e suprimidos a tempo (STEFFENS *apud* SCHUDSON, 2010, p.96).

Já naquela época, os editores dos jornais orientavam sua equipe a escrever as informações mais importantes logo no primeiro parágrafo. Quem escrevia notícia em formato de artigo ouvia reclamação da chefia e era punido. Havia um cartaz na redação do jornal *Chicago Globe* com as perguntas “Quem ou o quê? Como? Quando? Onde?”. O mesmo acontecia na redação do *New York World*, jornal de Joseph Pulitzer. “Olhei em volta da grande sala, enquanto esperava com paciência e animação, e vi colados nas paredes, em intervalos, cartazes impressos em que se lia: Precisão, Precisão, Precisão! Quem? O quê? Onde? Como? Quando? Os Fatos

– o Tom – os Fatos” (DREISER *apud* SCHUDSON, 2010, p.97). O relato é de um jornalista que estava indo ao *World* em busca de emprego. Com o passar dos anos e a intensificação do processo de urbanização, o *World* começou a ressaltar traços mais populares. Títulos maiores, grandes ilustrações, noticiário com viés de entretenimento. A notícia dividia espaço com relatos mais narrativos. Daí surge uma oposição com outro jornal que vinha crescendo muito no fim do século XIX, o *New York Times*. Enquanto o *World* tinha um público mais popular, o *Times* abocanhava grandes empresários e pessoas com maior poder aquisitivo. Apesar da objetividade nos relatos jornalísticos ter sido esboçada desde o final do século XIX, foi apenas depois da Primeira Guerra Mundial que ela é enunciada como um valor jornalístico e se torna uma ideologia profissional. A Grande Depressão²⁴ e os contextos político, econômico e social influenciaram a imprensa norte-americana. Surgem a especialização por editorias e as reportagens interpretativas, para dar conta do turbilhão de mudanças que estava acontecendo. Para responder a esse momento, a objetividade se torna um valor intrínseco à atividade profissional. Mas, como pontua Schudson, o conceito foi criticado quase que simultaneamente à sua enunciação. Os repórteres, principalmente os mais jovens, não acreditavam ser possível reduzir toda a realidade a um texto objetivo. Só que não havia jeito. Ser objetivo se tornou marca, ritual, condição *sine qua non* para os jornais naquela sociedade que buscava o progresso pós-perdas. “Os jornalistas passaram a acreditar na objetividade, na dimensão em que o fizeram, porque queriam, precisavam, foram forçados pela aspiração humana comum a buscar uma fuga de suas próprias convicções profundas acerca de dúvida e direção” (SCHUDSON, 2010, p.187).

Gaye Tuchman (1999) argumenta que, além da pirâmide invertida e do lide, há outros três elementos que permitem a um texto ser atribuído como “objetivo”. O primeiro é a apresentação de possibilidades de conflito. Um texto jornalístico objetivo deve mostrar que para cada ponto há um contraponto, uma divergência acerca daquilo. É o que na prática consiste na regra de “ouvir o outro lado”. O segundo recurso é a apresentação de provas auxiliares. Tomando como exemplo uma reportagem sobre índices de violência, o repórter não deve atribuir um aumento de sensação de insegurança apenas aos dados, mas ele deve ter a entrevista de um especialista, uma enquete com a população, enfim, provas auxiliares que

²⁴ Período de grande recessão econômica no período entre guerras que teve como marco a quebra da Bolsa de Valores de Nova York, em 1929.

corrobores a prova inicial que serviu como hipótese para aquela reportagem. O terceiro é o uso judicioso das aspas. Para a autora, os jornalistas tendem a deixar opiniões polêmicas na fala dos entrevistados. Mesmo que o repórter confirme as informações, ao deixar as opiniões de um entrevistado entre aspas, avalia que não está colocando a sua opinião no texto. Tuchman defende que a objetividade no relato jornalístico é um “ritual estratégico”, que protege o jornalista de riscos e pressões exercidas sobre ele, dentro e fora das redações. “Atacados devido a uma controversa apresentação de factos, os jornalistas invocam a sua objectividade quase do mesmo modo que um camponês mediterrânico põe um colar de alhos à volta do pescoço para afastar os espíritos malignos” (p.75). Ela diz ainda que esses rituais de defesa das práticas profissionais não são exclusividade dos jornalistas, sendo presentes em todas as profissões.

