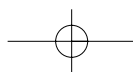
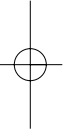
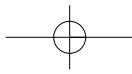
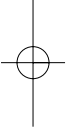
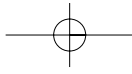


**Quem?  
Quando?  
Como?  
Onde?  
O quê?  
Por quê?**

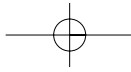




**Quem?  
Quando?  
Como?  
Onde?  
O quê?  
Por quê?**

Maneira prática de escrever  
um texto jornalístico e satisfazer  
as curiosidades do mundo

***Edgard de Oliveira Barros***



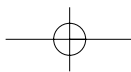
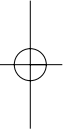
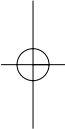
Copyright 2002 Edgard de Oliveira Barros

**Projeto Gráfico, diagramação  
e Ilustrações**

JEAN TAKADA  
Fone 4412-1986

**Impressão**

IMPRENSA DA FÉ  
Rua Ferreira Viana, 828 - Socorro - São Paulo  
Cep 04761-010  
Fone (11) 5548-4311



# **Gratidão**

*Ana Maria Bregeiro B.*

*Aguinaldo José Berloff  
Alfredo Arruda Pereira  
José Antônio de Oliveira  
Nabi Abi Chedid  
Roney César Signorini  
Rubens Carvalho  
Sérgio Mantovaninni*

**corações abertos**

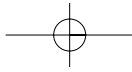


**Quem?**

**Quando?**



**Como?**

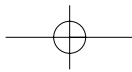
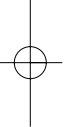


## ***Agradecimentos***

*Professores Ana Tereza Pinto de Oliveira,  
Arquimedes Pessoni, José Marques de Melo  
Rosângela Maçolla.*

## ***Para***

*Thelma, Edgard Jr., Karina,  
Felipe, Diego,  
Luca e Gabriel.*





**Onde?**



**O quê?**



**Por quê?**



## ***Prefácio***

Este trabalho destina-se aos jovens que estão ingressando no Jornalismo, cursando os primeiros anos da faculdade. É meramente informativo e nasceu da prática, fruto da experiência de longos anos do autor como jornalista e professor. Alguém que já esteve (e está) dos dois lados do balcão

Pretende, ao longo de suas páginas, mostrar, aos que estão principiando nesta carreira maravilhosa, os emocionantes caminhos que levam o jornalista a penetrar nas entranhas do mundo, viver suas paixões, seus medos, seus desafios e suas baixezas.

O jornalista está presente em tudo. Ele representa os olhos da sociedade, como diria o professor Roney César Signorini. Ele vê, ouve, capta ansiedades, sofrimentos e alegrias, busca verdades escondidas nos cantões e joga o ouro garimpado, em forma de histórias, para que todos tomem conhecimento Quixotesco, busca a Justiça. Erra e acerta, pois é falível. Afinal de contas, ele é apenas um ser humano como todos. A diferença está em ser o mais curioso entre os viventes.

## ***A atitude do divagar com pressa***

"Iá-Iá, ô Iá-Iá; minha nêga não sabe o que eu sei. Os lugares por onde eu passei. Quando eu contar, Iá-Iá, você vai se pasmar!"

O repórter é assim, meio Zéca Pagodinho, meio Paulinho da Viola, meio Martinho da Vila, poetas, contadores de histórias. Não mais que isso: meio poeta, contador de histórias. E quando ele contar, Iá-Iá, você e muita gente vão se pasmar!

Ah! as histórias do mundo. Engraçadas, tristes, amargas, doces histórias. Histórias de amor, histórias de humor, histórias da bolsa de Nova York, ou do roubo da bolsa da velha senhora que viajava no Metrô. São tantas as histórias, tão parecidas e ao mesmo tempo tão diferentes, que seriam necessários milhões de jornalistas, milhões de cantores, milhões de poetas para contá-las.

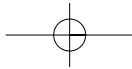
Claramente alguns vão contestar essa definição de que o jornalista é um contador de histórias. Tenho a certeza de que todas as bandeiras, todas as razões que a razão conhece serão levantadas. Para muitos, o jornalista deve ser mais que um contador de histórias. E por que não? Não duvido e nem discuto. Em favor da minha tese explico que boa parte dos textos escritos "no hoje" serão os referenciais para grandes histórias que serão consagradas nos livros de amanhã. Os jornais e revistas se alinham entre as melhores fontes de pesquisa.

Contador de histórias, ou qualquer outra definição que se queira dar, o jornalista é, na verdade, um ser sensível, meio louco, meio poeta, angustiada, comprometido com os seus ideais. Uma pessoa ansiosa que quer ver e ouvir tudo, sentir, conhecer, saber, para poder contar, denunciando quando for o caso, para o maior número possível de pessoas.

No fundo, no fundo, e acima de tudo, o jornalista é o grande curioso que busca histórias do mundo, num mundo onde os curiosos fazem a maioria.

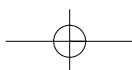
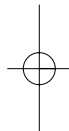
O jornalista tem que ser o mais curioso desses curiosos entre bilhões e bilhões de pessoas que morrem do mal da curiosidade. Isso, para não falar da curiosidade dos cães, dos gatos, dos macacos e de outros bichos.

O mundo, vasto mundo, velho mundo, continua buscando respostas para todos os "por quês?", os "quem?", os "como?", os "quando?", os "onde?". O jornalista sai pela estrada da vida perguntando e procurando essas respostas. Porque ele é curioso, porque não sabe tudo, pergunta para quem entende e para quem tem o que dizer ou explicar.



Capta palavras, gestos, sensações, emoções, explicações. Transforma o que ouviu em histórias e joga no mundo. Doces histórias, amargas histórias, graves histórias que podem alterar situações, despertar paixões, determinar prisões, enriquecer, empobrecer, mudar destinos, derrubar governos.

Como num grande círculo vicioso, o vasto, velho e curioso mundo adora e consome com a sua curiosidade, as histórias que ele mesmo cria e conta para jornalistas que tenham muita inspiração e toda a transpiração para buscá-las e ouvi-las.





## ***O Jornal, esse veículo sagrado, deveria ser leitura diária e obrigatória***

As histórias estão aqui e ali, bem perto e distantes no mundo. Só é preciso buscá-las apurá-las e contá-las. Publicá-las como são e como foram vistas e ouvidas, da maneira que aconteceram no veículo de comunicação mais precioso que o homem já inventou: o jornal.

Digno de uma credibilidade invejável, houve tempos (e talvez ainda seja assim), que as pessoas só acreditavam nas notícias quando publicadas no jornal. E, se alguém duvidasse, sempre haveria quem, por perto, dissesse categórica e definitivamente: "Isso está no jornal!". Virava lei. A propósito, no Brasil, as leis só entram em vigor quando publicadas. Seja no jornal oficial, seja nos jornais de grande tiragem e até mesmo nos pequenos jornais que circulam diariamente, semanalmente, quinzenalmente ou até mensalmente nas pequenas cidades.

Lei que tenha sido aprovada, sancionada mas que não tenha sido publicada, não é lei no Brasil. Por aí se vê a importância do velho jornal de tantas guerras e tantas notícias. As notícias também são divulgadas, claro, pelas emissoras de rádio, pelas emissoras de TV, pelas revistas, pela Internet, mas, para ganharem a amplitude que às vezes merecem, têm que ser publicadas no jornal. Tanto é que todos os veícu-

los que divulgam qualquer tipo de informação fazem questão de usar a palavra "jornal" em seu noticiário.

O jornal impresso possui um charme todo especial. Só ele oferece ao leitor aquela sensação do poder ler a notícia fresquinha, aparentemente impressa na hora, especialmente para aquele leitor que foi à banca adquirir o seu exemplar.

Quando se fala em jornal, vem à mente aquela imagem que o cinema, especialmente aqueles filmes antigos, não se cansaram de mostrar. Enormes rotativas virando, aquele papel ganhando letras, palavras, ilustrações, as páginas passando rapidamente, formando cadernos, formando o jornal, montes de jornais empilhados, amarrados. Alguém vem e os coloca em caminhões e os entrega nas bancas. E as manchetes explodem.

Essas imagens não se apagam da mente das pessoas. Como ficou gravada para sempre também, a celebre expressão: "Parem as rotativas", frase que antecipava mudanças nas manchetes, diante de acontecimentos mais dramáticos ou mais importantes, capazes de mudar a vida das pessoas.

O jornal, jornal mesmo, impresso, dificilmente perderá a sua força de informação, de convicção, de credibilidade. Que bom seria se os jornais fossem mais lidos. Que bom seria se todos os brasileiros soubessem ler. E lessem mais jornais. E pensassem mais no que os jornais dizem. Que bom se esses jornais fossem guardados e conferidos, de tempos em tempos, para um ajuste e conferência de tudo o que foi dito, escrito e mostrado em fotos e ilustrações. Os jornais são bons porque podem ser guardados. E relidos tempos depois. Eles mostram, quase sempre, que quem disse desdisse. Quem afirmou não confirmou. Quem prometeu não cumpriu.

Obra do dia-a-dia, os jornais escrevem hoje a história do amanhã. Eles são fonte de pesquisa, ponto de partida para quem, amanhã, vai contar a história do hoje e do ontem.

Importante ressaltar que o jornalista que é capaz de escrever bons textos para jornal escreverá, com muito mais facilidade, textos para noticiários de emissoras de rádio, de TV, Internet ou qualquer outro veículo jornalístico. Porque o texto do jornalista "de jornal" é um texto preciso, enxuto, claro, direto, objetivo. Qualidades indispensáveis dos textos utilizados pelo jornalismo de rádio e TV.

## ***Você acha que é difícil?***

"Adoro escrever. O meu problema é encontrar sobre o que escrever...". Essa é uma das frases que mais tenho ouvido durante os longos anos de convivência com os jovens que optaram por uma Faculdade de Jornalismo. Minha primeira reação é sempre propor um enorme Zero para quem diz isso. Me acalmo e pondero que tudo, mas tudo mesmo no mundo, é motivo para aprender. Primeiro é preciso aprender a voltar a pensar. Pensar, sempre pensar e muito pensar é fundamental. Pensar no que escrever, pensar no por que escrever. Pensar no porquê das coisas. Pensar nos porquês da vida. Pensar por que é preciso pensar e muito pouco se pensa.

Ruminar mentalmente a questão, delinear um projeto, planejar o trabalho, ordenar e depois sair pelas ruas, perguntando, ouvindo, questionando, selecionando informações. Com tudo o que foi ouvido, visto, pesquisado, pensado, sentido e bem ponderado, o texto virá, com certeza, em forma de reportagem.

"Meu problema é não saber encontrar um mote para escrever..." O próprio fato de as pessoas terem dificuldades em encontrar temas para desenvolver já daria uma excelente matéria jornalística.

Senão, vejamos: por que uns têm facilidade para escrever e outros não? Seria o jornalismo uma questão de dom, aptidão? O que é dom? O que é aptidão? O que é talento? Se somos todos iguais, por que tanta diferença? Quem? Como? Quando? O quê? Por quê? Onde?

Repararam que, pensando bem, tudo rende perguntas? Repararam como até o tema de não se saber sobre o que escrever é rico? Repararam como se chegaria a uma grande e explicativa reportagem abordando esse assunto? Para começo de conversa, pense sempre, pense muito e coloque isso na cabeça: a curiosidade do mundo não tem limites. Somos todos absolutamente carentes de informações. Apesar de muitos saberem muito sobre muitas coisas, ninguém sabe tudo de tudo. Pense muito e pense bem nisso.

Aliás, pense nisso e naquilo. Pense a quilo. Pense às toneladas, pense aos montes. Pensar é o caminho. Pensar nos porquês da vida, nas questões do mundo, no valor das coisas ou o pouco valor que as coisas possam ter.

## ***Pensando em histórias***

Pare sempre para pensar e pense sempre sem parar. Mais que um jogo de palavras, esse é o caminho para quem quer descobrir os segredos do mundo, os caminhos da vida. Olhe para o céu, olhe para a frente, olhe para os lados, olhe para o chão e pense em cada detalhe que você viu. Pense nas estrelas, na lua, nas nuvens. Que diabos fazem as nuvens penduradas lá no céu? Quem as segura lá? E essa lua prateada e envolvente que tantas paixões despertou em tanta gente e em tantos poetas? O que faz a lua nesse contexto todo? Aposto que milhões de pessoas gostariam de ouvir explicações sobre essas questões que aparentemente não passam de grandes bobagens. Cultura inútil, como dizem os inúteis. Cultura nunca é inútil. Inútil é não pensar.

Mas, falando em pessoas, quem são essas pessoas que estão ao seu lado? O que fazem? Do que vivem? Como vivem? Quais suas expectativas, seus gostos, desejos, vontades? Quem são? repito. Pois o seu companheiro de classe pode ser uma grande história que merece ser contada. Cada um de nós é uma grande história porque, apesar de sermos todos absolutamente iguais, somos todos totalmente diferentes. O que nos remete à conclusão de que o mundo tem, no mínimo, 7 bilhões de histórias para se contar. Precisa mais que isso para acabar com essa história de que você não tem histórias para contar?

Para não ir longe, lembro a história do menino sobrevivente do último tremor de terra na Índia. Perdeu país, irmãos, ficou uma semana soterrado, tinha tudo para morrer e foi salvo. Quanta coisa esse menino teria para contar dessa sua triste aventura. Fico arrepiado só em pensar na possibilidade de escrever ou ler essas tantas histórias. E você não tem histórias? E não fica arrepiado com histórias?

Arrepiado. Que bobagem é essa de professor ficar arrepiado? Não se trata de bobagem: é isso mesmo. Arrepiar é a palavra mais certa. O bom tema, a boa história começa obrigatoriamente arrepiando o seu criador, o seu autor, seu contador. Toda boa história tem que emocionar as pessoas. Tem que arrepiar. Toda vez que você não gostar de uma idéia ou de uma história que caiu em suas mãos, desista dela. Se você não se apaixonou, se você não se arrepiou com sua história, os outros nem vão querer saber do que você tem para contar.