Devido às diversas pressões que o jornalista está sujeito, ele sente que tem de ser capaz de se proteger para o afirmar: “eu sou um profissional objetivo”. Ele tem de desenvolver estratégias que lhe permitam afirmar: “isto é uma notícia objectiva, impessoal, imparcial”. De igual modo, os editores e a administração do jornal sentem que têm de ser capazes de afirmar que o conteúdo do jornal é “objectivo” e que a política informativa e a política editorial são distintas uma da outra” (id., ib., p.88).

Em televisão, a objetividade se constrói de outras formas, sem ser o lide e a pirâmide e invertida. Becker (2005) considera como os principais elementos nas reportagens de TV os textos gravados em *off*²⁵. “A estruturação do texto na terceira pessoa é capaz de produzir um sentido de objetividade, de modo a manter a enunciação afastada do discurso, como garantia de imparcialidade” (p.71). A autora elenca também outros elementos como o povo-fala, recurso de entrevistar as pessoas na rua, que, muitas vezes, não acrescentam informações sobre o que já foi dito mas reforçam falas anteriores, e a passagem²⁶ do repórter. Em relação à passagem, Becker dialoga com Coutinho (2012) para quem a objetividade na TV se dá pelo conceito do “efeito de presença” (RÓGLAN e EQUIZA *apud* COUTINHO, 2012). É que a presença do repórter no local onde algo aconteceu

²⁵ Importante explicar aqui que o *off* nesse caso não se refere à fonte que passa as informações confidencialmente, o *off the records*. Aqui, *off* é um dos elementos de construção da reportagem de televisão. *Off* é o texto narrado pelo repórter enquanto sequências de imagens são mostradas e ele não está em quadro. Importante explicar que um VT (matéria-padrão do telejornalismo) é dividido em três partes principais: a passagem – o momento que o repórter de TV aparece em quadro dando alguma informação; o *off* – texto lido pelo repórter sem que ele apareça, sendo coberto por imagens de apoio; e as sonoras – entrevistas, momento em que a fala não está com o repórter.

²⁶ Como explicado na nota de rodapé acima, o momento em que o repórter aparece na imagem em reportagens pré-gravadas dando alguma informação.

passa uma maior sensação de verdade no que é relatado. O jornalista se torna testemunha do ocorrido. Para Rezende (2000), a principal marca da objetividade no texto telejornalístico é a imagem. “A força da imagem icônica é tão grande que, para muitas pessoas, o que a tela mostra é o que acontece, a realidade” (p.76). A linguagem verbal deve ser casada com aquilo que a câmera mostra para reforçar aquilo que é mostrado. Muitos autores defendem um “entrosamento” entre palavra e imagem. Outros aspectos da objetividade estão no trabalho de Vizeu e Correia (2008). Eles afirmam que a produção de conhecimento no telejornalismo acontece por meio de cinco “operações / construções” jornalísticas: as de atualidade, as de interpelação, as de leitura, os operadores didáticos e as de objetividade.

As operações/construções de objetividade – estão intimamente relacionados com os operadores anteriores (atualidade), uma vez que uma das principais preocupações do jornalismo é tentar reproduzir o fato tal como ocorreu. É garantir que o que está sendo relatado é verdadeiro: o culto da objetividade e da independência do jornalismo. A separação entre *comments* (comentários, opiniões) e *news* (notícias) acabou contribuindo para o mito da objetividade que até hoje é uma das bases do jornalismo contemporâneo (p.23).

A ideologia da objetividade trouxe contestações quase que simultaneamente com a sua enunciação. Foram movimentos que renunciaram à ideia de que para contar um fato, o texto jornalístico precisa ter lide, ser escrito em pirâmide invertida e ter frases objetivas e precisas. Alguns autores defendem, por exemplo, a importância de inserir questões relacionadas ao afeto no relato noticioso.