## ***Viajando de ônibus***

Mas você não precisa ir até à Índia para encontrar uma boa história. Ela também pode estar com o motorista ou com o cobrador do ônibus em que você viaja. Pense, rumine. Você acha que é fácil a vida deles? Dirigir ou trabalhar como cobrador de ônibus no trânsito de São Paulo? Andar pela madrugada nas ruas escuras da periferia, aonde até a polícia só vai se for com a polícia junto?

Converse com o motorista, bata um papo com o cobrador. Procure entrar em sua alma. Procure se sentir um deles. Cate tudo, beba tudo, raspe o pote da emoção de seus entrevistados. Complete a sua matéria com os medos da polícia, com o lado social e psicológico do problema, através de informações de profissionais ou técnicos nessas questões. Ouça os receios das famílias que, quando os vêem sair para o trabalho, ficam na incerteza de sua volta são e salvos. Onde vive essa gente? Como vive? Quanto ganha? Isso é viver ou sobreviver? Conte. Denuncie, se for o caso.

Será que você não tem mesmo sobre o que escrever? Claro que tem. E por mais que você escreva, por mais temas que aborde, ainda assim vai ficar devendo. E muito. Porque as histórias são como a água, nunca param de jorrar. Já pensou nisso? Então pense. Porque é pensando que se chega a grandes conclusões. Ou confusões. De qualquer forma, entre conclusões e confusões, você tem a história para contar.

Fique certo de uma coisa: nada cai do céu além da chuva e de alguns aviões de carreira. Muito menos a boa reportagem.



## ***Vamos fazer um plano?***

Da mesma forma que quem procura acha, quem pensa encontra um bom tema para suas reportagens. Como já se viu, tudo é assunto para um jornalista pois tudo desperta a curiosidade do mundo. A própria curiosidade nas pessoas, ou a falta delas, já vimos, seria um excelente tema para uma grande reportagem. Afinal, por que é que somos tão curiosos? Não, não me pergunte porque eu não sei. Sou apenas um jornalista como você. E jornalista é o sujeito que sabe de tudo, mas não entende de nada. Se você tiver vontade e curiosidade de desenvolver esse tema da curiosidade do mundo, podemos andar juntos nessa estrada.

Vamos partir do zero. Por enquanto, só temos o tema: a curiosidade do mundo. Que é que precisamos agora? Agora a gente precisa pensar muito em cada detalhe e elaborar um bom planejamento para responder às perguntas básicas da questão: Quem é curioso? Por que somos curiosos? O que é a curiosidade? Quando ela se manifesta mais? Onde ela se manifesta? Como se comportam os curiosos?

Essas e outras tantas e quantas perguntas e dúvidas. Levante-as todas e, de repente, olha a pauta aí!



## ***Pauta? O que é isso?***

Pauta é uma proposta de trabalho. Da mesma forma que pode ser entendida como uma "ordem de serviço". Em termos jornalísticos, quando se fala em planejamento de reportagem está se falando de pauta. A pauta que é a "dona Pauta", Senhora Pauta, sua Majestade a Pauta, um dos maiores momentos da vida do repórter. Porque ela é o começo de tudo, o plano, o roteiro a ser seguido para que o trabalho possa ser bem executado. A pauta é o caminho bem ordenado e sinalizado, a trilha certa para que você consiga responder as perguntas básicas que levarão às respostas com as quais irá elaborar um bom texto jornalístico.

Quem? Quando? Como? Onde? O quê? Por quê? Você já parou para pensar como essas perguntinhas danadas aparecem em tudo quanto é lugar? Já parou para pensar como a vida da gente é cheia de "porquês", "quens", "ondes", "comos", "o quês", "quandos"? Pois essas são as perguntas básicas com as quais o jornalista convive e busca responder durante toda a sua vida profissional, toda vez que desenvolva um bom trabalho.

Fazer a pauta, planejar a matéria é descobrir os caminhos que levam às respostas a essas e a tantas outras perguntas.

## ***Uns sabem, outros "entendem"***

Disse agora mesmo e repito: no meu conceito, jornalista é uma pessoa que sabe de tudo, mas não entende de nada. Pense bem (de novo e sempre: pense): saber de uma coisa é uma coisa; entender dessa coisa é outra coisa, muito mais profunda. O jornalista é um "generalista", que pretende e precisa saber de tudo. Eu disse saber de tudo, que não é, necessariamente, entender de tudo. É possível que, com a prática, com a vivência, com determinação, muito estudo, muita leitura, ele poderá se aprofundar em algum segmento do conhecimento humano e até se transformar em um especialista nessa determinada questão. Poderá ser, por exemplo, um jornalista especializado em Economia. Ou em Política, Polícia, Esportes.

Não atropelemos as coisas. Por enquanto, sejamos generalistas. Mais que isso, sejamos sábios. Sábio, já dizia o grande sábio, é o sujeito que sabe que não sabe. Pela lógica, quem não sabe é curioso e pergunta. De preferência, para quem entende muito do assunto. Pela lógica também, quem pergunta obtém respostas de quem entende do assunto. E são essas respostas dadas por quem entende, conhece profundamente, que, bem trabalhadas, vão se transformar na tão esperada história. Que pode ser uma grande reportagem. O jornalista então é o sábio que sabe que não sabe.

## ***Trabalhando a pauta***

A nossa sabedoria já mostrou que não sabemos de nada sobre a curiosidade humana. Já que não sabemos, sejamos mais curiosos que o maior dos curiosos e perguntemos para quem sabe e entende do assunto. Quem é que pode entender e explicar tudo sobre a curiosidade? Talvez um psicólogo? Talvez um psiquiatra? Um padre, por que não? Enlouqueça essa idéia: pense em quem, além dos profissionais citados, poderia nos ajudar e fornecer informações técnicas e precisas sobre a curiosidade humana.

Enquanto você pensa em mais profissionais, sigamos os caminhos que já temos. Vamos ouvir um psicólogo, um psiquiatra, um religioso. E no meio de tudo isso, para dispormos de momentos de graça e leveza no texto, vamos atrás de pessoas muito curiosas que nos contem episódios pitorescos, passagens marcantes de sua vida provocadas pela sua curiosidade.

As coisas estão melhorando: já temos caminhos para o lado sério e explicativo da reportagem e temos também veredas para mostrar o lado humano do texto.

A próxima etapa é encontrarmos um psicólogo, um psiquiatra, um religioso e outros tantos especialistas em que você está pensando e procurando e que conheçam bem o assunto. É preciso que eles estejam disponíveis para nos oferecer as informações de que precisamos. E precisamos encontrar também os curiosos que nos fornecerão as historinhas que comporão o "recheio" do nosso bolo.

## ***Uma pausa para pensar***

Pauta feita, este é o momento importante: o da captação das informações. O jornalista tem que absorver o máximo de quem sabe e entende das coisas para poder montar a sua história. Já dizia Atahualpa Yupanqui, misto de cantador, poeta e filósofo argentino: "Nadie pone nada afora, se no tiene nada adentro". Traduzindo o que você certamente já entendeu: "Ninguém põe nada para fora, se não tiver alguma coisa por dentro". O repórter tem que saber do que está falando. Tem que ter sensibilidade para captar os mínimos detalhes, e entende-los todos, para não falar bobagens.

Aliás, antes que a carruagem siga seu rumo, é importante colocar aqui que o repórter tem que ser, no mínimo, muito bem informado. Sobre tudo, sobre todas as coisas. Tem que saber do tempo, tem que saber do vento, tem que saber sobre a política, sobre a economia, sobre o arroz, o feijão, o trânsito. Tem que estar sempre atualizado. Tem que ler tudo. Todos os livros possíveis e imaginários. Que abordem todos os temas conhecidos e desconhecidos.

Tem que ler no mínimo um jornal por dia. Tem que ouvir o noticiário de todas as emissoras de rádio e da TV. Tem que ler as revistas semanais. Porque ele vai ser cobrado todo o tempo. Sempre vai existir alguém que pergunte: "Como é que anda a política?". Você não tem o direito de dizer que não sabe porque essa pessoa vai retrucar: "Ué! Você não é jornalista? Jornalista tem que saber das coisas!".

Jornalista tem mesmo que saber "das coisas". Tem que ter respostas. E só tem respostas quem se abastece delas. "Ninguém põe nada pra fora se não tiver alguma coisa por dentro...". Pense, leia, atualize-se. É esse o seu trabalho, é disso que você vai viver. É essa a sua vida. Um lembrete importante: jamais diga: "eu acho que...". Você não tem que "achar" nada. Ou as coisas são ou não são. Ou é ou não é.

Diante do filho que não quer comer, a mãe (pelo menos as mães mais antigas) costumam dizer: "Come, filho, porque saco vazio não pára em pé...". Para você, que quer ser um bom jornalista eu digo: "Leia, meu filho. Informe-se, meu filho, porque cérebro vazio é corpo sem dono". A gente é o que a gente pensa. Pensamos de acordo com o "alimento" que ingerimos para o nosso cérebro. Se a gente não tem nada no cérebro, a gente não tem condições de pensar nada. Como a gente é o que a gente pensa, sem pensar a gente simplesmente não é. Pense bem: não é lógico?

## ***Voltando à pauta***

Sim, voltando à pauta. A pauta é uma bússola que tem o seu Norte. A propósito, você já imaginou um comandante de um Boeing fazendo o avião levantar vôo sem antes realizar um "check-list" da aeronave? Primeiro seria um absurdo, ele estaria correndo perigo e fazendo com que os passageiros corressem um risco enorme. Pior que isso, por não ter obedecido a essa mínima regra de segurança, muito provavelmente não chegaria ao final de sua viagem.

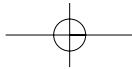
Como um avião que se prepara para decolar, não decole sem ter todas as certezas. Seu tema está bem calibrado? Seu planejamento foi bem feito? Você não se esqueceu de nada? Nunca saia sem ter segurança absoluta do que está fazendo.

Bem, vamos desligar os motores e voltar definitivamente à pauta cujo pré-roteiro já tínhamos elaborado. Nossa meta é falar sobre a curiosidade. O psicólogo, o psiquiatra, o religioso, outros técnicos, especialistas, alguém para nos dizer sobre as conseqüências de sua curiosidade etc. Muito bem: qual o psicólogo que nós vamos ouvir? Qual o psiquiatra? E o religioso? E as pessoas que nos contarão suas experiências? Vamos defini-los. Serão o dr. Fulano, o dr. Sicrano, o reverendo tal, o sr. X e dona Y. Pensemos muito e façamos um roteiro sobre as perguntas básicas que faremos a cada um deles. Ótimo. Resta saber então quando eles estarão disponíveis para marcarmos as entrevistas e irmos a campo. Não, ainda não.

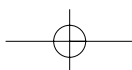
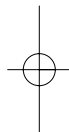
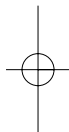
Antes de sair para a luta é muito importante que você faça um pré-estudo de cada um dos entrevistados. Quem é o dr. Fulano? Quem é o dr. Sicrano? E o reverendo? E o sr. X e dona Y? Quem é essa gente?

Procure saber o máximo sobre eles; o que pensam, como agem, como se comportam, seu passado, como se destacaram, suas conquistas na vida, prêmios que já ganharam, seus sonhos, suas projeções, etc. Quanto mais você souber sobre os seus entrevistados, maior o leque de perguntas que poderá fazer. Sabendo mais, você poderá tirar mais de cada um deles.

Outra coisa muito importante é realizar suas entrevistas "ao vivo", cara-a-cara, olho-no-olho. O telefone, a internet são muito bons, muito rápidos, muito práticos, mas não permitem que você veja "a cara" das pessoas, suas expressões, tiques nervosos. Não permite que você "sinta": "Esse cara está mentindo...", por exemplo. No cara-a-cara, no olho-no-olho, você não perde nem um detalhe. Foi para isso que você estudou, pelo menos um pouco de psicologia, não foi? Foi para analis-



ar o ambiente, tiques, taques e toques de cada pessoa. O jornalista precisa ter um termômetro pessoal que sinta a temperatura do seu interlocutor. Raciocine sobre tudo isso e vamos em frente.



## ***Olhe só que detalhe***

Eu disse agorinha mesmo que você deve procurar conhecer antecipadamente, ao máximo possível, o seu entrevistado. Estou me lembrando de um episódio mais ou menos recente da história brasileira, quando um repórter foi entrevistar o presidente Fernando Henrique Cardoso. Ele teve a preocupação de estudar tudo sobre o presidente. Sua história, sua vida, seus discursos no passado, seu comportamento social, seus livros e por aí vai.

Durante a entrevista (e em função das mudanças comportamentais de Fernando Henrique, intelectual de esquerda, sociólogo, professor, escritor que se transformou no presidente que, agora, aparentemente, não segue, no governo, o que sempre pregou e escreveu durante a sua vida) com muita argúcia, o repórter questionou: "Por que tanta mudança?". Meio sem saída, o presidente Fernando Henrique Cardoso disse a frase que se tornou célebre: "Esqueçam o que eu escrevi!". Quem está preparado, consegue essas coisas...



## ***Exemplos orientais***

Na década de 80 estive no Japão, a convite do Ministério de Relações Exteriores daquele país. Vendo fábricas, parlamentos, museus, templos e tantas outras atrações tão lindas, percebi, quando visitava os inúmeros famosos e formosos templos japoneses, que todas as pessoas chegavam com livros nas mãos. Elas liam e contemplavam cada detalhe de cada templo, balançando a cabeça afirmativamente, como que confirmando alguma coisa. Perguntei ao meu guia os porquês desse comportamento. E ele explicou: "Quando os visitantes chegam aqui, já leram tudo sobre o que estão vendo. Já sabem a história do templo, já sabem como foram construídos, quem construiu e todos os seus detalhes. De alguma maneira estão só checando e vendo ao vivo tudo aquilo que já leram e só imaginavam...".