No caso do acontecimento, o que se sugere aqui é que ele deve ser compreendido (hoje mais do que nunca, na era das imagens e dos dígitos), para além do registro simbólico, no registro afetivo do mundo. Quer dizer, não se põe em jogo apenas a lógica argumentativa das causas, mas principalmente o sensível de uma situação, com sua irradiação junto aos sujeitos e a revelação intuitiva do real que daí poderá advir. Assim, em vez da mera transmissão de um conteúdo factual, se trata da conformação socialmente estética de uma atitude (SODRÉ, 2009, p.68).

O afeto pode ser uma estratégia para romper com a objetividade no dia a dia da produção jornalística. Mas a busca por ele não foi a única ruptura do jornalismo com essa ideologia. Nos Estados Unidos dos anos 1960, um movimento de jornalistas decidiu assumir uma posição mais próxima daquilo que escreviam, registrando observações pessoais e narrando as histórias, muitas vezes, em primeira pessoa. É a corrente do *new journalism*, em português, novo jornalismo, sendo também traduzido esse movimento como “jornalismo literário”. Esses textos, em sua maioria de grandes apurações e reportagens imersivas, influenciaram mesmo que indiretamente a rotina de construção da notícia. Schudson (2010) afirma que os

jornais começaram a dar mais espaço para as reportagens interpretativas e também para o estilo de redação das revistas. No Brasil, esse fenômeno floresceu com o surgimento de revistas como *Realidade* (1966). O jornalista Audálio Dantas foi um dos profissionais que aqui no Brasil foram influenciados por esse jeito de contar histórias. Em uma reportagem em 1963, para a Revista *O Cruzeiro*, Audálio começa a matéria com uma descrição. Não há lide, as informações estão distribuídas ao longo do texto, como em um romance.

Dentro das fronteiras do Juqueri, o repórter sente que está numa encruzilhada da profissão: olha para todos os lados, perde-se no meio da tragédia e conclui que não é possível fazer uma reportagem comum, dessas de contar simplesmente o que vê. Porque não é possível contar. Tudo aquilo que a gente em aprendendo desde os tempos de “foca” se desmorona aos nossos pés.

Um bom repórter – manda a regra – deve obedecer a cinco mandamentos para fazer uma boa reportagem: “o que”, “quem”, “onde”, “como”, “por quê”. Mas “que” é o Juqueri? “Quem” é o responsável pela chaga? “Onde” se vive, como aqui, em condições tão degradantes? “Como” se pode explicar a tragédia desses nossos desamados irmãos loucos? “Por que” ninguém, até hoje, tomou providência? (DANTAS, 2012, p.50).

Dantas brinca com as perguntas do lide para escrever os dois primeiros parágrafos de sua reportagem sobre as más condições em que estavam pacientes psiquiátricos em um hospital em São Paulo. No início do texto, não havia respostas, mas sim, indagações que fazem o leitor se sentir motivado a continuar lendo a história.

Além do jornalismo literário, Schudson (2010) destaca ainda o jornalismo investigativo como outro movimento de ruptura com a objetividade. O caso Watergate, revelado pelo jornal *Washington Post*, foi o de maior destaque da década de 1960. Apesar de não romper com o ideal de busca pela verdade, o jornalismo investigativo ignora as convenções objetivas. “Enquanto o jornalismo literário contrapõe a paixão à objetividade ‘fria’, a tradição investigativa distingue sua agressividade da passividade da reportagem objetiva” (SCHUDSON, 2010, p.220). A ideia era ir além das manchetes de primeira página: aprofundar nos fatos já relatados o que teria acontecido por trás das versões oficiais emitidas pelos profissionais de relações públicas e assessoria de imprensa. O principal foco desse novo estilo eram os escândalos de corrupção. E, isso, gerou incômodos. “Agora surgiam reclamações contra operações jornalísticas, formuladas por líderes políticos ou romancistas sofisticados, além de pessoas comuns, perturbadas pelas ameaças à privacidade” (BRIGGS e BURKE, 2006, p.208).

2.4.2.