Enquanto eu me admirava com o fato de os japoneses estarem conhecendo tudo aquilo que já estavam cansados de saber, meu guia perguntou: "Você deve ter recebido um livro mostrando e falando de todas essas belezas, não recebeu?". Tinha recebido sim. Esse e tantos outros livros me foram dados pelo pessoal do consulado japonês, em São Paulo, para que eu os lesse e pudesse entender melhor o Japão que iria visitar. Minha desatenção, o fato de não ter "bebido" todo aquele material com a antecedência necessária, fez com que eu perdesse pelo menos a metade do entendimento que poderia ter tido sobre o Japão.

Resumindo: aprendi que o repórter bem preparado enxerga melhor e vê mais.

## ***E a curiosidade, como vai?***

Voltemos, de novo, à pauta, agora que já sabemos que devemos conhecer ao máximo os nossos futuros entrevistados. Um detalhe importante é honrar sempre os seus compromissos. Procure chegar na hora certa.

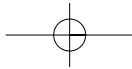
De preferência, e se o entrevistado permitir, utilize um gravador para não perder nenhum detalhe. A propósito, se você usar o recurso do gravador, alerte o seu interlocutor. Ele precisa saber disso. É uma questão ética.

Procure apreender o máximo das respostas que ele oferecer. Ouça e pense. Pense muito. Uma resposta pode abrir espaço para outra pergunta. Um detalhe poderá enriquecer o seu trabalho e, às vezes, pode até mudar o rumo da proposta de sua pauta. Importante é você lembrar que o repórter pergunta, o repórter não debate. Quem conhece o assunto é o entrevistado, razão por que não há o que contestar ou debater. Até porque a informação é dele, a opinião também é dele.

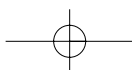
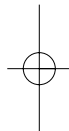
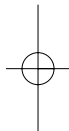
Claro que você pode (e deve) fazer perguntas mais fortes, capciosas e até colocar o seu entrevistado em situação mais delicada. Quem entende do assunto em pauta é ele; ele é quem vai responder. Certo ou errado, o conhecimento sobre o assunto e a responsabilidade pelas respostas são dele.

Mesmo que você tenha que escrever um texto de no máximo 30 ou 40 linhas, procure captar material suficiente para escrever um livro. Pergunte tudo e não deixe nada para trás. Se você não entendeu alguma colocação de seu entrevistado, peça explicações. E torne a perguntar se preciso. Ele pode até estar errado, mas você não pode transmitir uma informação furada. Nunca deixe dúvidas para trás. Não existem perguntas tolas ou óbvias. O que é óbvio para você e para o entrevistado, pode não ser para o seu leitor. Aproveite, seus entrevistados estão aí, disponíveis para você. Não dá para esquecer de nada. Não dá para falhar. Esse é o momento do pênalti. Bata e faça o gol, antes que a partida termine.

Quando possível, para não dizer sempre, busque mais fontes, mais pessoas falando sobre o mesmo assunto. É a questão do "ouvir o outro lado". Como ninguém é dono da verdade sempre haverá alguém discordando do seu entrevistado, mostrando que as coisas que ele disse não são bem assim como foram mostradas. Além de ser democrático, o contraditório alarga a discussão do problema e oferece a oportunidade de todos colocarem os seus pontos de vista.



Ouvindo o "outro lado" você poderá estar também obtendo outras versões sobre a mesma questão. Quanto mais polêmica as respostas provocarem, melhor para você e para os seus leitores pois serão oferecidas leituras diferentes sobre o mesmo assunto.



## ***Começando tudo de novo***

Como se viu, a coisa não é tão difícil como parece. Tudo é questão de pensar, organizar e planejar. Descoberto o tema, no caso, a curiosidade geral, fizemos uma pré-pauta, ou um pré-planejamento para desenvolver esse assunto. Depois, deve-se ouvir, captar o material necessário para a reportagem, checar tudo, apurar tudo.

Na sequência desses procedimentos, teoricamente já estaremos prontos para escrever a nossa matéria. Mas, antes de atingirmos esse momento tão sublime, que é o desenvolvimento da reportagem, vamos dar um tempo, vamos consolidar tudo aquilo que já aprendemos.

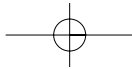
Em outras palavras, vamos pensar um pouco mais, buscar novas situações, encontrar as angulações ideais para esse tema, exercitar, enfim, o que aprendemos.

Já vimos, já aprendemos, já conceituamos, estamos cansados de saber que o mundo é dos curiosos. Que as pessoas morrem de curiosidade sobre tudo. E que essa curiosidade nos dá campo para buscarmos um número incontável de reportagens. Tudo começa com o pensar. Vou escrever sobre o quê? Vou escrever sobre água. Água? Apesar de ser um bom tema, o assunto água é muito abrangente. Água o quê? Do quê? Pra quê? Água no corpo humano? Água no mundo? Água da chuva? Das represas?

Invariavelmente as alternativas dos temas são múltiplas. O caso da água, por exemplo, é especialmente abrangente. Razão por que a nossa primeira etapa no trabalho de elaboração da pauta deverá ser a angulação do tema. Ou o enfoque que vai se dar a esse assunto.

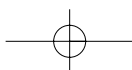
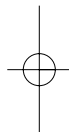
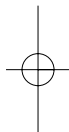
A angulação do tema, deverá estar de acordo com o contexto em que ele será utilizado. Ou seja, se você vai escrever para uma revista especializada em assuntos hídricos, em saneamento, dirigida para um público seletivo como engenheiros, técnicos que militam nesse segmento, sua angulação deverá ser a mais técnica possível. Alguma coisa, por exemplo, como a descoberta de uma técnica de abertura de poços artesianos, a custos extremamente baixos, no sertão do Ceará. Mais claramente, você deverá focar os detalhes que sejam relevantes para o público que quer atingir. Falar para esse público composto exclusivamente por técnicos no assunto e dizer que 75% do planeta Terra é composto por água é, realmente, chover no molhado, concorda? Mesmo sabendo que só 2% dessa água é doce e que, dessa porção, só 1/3 é potável.

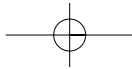
Grave isso muito bem: o público a que se destina a sua reportagem,



o contexto onde ela será utilizada, é que determinará a possível angulação do tema que você quer desenvolver.

Você tem de falar a coisa certa, no momento certo, com a linguagem certa, para as pessoas certas. Imagine colocar o Pavarotti para cantar no Rock'n Rio. Vai dar zica, não vai? Pense no tema buscando sempre o melhor enfoque para o contexto onde sua matéria será publicada.

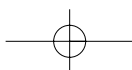
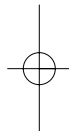
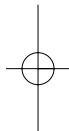




## ***Retomando, repisando e insistindo na pauta***

Felizmente não existe uma fórmula matemática para elaborar uma pauta. O jornalista é livre para escolher o assunto que irá tratar em suas reportagens. Ele trabalha com a emoção e a emoção não se dá muito bem com a racionalidade. Deixemos claro que a pauta representa o momento de maior criatividade do jornalista. É o caminho que conduz à história que ele vai buscar para contar. É o ordenamento, o roteiro, a materialização da proposta de uma boa história.

Já vimos insistentemente que a pauta é uma verdadeira ordem de serviço, a encomenda de um trabalho. Ao mesmo tempo que é um roteiro, é o necessário planejamento, fundamental para que a história seja devidamente pesquisada, apurada e bem contada.



## ***O tema, começo de tudo***

Atento 24 horas aos detalhes do mundo, o repórter é um eterno garimpeiro de histórias. Pensando sempre, contemplando, ruminando as curiosidades e os detalhes desse mundo curioso, o repórter deve ser insaciável na busca dessas histórias.

Os bons garimpeiros, os bons repórteres, os que sabem captar as ansiedades e curiosidades latentes em cada ser humano, não demoram muito em bater de frente com um bom assunto. Guarde isso para sempre: uma flor, um galho, uma árvore, um olhar, um sorriso, um choro, um acidente, um incidente, tudo, absolutamente tudo, pode se transformar em um grande tema, um grande assunto, uma bela história, uma reportagem marcante. A questão é saber "ver", saber sentir, saber projetar, saber planejar.

Como costuma dizer a professora Edith Modesto, "é preciso ter olhos de enxergar". Ou ainda, conforme ressalta o professor Roney Signorini, "a sociedade não vê sem os olhos do jornalista".

## ***Coisas do mundo, minha nega***

Para quem ainda tem algum tipo de dúvida sobre a pauta ou sobre o encontro de temas para abordar em suas reportagens, volto a insistir que o repórter é um buscador e um contador de histórias. E as histórias estão por aí, esparramadas pelo caminho da gente.

Paulinho da Viola, magistral poeta e sambista, escreveu, não faz muito tempo, uma canção maravilhosa que define muito bem a postura dos sensíveis. Diz ele: "...as coisas estão no mundo, só que eu preciso aprender...". E contar, acrescento eu. E nesse samba, que se chama "Coisas do mundo, minha nega", Paulinho desfila o seu lado repórter. "Hoje eu vim, minha nega, como venho quando posso, falar das coisas do mundo...", vai narrando o poeta, contando que encontrou com o Zé, com o Mané, com um mundo de pessoas. Umas tristes, outras alegres, esperançosas ou até mortas. Para cada uma delas ele faz um verso para minorar as dores ou alegrar espíritos, conforme a situação. Uma verdadeira reportagem criada a partir da observação de olhares e comportamentos. Coisa de poeta, coisa de pessoa sensível.

O jornalista deve ser meio poeta também. E acima de tudo sensível. Deve ver um mundo de sonhos onde normalmente as pessoas comuns só vêem um vestido, como diria um outro poeta. As coisas estão no mundo, só é preciso saber ver. Pense sempre, veja sempre, veja tudo.



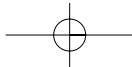


## **Os mendigos e seus cachorros**

Quantas vezes você já cruzou com mendigos que perambulam pelas ruas vivendo de restos? Você chegou a reparar que um mendigo nunca está sozinho? Viu como ele está sempre acompanhado de um cachorro? Isso não lhe sugere uma bela história? "O mendigo e seu cachorro!" Dá reportagem e dá até filme! Ou não dá?

Você pode argumentar que essa história já foi contada ou já foi mostrada exaustivas vezes. Não vou contrariá-lo. No entanto, garanto, alguma coisa deixou de ser dita. Um detalhe, uma minúcia, um nada, um trisco, um risco não observado, faltou ser dito. Vá atrás e faça a sua história, contada do seu jeito. Depois do teórico, mas provável amor entre Adão e Eva, primeira manifestação de carinho entre um homem e uma mulher, pouco se poderia falar sobre o relacionamento entre homem e mulher. No entanto, não há tema mais batido e rebatido em todo o mundo quanto o amor entre homem e mulher.

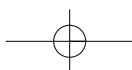
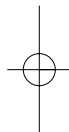
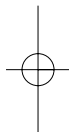
Depois de William Shakespeare ter escrito uma obra do porte de "Romeu e Julieta" o que mais se poderia falar sobre o relacionamento entre homem e mulher? E veio o "Love Story", por exemplo, para não ir longe. E veio o "Titanic" e vieram tantas e tantas novelas que encheram de emoção e provocaram lágrimas em leitores e espectadores de grandes livros, grandes filmes, grandes novelas da TV. O amor, o relacionamento entre homem e mulher é tema eterno. A emoção não muda nunca, os detalhes é que são diferentes. Pense, busque, encontre você os detalhes da vida.



## ***Levando o tema em frente***

Como já foi dito, felizmente não existe uma maneira matemática de formular uma boa pauta. O importante é que, a partir do tema que se vai abordar, se faça uma boa angulação ou, por outra, que se busque o melhor enfoque para ele.

Digamos que o tema escolhido seja: "O mendigo e seu cachorro". Que angulação daremos a esse tema, qual o enfoque que daremos a essa história? A angulação, o enfoque ideal se tornam necessários porque todo tema, todo assunto, envolve milhares de interpretações, milhares de pontos de vista, milhares de enfoques. Tudo pode ser visto em 360 graus. Escolha um ângulo para então elaborar o seu projeto de pauta.



## ***O planejamento***

Digamos então que a angulação escolhida, o enfoque do tema seja: "a poética e triste coexistência de um mendigo e seu cachorro". Pronto, já estamos devidamente direcionados. A etapa seguinte é planejarmos os nossos passos em direção à realidade vivida por esse mendigo escolhido. Vamos atrás das fontes. Fontes, você já sabe, são pessoas ou instituições que "entendem" (nós, jornalistas, só sabemos). As fontes nos darão as informações precisas, as mais confiáveis possíveis, sobre as dúvidas que tenhamos. Quais seriam as nossas fontes nesta história do mendigo e seu cachorro? Pessoas que, de uma maneira ou de outra conhecem o mendigo, sabem de seus passos, de sua origem, seus hábitos, costumes. Como vive o mendigo? Onde mora? Onde dorme? Onde faz as suas necessidades? Onde se alimenta? Alguém deve ter visto. Alguém deve saber.

## ***Pesquisando e pesquisando***

É preciso pesquisar muito. É preciso ir fundo em cada detalhe, em cada informação, em cada observação. Um simples dado abre uma verdadeira avenida em direção a mais informações. Vá catando tudo, feito um garimpeiro. Ao final, você vai fazer uma triagem de todas as informações obtidas para selecionar o melhor.

Penso que um sociólogo seria também uma grande fonte nesta história. O que são mendigos? Por que eles existem? É um problema social? Veja quantas perguntas você pode fazer a um sociólogo sobre um mendigo. Quanto mais você pergunta, mais repostas vai ter. Pergunte tudo, sem medo e sem pudores. Afinal, você está atrás de repostas. Quanto mais repostas você tiver, mais completo estará o seu trabalho. Conte tudo, não esconda nada. É isso que os curiosos querem.



## **Mais e mais fontes**

Busque mais fontes. Um psicólogo, por exemplo. Quantas perguntas um psicólogo poderá responder sobre a nossa curiosidade em torno da vida e da existência de um mendigo. E o cachorro? Quem explica a fidelidade canina que vai além das medidas no seu dia-a-dia ao lado de um dono tão frágil? Quem responde essas questões? Procure, pergunte. Todo mundo está curioso por saber.

Que tal ouvir religiosos sobre o tipo de vida vivida pelo mendigo? Boas fontes essas. Enlouqueça a sua curiosidade. Pesquise, pergunte.

E o que dizem os protetores dos animais sobre a condição do cachorro do mendigo? Pergunte para eles. Pense, pense, pense. Pergunte, pergunte, pergunte! Sua vida é pensar e perguntar. Quem? Como? Quando? Onde? O quê? Por quê? Quanto?

Tem muita gente sabendo de muita coisa de que a gente nem descon-  
fia. Benditas fontes que vão dar de beber à nossa curiosidade.

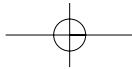
## **Quem é quem?**

Organize esse trabalho. Relacione todas as fontes possíveis e imaginárias. Procure informar-se ao máximo sobre cada uma delas. Quem é o sociólogo? Como ele pensa? Como ele se projetou em sua profissão? O que é que ele já fez na vida? Qual o seu grau de credibilidade e reconhecimento diante da opinião pública? O mesmo se diga em relação ao psicólogo, ao religioso que você escolheu para falar, as entidades protetoras dos animais, enfim, todas as suas fontes. Conheça-as, nem que seja superficialmente.

A etapa seguinte é elaborar uma série de perguntas básicas para cada uma de suas fontes. Essas perguntas básicas vão se constituir no primeiro degrau na dura escalada de uma entrevista bem feita. Quanto mais informações você conseguir tirar de sua fonte, mais consistente ficará o seu trabalho.

Agora é marcar as entrevistas e começar a sua garimpagem. Tudo é bom, tudo acrescenta quando você está no campo. Olhares, sons, expressões, ruídos, detalhes. Capte tudo. Se possível, ouça mais fontes para cruzar as informações.

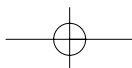
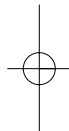
Eu insisto e tenho repetido e repetido essa questão do pensar e da pauta porque entendo ser esse o momento crucial, definitivo na vida de um repórter.



## ***Sintetizando***

Para elaborar uma boa pauta procure seguir as seguintes etapas: primeiro você encontra o tema. Depois faz a angulação desse tema.

A seguir, você busca as fontes. Relacione todas elas. Quanto mais fontes, melhor. Procure pesquisar e conhecer ao máximo possível essas fontes. O passo seguinte é montar um questionário básico para cada uma dessas fontes. Marque as entrevistas. Seja pontual. Pergunte tudo e mais um pouco. Cruze informações. Apure tudo. Não se acanhe em reperguntar. Não saia com dúvidas. Conte, mostre pra gente o mendigo e o seu cachorro.





## **Resumo da ópera** *(em Português bem claro...)*

Para que tudo fique suficientemente claro, vamos apresentar agora algumas regras básicas para a pauta.

**Regra maior:** Graças a Deus, não existem regras básicas para se criar e elaborar uma pauta.

**Regra 1:** A pauta é o sonho; o texto é a realidade.

**Regra 2:** Um sonho tem o tamanho do mundo; a realidade é limitada.

**Regra 3:** No sonho você viaja por mares e ares nunca navegados. A realidade impõe algumas fronteiras.

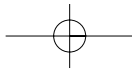
**Regra 4:** Sendo assim, ao fazer uma pauta, verifique, antes de mais nada, se ela é viável, se pode realmente se transformar em uma boa reportagem.

**Regra 5:** Elaborar uma pauta é sistematizar o sonho ou a idéia que se teve. É viabilizar o tema. E já se viu que tudo no mundo pode se transformar em uma boa história, uma excelente reportagem.

**Regra 6:** Todos os temas são infinitamente amplos, ou seja, podem ser vistos por milhares de ângulos ou podem receber milhares de enfoques.

**Regra 7:** Escolhido o tema, faça a necessária contextualização. Ou





seja, passe a raciocinar sobre o seu tema de acordo com o público que você vai atingir. A contextualização tem a ver com o veículo onde você trabalha. Tanto o enfoque quanto a linguagem a ser utilizada em seu trabalho vão depender do estilo e do direcionamento da publicação ou do programa de rádio ou TV que divulgarão o trabalho.

**Regra 8:** Com o tema devidamente contextualizado, faça a necessária angulação. Analise corretamente o ponto de vista pelo qual você quer abordar o tema. Mais claramente, se o tema for "barata", pergunte para você mesmo: "Que diabos eu vou escrever sobre a barata?"

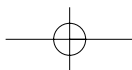
**Regra 9:** Feita a angulação, determinado o enfoque do tema, comece a pensar grande: "Como eu vou desenvolver essa história?". Milhões de perguntas vão surgir na sua cabeça. Jornalista é o sujeito curioso que presumivelmente sabe de tudo mas não entende de nada. Logo, vai precisar encontrar quem entenda do assunto. Quem entende do assunto? As fontes.

**Regra 10:** Dependendo do assunto ou do tema a ser tratado, as fontes são também infinitas. Um cientista, um pesquisador, um técnico, um consumidor, uma dona de casa, alguém que viu o acidente, o policial, a vítima, o réu, o advogado, o médico, o curioso, quase todas as pessoas ou instituições são fontes. A amplitude da sua criatividade e da sua necessidade é que determinarão tantas e quantas fontes serão necessárias.

**Regra 11:** Relacione suas fontes. Procure fazer um ligeiro perfil de cada uma delas. Quem são, por que são, como são, o que já fizeram, sua especialidade e sua ligação com o assunto que você vai enfocar. Indique onde encontrá-las. Agende entrevistas. Vá preparado com o máximo de dúvidas e perguntas.

**Regra 12:** Já estamos cansados de saber que o mundo é curioso e o repórter busca respostas para a curiosidade do mundo. Quanto mais perguntas fizer, mais respostas terá. Quanto mais repostas tiver, maior quantidade de informações terá para oferecer ao seu leitor. Não existem perguntas tolas, bobas, burras ou óbvias; curiosidade não tem limite. Se alguém, um dia jogar na sua cara: "Vai me dizer que você não sabe o que é uma bola?". Responda: "Se eu soubesse, não estaria perguntando...". A função do repórter é perguntar para ouvir respostas. Respostas que ele vai transformar em texto, em informação para milhares de pessoas que também, eventualmente, não saibam o que é uma "simples bola..."

**Regra 13:** A pauta está completa? Teoricamente sim. No entanto,



falta o principal. Falta você descrever, historiar o seu sonho, o seu tema, o assunto que você escolheu.

**Regra 14:** Isso mesmo: você tem que explicar, nos mínimos detalhes, para você mesmo ou para quem vai desenvolver a pauta, ou até para o seu chefe, o seu editor, os porquês da abordagem do tema. Por que você decidiu desenvolver esse tema, esse assunto. Conte o seu sonho nos mínimos detalhes.

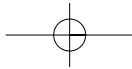
Explique tudo, analise tudo, justifique, enlouqueça a sua idéia, coloque tudo em texto limpo.

**Regra 15:** Por que você vai escrever sobre as "baratas"? "Vou escrever para tentar alertar a população sobre os malefícios que uma barata pode causar. A barata transmite doenças. A barata significa coisas nojentas, as baratas isso e aquilo". Como se combatem as baratas? Onde vivem as baratas. Diga, em sua pauta, como o médico fulano de tal entende de baratas e o que ele poderá dizer sobre o assunto. Explique que o tal médico ganhou tais e tais honrarias pelo seu conhecimento do assunto. Diga que o sociólogo X, que também deverá ser ouvido, elaborou um tratado sobre a vivência e convivência das baratas. Conte que existem baratas brancas, azuladas, da cor marrom e até as verdes. Especifique que o seu interesse, na pauta, é maior em relação às baratas voadoras porque elas isso e aquilo. Enfim, desça às minúcias.

**Regra 16:** A pauta, além de ordem de serviço, determinação de um trabalho, é um planejamento para ser desenvolvido. É um roteiro. Isso: é um roteiro! Imagine que você esteja fazendo um filme. Mostre, na pauta, o cenário que está na sua cabeça. Tudo aquilo que você está "vendo". Cada detalhe, cada item, cada personagem. E o que cada um desses elementos está fazendo nesse seu "filme". Você vai transformar o seu "sonho", o "filme" que você tem na cabeça em "realidade". Então, você é obrigado a projetar cada minuto, cada segundo desse sonho.

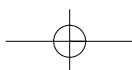
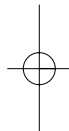
**Regra 17:** Afora tantas minúcias, tantas recomendações, não se esqueça de deixar claro que o repórter que vai cumprir a pauta tem liberdade absoluta para aprimorar e enlouquecer ainda mais o tema proposto.

**Regra 18:** Quanto mais completa e vigorosa for uma pauta, melhores serão os seus resultados. Uma pauta pode ser escrita em uma lauda, em dez laudas ou ter o tamanho de um livro, pois ela precisa ser clara e minuciosa. Em 99% das vezes a pauta é muito mais completa que a reportagem. Significa dizer que quando você vai cumprir uma



pauta bem feita, já tem 90% da reportagem pronta.

**Regra 19:** Diante de tudo o que foi dito, acredito que, daqui para a frente, você já tenha pelo menos 10% de condições de fazer a sua pauta.



## ***Os bons e os maus exemplos de pauta***

É evidente que na prática, no dia-a-dia das redações, as pautas podem não ser tão detalhadas. É uma pena. Se você receber "um simples aviso", uma simples "ordem de serviço" no lugar da pauta, pense. Pense muito. Faça o seu planejamento de pauta. Você vai fazer o sucesso que o seu chefe nunca esperava.

Por falar em chefe saiba que, na prática, além de você, tem um mundo de gente pensando em assuntos dignos de serem transformados em reportagem. Quando o "expediente da redação termina" (que grande mentira! O expediente nunca termina nas redações. O mundo não pára de criar notícias. Até porque, enquanto é dia aqui, é noite ali...), melhor dizer então que, quando termina uma edição a próxima já deve estar sendo pensada (Viu? Todo mundo pensa nesta história). São as famosas reuniões de pauta onde editores, chefes de reportagem, pauteiros e todo o pessoal de base traça as linhas gerais do que será abordado na edição seguinte. Até as idéias que você apresentou para futuras reportagens serão devidamente analisadas. Essas reuniões são a vida do jornal.

## ***Sabe quem entende das coisas que nós não sabemos? A fonte***

Rufem os tambores, soem as trombetas, é chegado o momento de falarmos mais detalhadamente sobre uma das personagens mais importantes da vida do jornalista: a fonte. A fonte é quem sabe e entende de tudo sobre aquilo de que nós apenas desconfiamos. Ou, quando muito, temos vagas informações.

Para não ir muito longe e para deixar clara a importância e a relevância da fonte na vida de um jornalista, eu diria que a fonte é a água que a gente bebe. É o nosso maior tesouro. É quem tem as dicas, quem tem o conhecimento dos fatos. Quem vai dizer quem é quem, quem fez o quê, quando, como, o quê e por quê.

A fonte conhece o caminho das pedras. Sabe onde a coruja faz seu ninho. Indica onde a mocinha escondeu o mapa da mina. Diz onde fica a mina e mostra a cor do cavalo do bandido. Parafrazeando Milton Nascimento, fonte é coisa pra se guardar debaixo de sete chaves. A fonte é quem realmente "entende" daquilo que você somente "sabe". Ela é quem vai clarear o seu céu escuro de tantas dúvidas.

Seria a fonte a dona da verdade? Não. Apesar de supostamente saber e entender muito do assunto, dificilmente uma fonte sabe tudo. Fique sempre atento para este detalhe: toda moeda tem no mínimo duas faces. E cada face tem vários ângulos. Vai daí, a verdade é como a moeda: tem incontáveis ângulos. A verdade é uma coisa relativa, um conceito grupal, espacial, temporal e, sendo assim, o que é verdade aqui, pode não ser verdade ali. Como diria Billy Blanco, poeta incorrigível, autor do Hino a São Paulo: "...o que dá pra rir dá pra chorar, questão só de peso e medida, problema de hora e lugar, mas tudo são coisas da vida...". Questão de peso e medida, de hora e de lugar, a verdade é bem assim. Vai daí, dificilmente uma fonte será a dona da verdade.

Importante e relevante é que você busque essa verdade contida em tantos lugares e que seja fiel a ela, nunca distorcendo fatos ou afirmações.

## ***Sua fonte, seu sucesso***

Dona da verdade ou não, a fonte é a maior riqueza que um repórter pode ter. Ela é quem vai "dar a dica", "abrir o bico", colocar você "por dentro do lance". Importante do jeito que é, dificilmente você vai encontrar uma fonte perdida na esquina. Você vai ter que pesquisar muito até encontrar um espécime tão raro como esse. Encontrando, vai ter que usar toda a sua bossa, todo o seu charme para conquistá-la.

Não se esqueça de que conquistar é uma coisa; assediar é outra. Sendo assim, nunca chegue na sua fonte, especialmente quando ela for humilde e desconfiada, "fantasiado de jornalista", com aquele jeitão de quem já sabe de tudo e está ali só para quebrar o galho do mundo. Nunca.

O bom repórter é humilde. O bom repórter sabe que não sabe e sabe que precisa de quem entende. Chegue como gato que quer comida. Chegue se encostando, se enroscando como quem não quer nada. E comece perguntando abobrinhas.

"Foi feia a coisa, hein?" Repare que a fonte vai olhar você meio de lado, altamente desconfiada. "E aí, você viu como foi?", pergunte logo em seguida.

Você vai reparar que, aos poucos, a fonte vai se soltar: "Mais ou menos...". É hora de você insistir: "Como mais ou menos???". E a fonte vai retrucar: "É, mais ou menos. Quando eu vi, a coisa já estava acontecendo...". Daí para a frente, garanto, você vai ter a história toda. Na manha, no jeito, na humildade.