A edição

Quando alguém lê um jornal, não observa apenas o texto. Fazem parte dessa leitura o título e o subtítulo, as legendas da foto, as artes se houver, a forma como o texto é dividido. “O leitor recebe um segundo tipo de instrução contido no próprio texto: a edição. A disposição na página, a ilustração, os cortes produzidos na narrativa, a tipologia empregada, a diagramação, tudo indica um leitor e uma forma de leitura” (BARBOSA, 2007, p.56). O processo de edição, muitas vezes, é silencioso: ninguém vê o trabalho do editor. Enquanto na televisão, os repórteres e apresentadores mostram os rostos em quadro e nos jornais e nos rádios eles assinam as matérias, o editor ninguém sabe quem é. Na cadeia produtiva, o repórter que está na rua não consegue dar conta de todas as etapas do processo a tempo do fechamento. Aí entra o trabalho do editor: ele revisa o texto do repórter, complementa o que for necessário e acompanha as demais etapas (escolha de imagens, produção de artes, pedidos de pesquisa) pelas quais a reportagem passa antes de ser publicada ou colocada no ar. “O ato de editar é um conceito jornalístico moderno, sobretudo no campo das revistas; o editor, além de cuidar do texto, enriquecendo-o, promove sua adequação às ilustrações e ao visual da matéria” (DINES, 2009, p.129). Na definição do Manual da Folha de São Paulo, o editor é o “primeiro leitor”: “O editor é, na rede de produção de um jornal, aquele que mais próximo está do interesse do leitor. Privilegiado, portanto, porque é o primeiro leitor, o editor deve ser também o primeiro crítico do trabalho realizado (...)” (MANUAL..., 2010, p.36).

Em redações de jornais, revistas e onlines, o editor exerce cargo de liderança. É ele que sai da reunião de pauta, da qual participa a chefia da redação, com as orientações sobre abordagens e enquadramentos que cada tema acompanhado deve ter.

Ao mesmo tempo em que toma conhecimento dos temas principais a serem publicados, o editor deve se dar conta do espaço de que dispõe para a publicação das notícias, deve verificar fotos e infográficos de maior destaque a serem utilizados e saber quais os principais fatos que estão sendo reportados pelas demais editorias do dia. Uma boa edição nasce da capacidade de estabelecer nexos coerentes e contextualizações firmes e compreensíveis para o leitor. Nasce também da capacidade do editor apostar, desde a pauta, em hipóteses, conceitos e fatos que ele ou membros de sua equipe tenham julgado os mais inéditos ou relevantes para serem reportados, investigados ou criticados (id., ib., p.34).

A edição é a ponte entre o repórter e a chefia de redação. E geralmente é especializada em temas, as “editorias”. Essa divisão tem o intuito de permitir que os jornalistas se especializem em determinados temas e também organizar a estrutura física de um jornal ou de um portal.

Lembro que quando fui estagiário do Jornal O Dia entre os anos de 2010 e 2011 era uma obrigação do repórter que estava na rua dar retorno ao editor às cinco da tarde. O retorno nada mais era que uma conversa em que o repórter explicava o que já tinha conseguido e o que ainda planejava conseguir dentro do que foi proposto e pedido antes dele sair da redação. Isso era repassado pelos editores à chefia de redação para que esta determinasse o espaço e a localização que cada reportagem teria no jornal do dia seguinte. Não se passaram muitos anos e esse processo mudou. Moretzsohn (2014) mostra que no Jornal O Globo, principal concorrente do Jornal O Dia, a integração entre as redações do jornal físico e do produto digital modificou a relação repórter-editor. Agora, os editores acompanham todo o fluxo de produção das notícias ao longo do dia.

Na rotina tradicional, o trabalho começava pela manhã, mas se intensificava a partir do meio-dia até o fim da tarde. Os editores chegavam a partir das 9h. A internet, entretanto, começa a “bombar” logo no início da manhã, quando as pessoas procuram informações de serviço, especialmente sobre as condições do trânsito. A nova rotina exige que os editores cheguem às 7h, reúnam-se com suas equipes e, às 8h, participem da primeira reunião com um dos editores executivos, para a organização do noticiário on line. Ao meio-dia e às 16h, mais duas reuniões – sempre precedidas de reuniões com as respectivas editorias –, voltadas respectivamente para o planejamento e a definição da edição impressa. A primeira página fecha às 19h. Duas reuniões durante a semana, às segundas e quintas, cuidam da edição dominical, que, como já ocorre há muitos anos, fecha antecipadamente às sextas (MORETZSOHN, 2014, p.65).