Agora, se você chegar na cara dura, na pressão, como se fosse o Bozó, aquele personagem que o Chico Anísio mostrava na Globo, garanto, meu chefe, você não vai conseguir nada. Nunca se esqueça de que as pessoas têm medo do desconhecido. Têm medo de conversar coisas sérias com quem elas não conhecem.



## ***Uma fonte é pouco, beba mais***

Nunca aposte todas as suas fichas na informação que a sua fonte lhe deu. Como já se viu, a verdade é uma coisa relativa; o que é verdade para uns, não é para outros. Até a maneira como as pessoas vêem as coisas, pode ser diferente. Assim, depois de beber tudo em uma fonte, procure outra. Cheque as informações, confronte as respostas. Instigue. Você vai ver que sempre sobra caldo no bagaço da laranja.

A notícia, a informação pode ter vários ângulos, vários aspectos, várias versões. Até porque essa fonte que você consultou pode esconder interesses, ocultos atrás da informação que está lhe dando.

Com o passar do tempo, com a prática, você vai se acostumar a essas coisas. Passado o evento, grave o nome, telefone, detalhes sobre as fontes que você conquistou, você poderá precisar delas mais tarde. Falando nisso, respeite sempre a história que a sua fonte passou. Nunca deturpe as informações que ela deu; pau-pau, pedra-pedra, você terá fonte para sempre, pois ela vai confiar em você.

## ***Os generalistas e os especialistas***

Repórter em começo de carreira, não escolhe assunto. Tem mais é que fazer o que o pauteiro manda, o que o chefe de reportagem ou o editor determinam. E essa é que é a vida boa. Você nunca sabe o que vai fazer. Você tem todo o horizonte pela frente, para encontrar histórias ou para dar de cara com o mundo. Hoje você está entrevistando um presidente, um governador, amanhã você estará falando com um líder sindical e, depois, com um favelado. Mundos distantes, pensamentos diferentes, verdades que não se misturam.

De repente, eis você num enorme acidente na estrada, quando um ônibus lotado chocou-se com um caminhão carregado de bobinas de aço. Homens, mulheres, crianças, jovens, idosos, pedaços de pessoas, corpos esfaumados esparramados pela pista, sangue respingando em todo canto e você no meio. Gente que chora, gente que grita, gente que pede socorro, gente morrendo porque o sangue se esvai. E você no meio.

Você não é médico, você não é bombeiro, você não é enfermeiro, matemático, economista, paramédico, soldado, pesquisador, patrulheiro, você não é nada disso, você é repórter. Antes de mais nada, não se meta onde não foi chamado. Fique ao longe observando tudo, porque você é quem vai contar como tudo aconteceu. Claro, você está estressado, você está dolorido por dentro, você quer chorar, você quer salvar, você quer se meter na encrenca. Só que você não entende, você não é do ramo e, pior, sua presença só atrapalha. Pense tudo isso, rumine, anote, você vai precisar de todas as anotações. Você vai fazer a história de tudo o que viu.



## ***Fique frio (se puder!)***

É, fique frio. A vida tem dessas coisas e é dessas coisas da vida que o repórter vive. É dureza reconhecer, mas os norte-americanos definem bem a situação do jornalista: "Bad news, good news; good news, bad news!". Traduzindo o que você já traduziu: as más notícias é que são as boas notícias. As boas notícias nos deixam continuar dormindo no vôo da vida, em céus de brigadeiro.

Você ali, no meio de tanto sangue, tanto sofrimento, tanta gente morrendo esmagada em ferragens, os veículos ameaçando pegar fogo, um perigo terrível, o choro, a dor e você ali, aparentemente frio e calculista, procurando pessoas que viram o acidente. Perguntando por detalhes. Como foi e como não foi, nomes de vítimas fatais, nomes de vítimas feridas, nome de motorista, nome de quem atendeu ao acidente, nome disso e nome daquilo.

Em nome de Deus, fique frio! Não, não se sinta um abutre que está ali só para ver o mal dos outros. Ou aproveitando-se do fato para criar grandes manchetes. Saiba que atrás dessa grande manchete desse estúpido acidente que você vai escrever com as cores do sangue, podem surgir soluções novas. Pode ser que as autoridades constituídas decidam definitivamente duplicar essa maldita rodovia que já matou tanta gente. Pode ser que essas mesmas autoridades se constrajam e resolvam fazer uma imensa cruzada nacional contra os acidentes na estrada. Pode ser que os motoristas em geral se conscientizem dos perigos das estradas. Pode ser que a partir desse grande acidente, dessa grande manchete que você criou, surjam as grandes mudanças que mudarão as coisas e comportamentos. Fique frio, sua função é essa.

## ***O repórter especialista***

O repórter do tipo faz-de-tudo, dá de cara com tudo. Já o repórter especialista, setorizado, se concentra, evidentemente, na sua especialização. E o que é que esse assunto tem a ver com as fontes, já que é delas que estamos falando? Ora, já se viu, as fontes são o nosso tesouro, nós dependemos delas. Na medida em que nos "setorizamos", nos especializamos em determinado segmento do jornalismo, as fontes, nosso objeto de desejo, têm que estar plantadas também nesse segmento que nós escolhemos para trabalhar.

Como ave da mesma pena anda em bando, um jornalista econômico vai buscar estar sempre na companhia de economistas, empresários, operadores de bolsa, sindicalistas e afins. Vai ter que viver esse mundo da economia e beber da água que todos bebem. Sem perder a noção global, sem deixar de acompanhar o que se passa no mundo, o repórter de economia tem que viver esse mundo, essa realidade. E é aí que ele vai amarrar seu burro, conquistar as suas fontes, buscar as informações que ninguém tem.

Claro está que quando você segmenta sua atividade, fica mais fácil conseguir fontes específicas. De repente, até por dever de ofício, de estar sempre em cima de alguma coisa nova, você estará convivendo muito mais proximamente com as suas fontes. E tem que ser uma convivência quase íntima. Tem que se estabelecer uma verdadeira cumplicidade, confiança total entre o repórter e a sua fonte. Isso, claro, para conseguir coisas que ninguém tem. Porque, na verdade, tem coisas que, às vezes, não se pode contar nem pra mãe da gente. Muito menos dizer quem disse.

## ***Fique esperto sempre***

Por ser absolutamente importante, vale repetir o que já foi dito: sua fonte está sempre certa até prova em contrário. Confie e desconfie. Sempre. Quanto mais delicada for a informação, mais cuidados você deve ter, sob pena de "comer uma barriga", situação em que só você deu o que realmente não aconteceu ou, então, você ter que segurar o foguete sozinho porque sua fonte mentiu ou desmentiu.

Pode ocorrer também que sua fonte, abusando da confiança e até da intimidade que já estabeleceu com você, resolva "plantar" uma notícia, ou seja, passar uma informação não verdadeira só para levar vantagens.

De uma forma ou de outra, mesmo quando você estiver checando alguma informação que foi motivo de dúvida, não revele a sua fonte para não colocá-la em situação delicada. Por mais inimigos que sejam, até os inimigos se acertam quando o calo aperta. De repente você vai checar uma informação com uma fonte "antagônica" à sua, "dá o serviço", diz quem falou e essa fonte, tão "antagônica" à outra, num simples telefonema ao inimigo, entrega você. No resumo da ópera, você perde as duas fontes. E outras tantas que eventualmente fiquem sabendo dessa "mancada" sua. O negócio, como diria o caboclo, é ficar sempre com "um olho na missa e outro no padre...".

De qualquer forma a fonte é tudo para o repórter. E essa questão da fonte é tão importante que mereceria um tratado completo sobre a sua atuação. Garanto que surgiriam mil histórias de conquistas, informações bem ou mal dadas, traições e confusões ocupando todos os tribunais do país, num jogo múltiplo de indenizações e reparações morais e materiais.

Conquiste as suas fontes, cuide de suas fontes, seja feliz com as suas fontes mas, acima de tudo, tome muito cuidado com as suas fontes. A fonte que joga você lá em cima, pode ser a fonte que vai derrubar você.

## ***Notícia, reportagem, crônica, artigo. Você vai escrever o quê, hein?***

Já que, até aqui está tudo dominado, vamos ver qual o formato que o seu texto vai ganhar. Será que ele se transformará em uma notícia? Ou terá o desenvolvimento de uma reportagem? Será que ele vai se transformar na manchete do jornal? Ou dará uma crônica? Ou, um artigo, quem sabe? Qual a diferença entre uma notícia e uma matéria ou reportagem? E a crônica? E o artigo? O que é uma manchete de jornal?

Se você reparar, os jornais convencionais utilizam-se desses vários formatos de texto. Vejamos a diferença entre cada um deles.

É evidente, e você já sabe, a manchete é a frase que forma o título principal da primeira página do jornal e normalmente anuncia o assunto mais importante da edição. Existem as manchetes de primeira página e as manchetes de cada página, titulando sempre as melhores matérias. A manchete sempre representou a hora mais sagrada na elaboração do jornal. Afinal, ela é quem vai dar a cara do jornal, vai chamar a atenção, vai tentar pegar o leitor pelos olhos. É certo que os tempos mudaram, mas houve época em que os editores passavam horas e horas buscando as palavras e as frases mais certas para "abrir" o jornal. Era a busca da síntese e da objetividade completa. Uma simples frase que emocionasse, tocasse a alma do leitor.

Dependendo do tipo do jornal, quanto menor e mais contundente ou emocional, melhor era a manchete. No começo da minha carreira os grandes profissionais da época diziam que a menor e mais impactante manchete havia sido a do jornal inglês, The Times que, anunciando o fim da segunda grande guerra, estampou o título: "The End". A frase dizia tudo. E era tudo o que as pessoas queriam ler naqueles tempos tão tristes. Normalmente as manchetes são criadas pelo editor do jornal ou, mais modernamente, pelo editor de primeira página.

E o que é uma notícia? Notícia é a nota curta, direta, objetiva, factual. É na notícia "pura" que aquelas seis perguntinhas danadas (Quem? Como? Quando? Onde? O quê? e Por quê?) se materializam com clareza. A notícia conta o fato em cinco ou seis linhas, no máximo. Mais ou menos assim: "O descarrilamento de um trem da Central do Brasil, na noite de ontem, nas imediações da estação de Taubaté, provocou a morte de 5 pessoas e causou ferimentos graves em 30 passageiros. A ocorrência foi atendida pelo Corpo de Bombeiros da

Capital. Os feridos foram removidos para os hospitais de Taubaté e Pindamonhangaba. Este é o terceiro acidente ocorrido naquele trecho, nos últimos três meses".

Já a reportagem é um trabalho jornalístico que vai além da simples nota. A reportagem, ou matéria, apresenta o desdobramento da notícia, com os fatos mais bem explicados, devidamente examinados e debatidos. Seria uma boa reportagem, por exemplo, desdobrar a notícia do acidente de trens que acabamos de citar. A notícia (fictícia, claro) dizia que aquele era o terceiro acidente em três meses. Por que tanto acidente num só trecho? Quem explica? Vá atrás, conte histórias como essa.

Fora da notícia e da reportagem, temos a crônica e os artigos. Normalmente as crônicas e os artigos são feitos por profissionais convidados, os chamados "colaboradores". A crônica, especialmente, é um texto intimista que apresenta o ponto de vista do cronista. Geralmente o autor parte de um simples detalhe e domina o leitor envolvendo-o na magia das palavras bem postas. Particularmente adoro a crônica. Só que vou logo alertando: crônica é crônica; reportagem é reportagem. Na crônica o autor cria um mundo só seu, coloca todas as suas opiniões e desejos. Na reportagem o autor tem que ser isento, apresentar os fatos, citar as fontes provadas e aprovadas, conforme veremos mais adiante.

O artigo é trabalho muito bem elaborado e estruturado em cima de fatos e dados comprovados. Geralmente é escrito por especialistas naquele determinado assunto. Evidentemente também é opinativo.

Faltou falar do editorial, um artigo de fundo, escrito por jornalista muito experiente, da mais alta confiança da empresa e que, obviamente, segue o pensamento, a filosofia e a linha editorial do jornal. O editorial é publicado sempre na página nobre do jornal e contém os pontos de vista da empresa sobre os assuntos mais importantes da conjuntura nacional ou local. Existem também as críticas ou comentários sobre os mais variados temas como música, artes plásticas, cinema e futebol, por que não? Os profissionais que elaboram esses textos são (ou, pelo menos deveriam ser...) altamente especialistas nas matérias que abordam. Nem sempre são bem vistos ou benquistos. Afinal, são poucos os que admitem críticas...

## **A hora do texto**

Agora que nós já sabemos o tipo de texto que poderemos escrever, vamos voltar à nossa caminhada. Você já tinha criado o tema, você tinha pautado esse tema, planejado sua reportagem. Você foi à luta, você ouviu suas fontes, você garimpou, você checkou, apurou, procurou, encontrou e já está de volta para a sua redação com um monte de informações na mão.

Sentado diante do seu micro, você vai se perguntar: "Como diabos eu vou começar o texto?". Falando em "começo do texto", estamos falando do "lead", palavra inglesa que se incorporou ao nosso vocabulário como "lide". Antes do advento do computador, o lide era representado pelo desafio do papel em branco colocado na máquina de es-crever. Agora, o lide é o desafio da tela em branco que precisa ser preenchida com informações.

O momento do lide é cruel, angustiante, porque é decisivo. Esta é a hora de a onça beber água. Ou você dá água para a onça (seu leitor) beber, oferecendo um saboroso lide, ou a onça (seu leitor) devora (ou abandona) você. A onça (ou o leitor) está morrendo de curiosidade. A água contida no lide é a informação, a satisfação da curiosidade. Quanto mais clara, mais cristalina, mais direta, mais encorpada, mais gratificante, melhor será a água, melhor o lide. Quanto mais claro, mais objetivo, mais direto e melhor formulado for o início do seu texto, o seu lide, maiores serão as suas possibilidades de agradar ao leitor, de satisfazê-lo em sua curiosidade.

O lide é a síntese, o resumo da história. O lide é a vitrine da reportagem. Nas vitrines você só vê o que a loja tem de melhor. Pois no lide da reportagem você vai ver e saber igualmente o que a reportagem tem de melhor, a sua essência, a sua razão de ser.

Não se esqueça de que o repórter trabalha para responder às seis perguntas básicas: Quem, Quando, Como, Onde, O quê e Por Quê. Se isso é o mais importante, coloque no lide. E faça o melhor que puder. Responda com objetividade e da maneira mais clara possível. Mais que isso: um bom lide tem que ser atraente, envolvente, coerente, comovente. Você tem que pegar o leitor pelos olhos nas primeiras linhas de seu texto. Tem que cativá-lo, tem que emocioná-lo. Mate a curiosidade do seu leitor, passe a sua informação da maneira mais abrangente possível.

## ***Priorizando as informações***

Uma atitude que poderá ajudá-lo, e muito, na criação do seu lide, ou do começo do seu texto, é a seleção, a prioridade das informações que você recolheu quando saiu a campo para cumprir a sua pauta.

Vamos trabalhar com a hipótese de que sua pauta tenha sido novas chuvas e enchentes em São Paulo. Você foi a campo e ficou sabendo, por exemplo, que as chuvas daquele dia foram as maiores dos últimos anos. Que ela provocou enchentes nos bairros tais e quais. Que as enchentes foram maiores no bairro tal. Que no bairro tal, as enchentes provocaram desabamento de uma casa e, por isso, uma pessoa morreu (uma criança de 7 anos) e cinco ficaram feridas. E que existem 300 desabrigados em toda a cidade. Que quase uma centena de automóveis ficou boiando nas águas. Que o Corpo de Bombeiros trabalha com a hipótese de existir mais uma pessoa morta, pois os vizinhos garantem que Fulano de Tal estaria desaparecido e teria sido carregado pela correnteza.

Essa foi a pauta, essas foram as principais informações que você obteve. Pensemos, raciocinemos: qual a informação mais importante? Seria a chuva? Seria o fato de ter ocorrido o maior índice de precipitação nos últimos anos? Seriam as enchentes devastadoras? Seriam os carros, quase 100, boiando nas águas, semidestruídos? Seria o fato de aproximadamente 300 pessoas terem ficado desabrigadas? Seria o desabamento de uma casa? Ou seria a morte de uma pessoa e o desaparecimento de outra?

## ***Não faça do seu cérebro um apêndice***

Pense. Raciocine. Use o seu cérebro. Confie nele. O cérebro, acredite, é o melhor amigo de um repórter (aliás, não só do repórter...). Ele é o posto de comando, o ponto de equilíbrio, a razão e o caminho. Seu cérebro é tudo. Use-o à vontade e sempre. Pense. Não dói e ajuda uma barbaridade. Pensando e "ruminando" as informações, você certamente vai concluir que a morte de uma pessoa e o desaparecimento de outra formam a parte mais dramática da informação. Não é lógico?

Imagine uma pessoa morrer por causa da chuva. Não é doloroso? Não é doloroso também a gente imaginar que outra pessoa foi arrastada pela correnteza nas ruas de uma cidade como São Paulo? Mais que doloroso, é pavoroso. Arrepiou. Arrepiou? Então, mande ver, porque o arrepio decorre da emoção. Se é emocionante, é atraente. Se é atraente, você está no caminho certo.

Depois da informação da morte de uma pessoa, depois da informação de que uma pessoa está desaparecida, tragada pela correnteza, o desabamento de uma casa. Que também, seguramente, é coisa dolorosa.

A notícia de que 300 pessoas estão desabrigadas vem a seguir. As centenas de carros boiando nas águas completam o quadro. Pronto, você já tem os elementos para começar o seu texto.

"Uma pessoa morta, outra desaparecida, carregada pela correnteza, uma casa inteiramente destruída, 300 desabrigados, quase uma centena de automóveis destruídos. Esse foi o balanço da tragédia provocada pelas chuvas que caíram na tarde de ontem em São Paulo. Segundo o Instituto de Meteorologia, essa foi a maior chuva dos últimos anos...". E por aí vai. Repare que o seu lide informou, chamou a atenção, comoveu e prendeu a respiração do seu leitor. Daí para a frente, você completa as informações na certeza de que o seu leitor continuará a acompanhar, curioso, tudo o que você tiver que contar. Sim, porque, daí para a frente, você vai analisar a informação, vai descer aos mínimos detalhes. Vai contar pequenas histórias das pessoas envolvidas na tragédia. Vai oferecer depoimento. Vai falar das dores dos atingidos, dos parentes, das testemunhas. Vai falar do trabalho dos soldados do Corpo de Bombeiros, ouvir os seus depoimentos.

Quanto mais drama, mais informações, mais detalhes, maior será a sua audiência, maior será a atenção do leitor. O leitor é humano, sensível e se apieda. Um quadro com vítimas sempre nos leva à "coitadice" da emoção.



Faça como o dentista no momento em que checa a sensibilidade ou a doença de um dente. Ele vem com aquelas pinças, aqueles "ferrinhos" e cutucam dente por dente, até chegar a uma cárie. E aí, eles cutucam. Cutucam até você gemer. Eles precisam ter certeza de que o dente está mal. De que é exatamente aquele dente que precisa de cuidados. E perguntam: "Dói aqui?". E você responde: "Não". E tornam a mexer com outro dente: "Dói aqui?". E você: "Não". Até que pegam você no dente certo, no detalhe certo. "Dói aqui?". E você: "Dói!". E eles "cutucam" de novo: "Dói?". E você: "Dói!". Dói e se doer, é por aí que você como os bons dentistas, que fazem tudo para diminuir a nossa dor de dentes vai cutucar o seu leitor. Quando doeu, quando "machucou" a alma é que a coisa pega.

É assim o lide de uma reportagem. Uma coisa maravilhosa que faz doer. Que emociona. Ao mesmo tempo que é glorioso, o lide pode ser a grande tragédia do repórter. Se ele não souber trabalhar o seu lide, oferecer a informação com emoção, com sentimento, com dor, se não souber fazer um texto intrigante, excitante, envolvente, forte, dificilmente vai conseguir o entusiasmo do leitor. Dificilmente será lido. O que será uma tragédia.

Imagine, horas e horas pensando, criando, horas e horas pesquisando, indo ao campo, perguntando, captando, apurando e, na hora "h", perder todo esse trabalho porque não soube fazer um lide forte, direto, objetivo, claro, emocionante como dor de dente. Ó dor!

## **O nariz-de-cera**

Ainda hoje alguns alunos me questionam: "Mas por que eu não posso fazer um nariz-de-cera?" O nariz-de-cera era a maneira como os jornais iniciavam suas reportagens lá pelo início do século. Era uma tendência de texto desenvolvida a partir dos jornais europeus. O repórter falava: "O céu começou a escurecer perigosamente na tarde de ontem em São Paulo. Céu escuro, todos sabem, significa chuva. E a chuva que se prenunciava nas nuvens plúmbeas, vieram para valer. Por volta de 16 horas, elas começaram a cair. Pingos grossos, indicando que a cidade voltaria a sofrer com as conseqüências sempre danosas que as chuvas fortes trazem. E foi exatamente isso o que se passou. As águas se acumulavam nas ruas, formando grossa correnteza. Vários bairros foram atingidos..." e por aí ia, até chegar ao final do texto quando o repórter informava que essa chuva, que provocou a enchente, acabou matando uma pessoa, que as águas devem ter carregado outra, que uma casa desabou, que 300 pessoas ficaram desabrigadas, que quase uma centena de pessoas ficaram desaparecidas e o resto todo que você já sabe.

O nariz-de-cera pode ser lindo, poético, doído como dor de dente, às vezes comovente, por que não? O problema é que ele não tem objetividade. Não responde, de forma direta, quem, quando, como, onde, o quê e por quê. O leitor normal, o bom leitor de jornal foge disso. Porque ele quer clareza, objetividade, profundidade na informação. Essa clareza, objetividade e profundidade de informação você encontra no lide, uma formulação jornalística criada pelos jornais americanos do Norte. Essa linha foi adotada pela imprensa brasileira na década de 50. A partir daí, o lide passou a ocupar o lugar do nariz-de-cera.

Ainda bem.

Quero deixar claro que estou falando sobre reportagens para jornais impressos. Algumas revistas ainda se utilizam da fórmula do nariz-de-cera que, no entanto, sempre são bem trabalhados e têm objetividade.

## ***Nariz-de-cera cheira mal***

Evite o nariz-de-cera em seus textos para jornal porque, pelo menos nos tempos modernos, eles mais parecem conversa de bêbado, sabe como? O cara que fala, fala, fala e só vai chegar aos fatos depois de muito enchimento de lingüiça. Dificilmente o leitor de jornal aceita o nariz-de-cera. No mais das vezes, ele se sente enganado pelo repórter. Fuja disso.

Sem falar do grave problema da opinião. Quando parte para o caminho de elaborar um texto iniciando pelo nariz-de-cera", invariavelmente o repórter se sente tentado a emitir a sua opinião. Ora, repórter não tem opinião. Repórter reporta. Repórter conta o que viu e o que ouviu. Só isso. Repórter não opina. Até porque, como já vimos, repórter é o sujeito que sabe de tudo mas não entende de nada. Uma diferença sutil, já vimos: saber e entender. Saber é saber, ter vagas informações sobre determinado assunto. Já o entender é conhecer profundamente esse mesmo assunto.

## **Opinando?**

Invariavelmente os meus alunos me questionam: "Quer dizer que eu não posso ter a minha opinião?" Costumo responder que sim, cada um deve ter opinião formada sobre todas as coisas. Especialmente quando se tem um conhecimento profundo dessas coisas. No entanto, nem sempre o repórter conhece profundamente aquilo que está informando. Razão porque o seu trabalho maior é coletar informações junto às fontes.

As fontes, essas sim, têm o conhecimento maior do assunto que se está tratando. Assim, as fontes é que falam numa boa reportagem. E o repórter reproduz. É exatamente daí que vem a credibilidade de um repórter: saber encontrar as pessoas que realmente entendem e tirar delas a informação que a curiosidade do leitor exige. Todas as vezes que o repórter foge disso e resolve colocar a sua opinião, nem sempre bem fundamentada, corre o risco de cair no descrédito. Afinal, ele sabe, mas não entende.

Eu sempre faço questão de debater esse problema da opinião com muita seriedade. No meu conceito, salvo melhor juízo, o repórter, o jornalista, não deve formar opinião ou, falando mais claramente, não tem o direito de "fazer a cabeça das pessoas". Coisas do tipo: "Eu penso assim, é a melhor maneira de se pensar e você, leitor, também deve pensar assim...". Penso que não. Penso que os jornais, o repórter, o jornalista, o comunicador devem formar opinião através da informação. Os jornais, os veículos de informação e os comunicadores em geral colaboram certamente para formar opinião através das informações que divulgam. Só isso e não mais que isso.

Pense bem: você não gostaria que alguém tentasse colocar na sua cabeça que você deve mudar a sua forma de pensar, a sua forma de agir, certo? Aliás, não só não gostaria como também não permitiria. Você pensa e age dentro dos seus princípios. E ninguém tem o direito de mudar isso. Tem cabimento uma coisa dessas? Ora, se você não quer que ninguém mude a sua cabeça, não tente mudar a cabeça dos outros só porque você pensa diferente. As pessoas são como você e pensam exatamente do jeito delas. Ninguém tem o direito de forçá-las ou induzi-las a mudar seu modo de pensar ou de viver. A gente muda, e todo mundo muda, diante de informações que se recebe. Assim, os jornais, o repórter, o jornalista, os comunicadores ajudam a formar opinião através de informações.

## **Os exemplos ensinam**

O sujeito está acostumado a beber água direto da mina. Essa água pode estar poluída, comprometida para o consumo humano. Provavelmente necessitará de um tratamento químico. Quer mudar esse costume? Não adianta dizer: "Ô meu, você tem que fazer como eu e só tomar água da torneira, que já vem tratada...". Ao invés disso, procure informar a essa pessoa o risco que ela está correndo consumindo a água da bica. Diga dos micróbios, dos perigos, da leptospirose, da barriga-d'água, do câncer e tantas outras complicações que podem advir do consumo dessa água, aparentemente tão pura.

Faça uma boa reportagem, mostre exemplos, desperte o medo na pessoa. Com certeza você vai mudar a opinião dela muito mais rápida e sutilmente do que exigindo que ela faça exatamente como você, que só bebe água tratada, da torneira.

A informação forma mais a opinião do que você está pensando. E essa é uma das suas obrigações como comunicador, como repórter. Informar é ensinar. Ensinar é uma condição divina. A pedagogia moderna fala em "conhecimento construído", o construtivismo, modo pelo qual o educando constrói seu conhecimento e adquire o saber.

De qualquer forma, voltando ao ponto, como repórter, não opine. Nunca. Por mais que você saiba, por mais que você entenda sobre o assunto, você não é um técnico, você é apenas um repórter, um jornalista, um contador e informador das coisas do mundo. Você está aí para explicar, com palavras fáceis, os conceitos muito apurados que os técnicos emitem de forma e com palavras tão complicadas. Você está aí para simplificar e colocar clareza nessas informações. Essa é a sua gloriosa função. Quer mais ou já está de bom tamanho?

Devo lembrar também que nada é absoluto neste mundo de Deus. Graças a Ele e aos princípios democráticos vigentes, tudo pode ser contestado. Essa é outra razão pela qual o repórter não deve se meter a dar opinião. A moeda, já vimos isso, tem dois lados e muitos ângulos. Ao elaborar uma reportagem sobre cirurgia do coração, por exemplo, você vai ouvir um determinado conceito de um grande cirurgião que utiliza uma certa técnica em seu trabalho.