Não há mais fechamento único. Na internet, textos são “fechados” e publicados a todo instante. No entanto, a cada duas horas é necessário haver algo “quente”, o que no jargão jornalístico significa uma boa nova notícia, para que a manchete do site seja alterada.

As “viradas” (atualizações) do site devem ocorrer a cada duas horas. Doria diz que se trata de uma recomendação, não de uma obrigação, para as chamadas “editorias de cabeça” – as editorias diárias, de cidade (Rio), nacional, esportes, economia, internacional, cultura, sociedade. (id., ib., p.66).

A partir do trabalho de Moretzsohn (2014), é possível perceber que a edição muda de configuração nas empresas jornalísticas com o fortalecimento das versões online. Ela deixa de ser um trabalho que acontecia prioritariamente após a construção da

reportagem e assume um caráter de simultaneidade com a construção da notícia. Enquanto o jornalista apura e escreve, o editor auxilia e revisa o texto.

Barsotti (2012) acompanhou o trabalho dos editores responsáveis pela *home*, a capa dos sites. Essa função é recente e esse profissional lida com os diversos editores setORIZADOS (responsáveis pelas editorias) para descobrir do que está sendo produzido pelas suas respectivas editorias o que vale um espaço na capa principal do site. As “vendas”, ou seja, as sugestões, acontecem por e-mail e a função desse editor de *home* se assemelha ao de um selecionador – ele diz sim ou não para cada reportagem sugerida. Esse profissional é responsável também por ele mesmo “vender”²⁷ o que tem de mais interessante no seu site para o portal no qual está hospedado. No caso dos jornais analisados por Barsotti, é a Globo.com²⁸.

Nas emissoras de televisão, o trabalho de edição é semelhante. Os editores são os responsáveis por colocar a matéria jornalística no ar. São eles que cuidam dos pedidos de arte e imagens de arquivo, dos pedidos de apuração feitos pela redação e também da seleção das imagens e da supervisão do processo de montagem. Ao editor, cabem muitas escolhas e, segundo Becker, “perceber as escolhas realizadas na produção dos sentidos implica em compreender a associação entre texto e imagem, a base da televisão e, no telejornalismo, a base da notícia televisiva” (2005, p.69). Apesar dessa multiplicidade de tarefas, a principal função do editor de TV é “fechar”, ou seja, construir, o texto com o repórter. Essa construção é negociada. Ambos discutem e avaliam quais informações entrarão no *off* e quais ficarão para a passagem. O *off* será o fio condutor da reportagem e o texto que apresenta é fundamental para que haja o casamento entre texto e imagem.

A narração em *off* tem a função operacional de concatenar e transmitir, de alguma maneira, uma determinada sequência de apresentação da informação trabalhada na edição, na montagem dos VTs. Mesmo quando se parte da imagem para contar e precisar o que se vê, a fala confirma o que é mostrado na tela, procura conduzir a leitura audiovisual do receptor (id., ib., p.71).

A importância do editor na montagem de uma reportagem de TV leva em conta também outros aspectos. Como a estrutura dos processos televisivos é mais

²⁷ Aqui, sinônimo de sugerir.

²⁸ Muitas versões online de jornais estão hospedadas em portais mais abrangentes – que apresentam desde notícias a conteúdo de entretenimento e esporte. O Jornal O Dia, por exemplo, está hospedado no portal Ig; a Folha de São Paulo no portal Uol. Esses portais podem ou não pertencer ao mesmo grupo de comunicação. No entanto, isso não é uma regra. Como também não é regra, os jornais estarem hospedados em portais. O Estado de São Paulo e o Correio Braziliense têm sites independentes.

grandiosa – envolve diversas equipes nas ruas e vários jornalistas apurando da redação – é importante que a edição organize essas diversas frentes de trabalho para que o VT fique pronto a tempo do telejornal ir ao ar.