Digamos, só para exemplificar, que ele afirme alguma coisa como: "Eliminamos definitivamente o problema da rejeição de órgãos...". Para fazer o necessário contraponto, você vai ouvir outra fonte, outro cirurgião afamado e top de linha. Eis senão quando ele afirma: "...Ainda não eliminamos totalmente os riscos de rejeição de órgãos

nesse tipo de cirurgia...". Olha a bomba aí. Dois dos maiores técnicos do mundo em determinado segmento, informando coisas absolutamente contrastantes.

Evidentemente você não vai discutir com nenhum dos dois. Quando muito poderá dizer para um e para o outro, que o outro disse exatamente o contrário. Eles que se respondam, pois são os técnicos. O que eu quero dizer é que nada é absolutamente verdadeiro e definitivo neste mundo. E que, portanto, as opiniões são variáveis. Qual a certa? Qual a errada? Ninguém sabe. Muito provavelmente nem os mais preparados e melhores técnicos. Você vai opinar?

Qual a cor mais bonita? O vermelho? O verde? O amarelo? O azul? Ou o branco? E o branco é cor? Uns dizem que sim, outros que não. E são técnicos no assunto. Você, que não entende nada de cor, que não sabe definir com clareza os tons esmaecidos do azul, tem mais é que ficar calado e reproduzir, fielmente, a opinião dos que sabem, dos que entendem, dos que são técnicos. Cá pra mim, depois de longos anos de vida, ouvindo, vendo, contemplando, ruminando, pensando muito, cheguei à conclusão de que só tenho uma opinião: eu não tenho opinião nenhuma. Sobre nada. Ouço, penso, rumino feito boi no pasto, depois de ter comido o melhor capim do mundo. Guardo o que leio fico sempre na dúvida...

Penso que, depois de todas essas colocações, já eliminamos da nossa vida o tal de nariz-de-cera e a tal mania de oferecer a sua opinião. Guarde isso na cabeça e bola pra frente.

## ***Será que eu posso começar meu texto assim?***

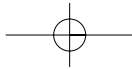
Posso começar o meu texto com aspas, colocando afirmações do meu entrevistado? Posso começar pelo Quando? Posso começar pelo Onde? Posso começar pelo Por quê? Posso começar pelo Como? Diante de tantas perguntas eu diria que você deve começar pelo que for mais importante. Pelo que for mais intrigante, pelo que for mais emocionante, pelo que for mais direto, mais claro e mais objetivo.

Se você acaba de entrevistar o presidente da República e ele garante a plenos pulmões: "Não vou recuar!", exatamente no momento em que ele está sendo pressionado a voltar atrás em função de alguma medida tomada, essa frase começa qualquer texto. Mais que isso, dependendo das circunstâncias, essa frase vai para a manchete do jornal. Agora, se você ouviu um jogador de futebol e ele começou dizendo que "Eu e meus companheiros estamos bem preparados e vamos fazer uma grande partida", fuja disso como o demônio da cruz. Apesar de o óbvio ser uma coisa que precisa ser respeitada, tem "óbvios" que devem ser devidamente enterrados. Esse é um deles...

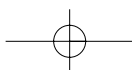
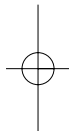
É importante lembrar neste momento que cada veículo de comunicação tem a sua personalidade, a sua filosofia, a sua linha editorial, a sua maneira de ver as coisas. Tudo isso está contido nos manuais de redação de cada jornal, revista, emissora de rádio ou de TV. Esses manuais vão deixar claro para você a fórmula certa de começar o seu texto. Razão por que você deve, a partir de agora, conhecer detalhadamente todos os manuais de redação disponíveis. A Folha, o Estadão, o Diário de S. Paulo, Jornal do Brasil, Globo, Abril, todos têm o seu manual de instruções. Na Folha, escreva como a Folha prescreve. No Estadão, assumo o jeitão do Estadão e assim por diante. De qualquer maneira, penso eu, a emoção cabe em qualquer lugar. Um lide claro, direto, objetivo, emocionante, atraente, cabe em qualquer lugar.

Como eu já disse (e, se não disse, digo agora), o texto jornalístico moderno tem a forma de uma pirâmide invertida. Na qual, as principais informações precedem as informações secundárias. Diga logo e com clareza ao que você vem, expondo os quem, quando, onde, como, o quê e porquê na sua devida ordem de importância. A seguir, continue selecionando as informações, priorizando sempre o que é mais importante, frase após frase, até que a sua informação se conclua, no último bico da pirâmide.

A clareza é fundamental. Tenha sempre em mente que o que você



sabe não é exatamente o que o seu leitor sabe. Se ele já soubesse o que você sabe, nem compraria o jornal e nem ouviria a emissora de rádio na qual você trabalha. Não venha com aquele papo do "Ora, isso todo mundo já sabe...". Todo mundo é apenas uma força de expressão. Na verdade, não existe "todo mundo". Quando muito, algumas pessoas (podem até ser muitas, só que não é "todo mundo"...) sabem daquilo que você está falando. Sendo assim, fale claro, nos mínimos detalhes.





## ***A necessidade da clareza***

Fique atento a outro detalhe importantíssimo: nem sempre o que você diz é o que a pessoa entende. Ou seja, você está certo de que está abafando, está certo de que todo mundo está entendendo mas, na verdade, apesar de balançarem a cabeça positivamente, ninguém nem desconfia daquilo que você está dizendo. Dizer, por exemplo, que "Peritos do IPT estiveram no local para examinar as condições do acidente..." sem explicar o que quer dizer IPT é presumir que o leitor seja um gênio e que conheça tudo neste cipoal de siglas chamado Brasil. Explique o que quer dizer IPT. O manual de redação do veículo onde você trabalha vai dizer como você deve explicar. "IPT - Instituto de Polícia Técnica", ou "Instituto de Polícia Técnica, IPT...". O leitor não é obrigado a conhecer tanta sigla. Aliás, ele compra o jornal para se informar e não para complicar ainda mais o seu raciocínio.

A mesma coisa em relação às citações em língua estrangeira. Escrever, quando necessário, a expressão latina "Similis, similibus curantur", pode até ser fácil para você mas eventualmente será de difícil entendimento para o leitor. Bonito, não é? "Similis, similibus curantur..."! Que diabo é isso? Fique curioso e pesquise. Tá bom, vá! Traduzo eu para facilitar a sua vida: "Os semelhantes (remédios com propriedades terapêuticas semelhantes à doença) curam as (doenças) semelhantes...", mais ou menos por aí. Complicado, não? Então, não cite coisas que aparentemente possam trazer complicação para a compreensão do leitor. E, quando tiver que fazer isso, procure esclarecer de maneira objetiva, sem "ofender" a sensibilidade do leitor. Trata-se de uma citação em inglês? Então coloque, entre aspas, entre parênteses, coisas do tipo: "Big-Ben" (famoso relógio londrino). Como já foi dito, as coisas que você sabe não são exatamente as coisas que o seu leitor sabe. E fique certo de que ele sabe muito mais coisas do que você pensa. Sabe, inclusive, fugir de textos enrolados e sem sentido que você eventualmente possa escrever.

## ***Uma idéia puxa a outra***

Vencido o desafio do lide, a etapa seguinte consiste em você conseguir manter o seu leitor atento. E isso só se consegue quando você mantém uma boa estrutura de texto. Quando você consegue estabelecer pontes entre uma frase e outra, entre uma idéia e outra. Esse é outro grande problema do texto jornalístico: as coisas têm que ser coesas, com uma idéia puxando a outra com o máximo de naturalidade, sem tropeços, sem que o leitor perceba. Simplesmente você deve esgotar as idéias ou o seu raciocínio para só então passar para outra proposta. É como chupar uma laranja. Primeiro você tira a casca. Depois você limpa aquela cobertura sobre os gomos, depois tira as sementes, depois chupa. Restou o bagaço que você deve colocar no lixo. Se bem que até o bagaço da laranja possa ser aproveitado. Com um bagaço de laranja, Zeca Pagodinho criou um de seus maiores sucessos: "Fui no pagode acabou a comida, acabou a bebida, acabou a canja. Sobrou pra mim, o bagaço da laranja...". Por este texto, você pode perceber que uma idéia puxa a outra, as idéias vão sendo explicadas, uma frase puxou a outra e, ao final, a gente aproveitou até o bagaço da laranja para citar o Zeca Pagodinho.

Não se apavore, não pense que é difícil fazer jornalismo. Ao contrário, é muito mais simples do que você pensa. Isso, claro, desde que você pense e pense muito, raciocine e raciocine muito. Desde que você procure a melhor história, que busque as melhores fontes, que faça uma seleção das melhores idéias e depoimentos que você ouviu, que encontre um grande lide, que ordene essas idéias, que dê a melhor estrutura para o seu texto. E, quer saber da melhor? Desde criancinha você faz isso, todos os dias e todas as horas. Porque desde criancinha você conta histórias, você justifica como quebrou o vaso preferido da sua mãe, você telefona dizendo que não vai trabalhar por causa disso ou daquilo, você conquista namorado (a) e assim vai.

## ***Será que você está sendo entendido?***

Em outras palavras, quando você está se comunicando com alguém, você está trocando informações. E de alguma maneira você tem sido lógico, claro e objetivo porque todo mundo entendeu o que você andou dizendo. Qual foi o milagre? O milagre foi que você, toda vez que se comunicou com alguém, sempre estruturou as suas frases, o seu discurso, a sua proposta. Estruturando o seu raciocínio, você foi direto, claro e objetivo na sua comunicação. Você usou palavras comuns, ao alcance de todos. É exatamente isso o que o jornalismo está pedindo para você.

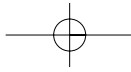
Quando você for escrever um texto jornalístico, procure ser o mais autêntico possível. Procure escrever de maneira simples, objetiva, clara, direta, exatamente como você fala. Não invente, não complique, fuja do texto pedante e pernóstico, siga o raciocínio do seu cérebro, ele vai dar o caminho. Grave isso: você deve confiar sempre no seu cérebro. Ele sabe das coisas. Não o contrarie.

Se você agir assim, se você escrever assim, vai perceber que o seu texto ficou como deveria ser: enxuto, claro, direto, objetivo e... simples.

Isso mesmo: simples. Simples porque o seu leitor é tão simples quanto você. Sei que, diante dessa simplicidade toda, diante de texto tão simples que saiu da sua cabeça você vai ficar pasmo e dizer: "Puxa, isto aqui ficou simples demais!" Diante dessa constatação você vai querer "incrementar", "dar um brilho", colocar "um algo mais". Não faça isso. Ao invés de melhorar, você vai estragar. As melhores coisas são fáceis e simples. Não complique, faça fácil, faça simples. Saiba que o difícil é fazer fácil. Se você conseguiu, dê-se por feliz e sinta-se realizado. Você vive num mundo onde muita gente só serve para criar dificuldades para então vender as facilidades. Se você já fez o fácil, o simples, fique nessa. Você vai se dar bem.

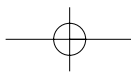
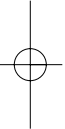
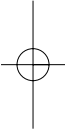
Em tempo: atenção para a gramática e suas regras. Tenha o máximo de cuidado com a ortografia. Escreva as palavras certas, no sentido certo, com a grafia certa.

Outra dúvida cruel: faço um texto longo ou faço um texto enxuto? O bom texto tem o tamanho exato que deve ter e nem uma vírgula a mais ou a menos. Escreva o que tiver que ser escrito para que o seu leitor saiba tudo sobre o assunto que você está abordando. É fato consagrado que o repórter tem que ter o poder da síntese. Não resta a menor



dúvida. Assim, nunca escreva um livro se você pode dizer tudo em uma página de jornal. Nunca escreva uma página inteira se você consegue dizer tudo em meia página. Se conseguir, escreva um quarto de página. Vinte linhas serão melhores ainda se você oferecer tudo o que o leitor quer. Finalmente, se for o caso, escreva dez linhas.

Diga tudo o que deve ser dito. Os leitores gostam de textos enxutos sim, mas também adoram os textos longos, desde que bem escritos. A Bíblia, creio eu, é o maior livro do mundo. E nem por isso deixa de ser o livro mais vendido no mundo.



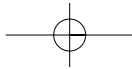
## **Treine, treine, treine até à exaustão**

O Pelé, aquele famoso camisa 10 do futebol, considerado o melhor jogador do mundo, era sempre o primeiro jogador a entrar em campo para treinar e sempre o último a sair do campo para descansar. E olha, o homem sabia das coisas da bola. Pois ele treinava e treinava e treinava até não aguentar mais. Era sempre o que mais corria, o que mais chutava, o que mais brincava com a bola. Ele gostava daquilo e chamava a bola de você, na maior intimidade. Outros, que teriam que chamar a bola de Vossa Excelência, chegavam tarde ao treino e eram os primeiros a sair.

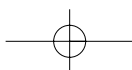
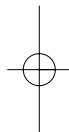
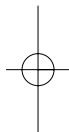
Quero dizer com isso que: quanto mais você treina, quanto mais você pratica, melhor você será. Quanto mais você varre, melhor varredor você será. Quanto mais você cozinha, melhor cozinheiro será. Quanto mais você escreve, melhor repórter será. Sem dúvida alguma. Escrever, escrever, escrever. Ler, ler, ler sempre tudo aquilo que você escreveu. Rerler, rerler, rerler e rerler ainda uma vez a sua matéria. Garanto que você vai encontrar erros a cada vez que ler ou rerler. Reescreva. E leia de novo. E torne a reescrever. E a rerler. Até que tudo pareça o melhor que você pode fazer. Ainda assim, antes de entregar a sua reportagem, dê uma última lida. Quem sabe você pode encontrar uma última falha que precise ser removida.

O grande patrimônio de um repórter é o seu nome. É o reconhecimento que ele vai conseguir ao longo de sua carreira. Um texto assinado por um Clóvis Rossi, por um Cony, por um Ricardo Kotscho, um José Hamilton Ribeiro, um Audálio Dantas, um Joelson Beting e me perdoem os tantos outros nomes da nossa imprensa (se eu fosse citar todas as minhas preferências consumiria as páginas de mil livros), é certeza de informação clara, segura, objetiva. É certeza de gratificação para a alma, para o sentimento. Pois eles foram construindo seus nomes ao longo dos tantos e tão perfeitos textos que fizeram durante a vida. Pensa que eles sentam à frente do computador e pronto? Não, eles passam por todas as angústias que nós todos passamos. Eles lêem e relêem tudo o que escreveram até à exaustão, até que não tenham mais dúvidas, até que sintam que tudo está claro como água cristalina. Pergunte para eles.

Seja simples, seja claro, seja objetivo, seja direto, faça texto que alcance e comova o leitor. Faça texto que mexa com o leitor. Treine, treine, treine. Leia, leia, leia. Releia, releia, releia. Para ter um nome a



zelar no futuro, comece agora. E atenção final: só mostre o seu texto para alguém quando você tiver certeza absoluta do que fez, com todas as correções necessárias. Texto ruim não se mostra nem pra mãe da gente.



## ***Os primeiros degraus do lide***

Como eu já deixei claro, felizmente não existe uma maneira matemática de começar um texto jornalístico. Digo felizmente porque o lide é tão necessário, tão importante, tão definitivo em um texto jornalístico que merece ser tratado com todo o talento, toda a criatividade, toda a atenção e carinho de quem escreve. No lide o repórter tem que responder às seis perguntas clássicas dos "quem", dos "como", dos "onde", dos "por quê?", dos "o quê?", dos "quando?". E é no lide que a gente pega ou não o leitor pelos olhos. Por isso, o lide tem que responder às tais perguntas da maneira mais criativa, mais objetiva, mais clara e por aí vai.

Nunca se esqueça de que o fato é sempre o mais importante. Nada de usar o antigo nariz-de-cera que só serve para irritar o leitor. Se alguém pergunta: "Quanto foi o jogo?", não conte o jogo; responda a pergunta: "Foi tanto a tanto". Direto, claro, objetivo. Depois, se quem perguntou quiser, se tiver tempo para ouvir mais, você conta como foi o jogo. Não sem antes ele, o perguntador ou leitor, mostrar interesse.

Nariz-de-cera, repito, são as chamadas "divagações flácidas para acalantar bovinos", pura conversa mole para boi dormir. O leitor foge desse tipo de notícia ou matéria que enrola, enrola e enrola até chegar ao principal. A notícia tem que ser direta e objetiva. Pá-pum.

Neste exato momento vou dar alguns exemplos de lides clássicos, diretos, claros e objetivos. Você vai dizer que os exemplos são simples demais. Concordo. Porém, por enquanto, procure fazer lide utilizando essas fórmulas simples. Com o tempo você vai colocar todo o seu talento, toda a sua criatividade e criar lides memoráveis, eu sei disso. Mas, para chegar ao 21º degrau, a gente tem que passar pelo 1º...

## ***Contando um acidente de automóvel***

Aconteceu um acidente de automóvel. Você foi pautado para fazer a reportagem ou noticiar o fato. Você foi ao local ou então esteve na Delegacia de Polícia e constatou, pelo BO (o chamado Boletim de Ocorrência, que a Polícia sempre elabora em casos assim), que: um automóvel Gol, placas 3839, de São Paulo, dirigido pelo deputado Antônio Flores, 48 anos, morador na rua das Laranjeiras, 387, chocou-se com o automóvel Fiesta, placas 3737, também de São Paulo, dirigido por José Macieira, 37 anos, morador na rua Catumbi, 378. O acidente ocorreu na manhã de ontem, na praça Três Corações, no Morumbi, Zona Oeste de São Paulo.

O acidente, diz o BO, provocou a morte de duas pessoas, o deputado Antônio Flores, e Valdo Mares, 45 anos, morador na rua das Flores, 378, ocupante do automóvel Fiesta. Quatro pessoas ficaram feridas com gravidade: Gilberto Pereira, 21 anos, morador na rua do Carmo, 49; Pedro Palhares, 18 anos, morador na rua Antônio Souza, 239; Conceição das Dores, 21 anos, moradora na rua do Carmo, 87, e Manoela Antiqua, 47 anos, moradora na rua da Inconfidência, 987. A PM, Polícia Militar, atendeu a ocorrência. Consta no BO que a provável causa do acidente foi a alta velocidade dos veículos e as péssimas condições de visibilidade no local. Diz mais o BO: diz que os mortos foram removidos para o IML, Instituto Médico Legal e os feridos foram levados para o Hospital Porta do Céu.

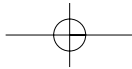
Essas são as informações de que você dispõe. Vamos agora elaborar vários lides com abordagens diferentes, respondendo às seis perguntas clássicas (quem, como, quando, onde, o quê e por quê).



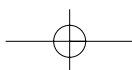
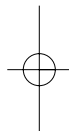
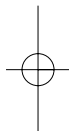
## ***Exemplo de lide começando pelo "Quem?":***

O deputado Antônio Flores, 48 anos, morador na rua das Laranjeiras, 387, morreu ontem em acidente ocorrido na praça Três Corações, quando o carro que dirigia, um Gol, placas 3839-SP, chocou-se com o automóvel Fiesta placas 3737-SP, dirigido por José Macieira, 37 anos, morador na rua Catumbi, 378. No acidente, morreu também Valdo Mares, 45 anos, morador na rua das Flores, 378, passageiro do Fiesta. Gilberto Pereira, 21 anos, morador na rua do Carmo, 87; Manoela Antiqua, 47 anos, moradora na rua da Inconfidência, 487; Pedro Palhares, 18 anos, morador na rua Antônio Souza, 239, e Conceição das Dores, 21 anos, moradora na rua do Carmo 87, que também viajavam no Fiesta, sofreram ferimentos graves.

A Polícia Militar atendeu a ocorrência e, segundo informações obtidas no local, a velocidade excessiva e as péssimas condições de visibilidade podem ter sido a causa do acidente. Os corpos do deputado Antônio das Flores e Valdo Mares, foram removidos para o Instituto Médico Legal (IML) e os quatro feridos encaminhados para o Hospital Porta do Céu.



**Observação:** repare que começamos o lide pelo "Quem" e, na sequência, fomos respondendo a todas as outras perguntas clássicas do texto jornalístico.



## ***Exemplo de lide começando pelo "Quando?":***

Na tarde de ontem, o automóvel Gol, placas 3839-SP, dirigido pelo deputado Antônio das Flores, 48 anos, morador na rua das Laranjeiras, 387, chocou-se com o Fiesta de placas 3737-SP, dirigido por José Macieira, 37 anos, morador na rua Catumbi, 378. O acidente provocou a morte do deputado e de Valdo Mares, 45 anos, morador na rua das Flores, 378, que viajava no Fiesta. Quatro pessoas, Gilberto Pereira, 21 anos, morador na rua do Carmo, 49; Pedro Palhares, 18 anos, morador na rua Antônio Souza, 239; Conceição das Dores, 21 anos, moradora na rua do Carmo, 87, e Manoela Antiqua, 47 anos, moradora na rua da Inconfidência, 987, que ocupavam o automóvel Fiesta, ficaram gravemente feridas. Segundo os policiais militares que atenderam a ocorrência, o acidente deve ter ocorrido pela velocidade excessiva dos veículos e pelas péssimas condições de visibilidade do local. Os corpos do deputado Antônio Flores e de Valdo Mares foram removidos para o Instituto Médico Legal (IML) e os feridos conduzidos para o Hospital Porta do Céu.

## ***Exemplo de lide começando pelo "O quê?":***

Um acidente de trânsito de graves proporções aconteceu na tarde de ontem, na praça Três Corações, quando o automóvel Gol, placas 3839-SP, dirigido pelo deputado Antônio Flores, 48 anos, morador na rua das Laranjeiras, 387, chocou-se contra o Fiesta, placas 3737-SP, dirigido por José Macieira, 37 anos, morador na rua Catumbi, 378. O deputado Antônio das Flores e Valdo Mares, 45 anos, morador na rua das Flores, 378, passageiro do Fiesta, morreram no local. Quatro outros passageiros do Fiesta, Gilberto Pereira, 21 anos, morador na rua do Carmo, 49; Pedro Palhares, 18 anos, morador na rua Antônio Souza, 239; Conceição das Dores, 21 anos, moradora na rua do Carmo, 87, e Manoela Antiqua, 47 anos, moradora na rua da Inconfidência, 987, ficaram gravemente feridos. O acidente pode ter sido causado pela alta velocidade e pelas péssimas condições de visibilidade do local, segundo informaram os policiais militares que atenderam a ocorrência.

## ***Exemplo de lide começando pelo "Por quê?":***

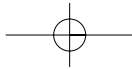
A velocidade excessiva e as péssimas condições de visibilidade do local podem ter sido, de acordo com testemunhas, as causas do acidente ocorrido na tarde de ontem na praça Três Corações, quando o Gol placas 3839-SP, chocou-se com o Fiesta placas 3737-SP. No acidente morreram o deputado Antônio Flores, 48 anos, morador na rua das Laranjeiras, 387, que dirigia o Gol, e Valdo Mares, 45 anos, morador na rua das Flores, 378, um dos passageiros do Fiesta, que era dirigido por José Macieira, 37 anos, morador na rua Catumbi, 378. Quatro pessoas ficaram feridas no acidente: Gilberto Pereira, 21 anos, morador na rua do Carmo, 49; Pedro Palhares, 18 anos, morador na rua Antônio Souza, 239, Manoela Antiqua, 47 anos, moradora na rua Inconfidência, 987 e Conceição das Dores, 21 anos, moradora na rua do Carmo, 87. A Polícia Militar atendeu a ocorrência e removeu os corpos do deputado Antônio das Flores e de Valdo Mares para o Instituto Médico Legal (IML). Os feridos foram encaminhados e atendidos pelos plantonistas do Hospital Porta do Céu.

## ***Lide começando pelo "Como?":***

Trafegando em alta velocidade em um local onde as condições de visibilidade são péssimas, conforme garantiam as testemunhas, os automóveis Gol, placas 3839-SP, dirigido pelo deputado Antônio das Flores, 48 anos, morador na rua das Laranjeiras, 387, e o Fiesta, placas 3737-SP, dirigido por José Macieira, 37 anos, morador na rua Catumbi, 378, chocaram-se na tarde de ontem na praça Três Corações. O acidente provocou a morte do deputado Antônio das Flores e de Valdo Mares, 45 anos, morador na rua das Flores, 378, passageiro do Fiesta. Quatro pessoas ficaram gravemente feridas: Gilberto Pereira, 21 anos, morador na rua do Carmo, 49; Pedro Palhares, 18 anos, morador na rua Antônio Souza, 239; Conceição das Dores, 21 anos, moradora na rua do Carmo, 87 e Manoela Antiqua, 47 anos, moradora na rua da Inconfidência, 987. O acidente foi atendido pela Polícia Militar e os corpos do deputado Antônio das Flores e Valdo Mares foram levados para o Instituto Médico Legal (IML). Os feridos encaminhados ao Hospital Porta do Céu.

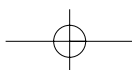
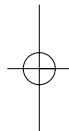
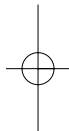
## ***Exemplo de lide começando pelo "Onde?":***

A praça Três Corações voltou a ser palco de mais um terrível acidente. Os automóveis Gol, placas 3839-SP, dirigido pelo deputado Antônio Flores, 48 anos, morador na rua das Laranjeiras, 387, chocou-se violentamente com o Fiesta, placas 3737-SP, dirigido por José Macieira, 37 anos, morador na rua Catumbi, 378. O deputado Antônio Flores e Valdo Mares, 45 anos, morador na rua das Flores, 378, passageiro do Fiesta, morreram no local. Quatro pessoas ficaram gravemente feridas, Gilberto Pereira, 21 anos, morador na rua do Carmo, 49; Pedro Palhares, 18 anos, morador na rua Antônio Souza, 239; Conceição das Dores, 21 anos, moradora na rua do Carmo, 87, e Manoela Antiqua, 47 anos, moradora na rua da Inconfidência, 987. A Polícia Militar atendeu a ocorrência. Os corpos do deputado Antônio Flores e Valdo Mares foram encaminhados ao Instituto Médico Legal e os feridos levados para o Hospital Porta do Céu.

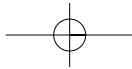


## ***Mais exemplos***

Você foi cobrir uma palestra do professor Osmar Mota, aos alunos do terceiro ano de Jornalismo das Fiam, na noite de ontem, no auditório da Faculdade, abordando temas relativos ao jornalismo prático. O professor Osmar iniciou seu pronunciamento afirmando que "o jornalista é um contador de histórias". Fez várias outras afirmações como: "A notícia tem que ser clara, direta e objetiva. - O leitor não quer saber de enrolações; faça um bom lide e vá direto ao assunto". Houve debates ao final da palestra.

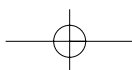
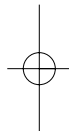
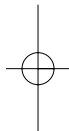






## ***Vamos fazer um lide começando com o "Quem?":***

O professor Osmar Mota falou na noite de ontem aos alunos do terceiro ano de Jornalismo das Fiam, abordando temas relativos ao jornalismo prático. A palestra foi realizada no auditório da Faculdade. Entre outras declarações, o professor disse que "o jornalista é um contador de histórias". Osmar Mota deixou claro que "a notícia tem que ser clara, direta e objetiva" para despertar a atenção do leitor. Segundo ele, o leitor não quer saber de enrolações. "Faça um bom lide. Vá direto ao assunto", acentuou Osmar Mota. Ao final da palestra, os alunos debateram as propostas do professor.



## ***Exemplo de lide começando com "O quê?":***

"O jornalista é um contador de histórias." A afirmação é do professor Osmar Mota, durante a palestra que pronunciou na noite de ontem, no auditório das Fiam, para os alunos do terceiro ano de Jornalismo da Faculdade. Em sua palestra, que abordou temas relativos ao jornalismo prático, o professor insistiu que "a notícia tem que ser clara, direta e objetiva", buscando despertar o interesse do leitor. "O leitor não quer saber de enrolações. Faça um bom lide e vá direto ao assunto", exaltou. As propostas do professor Osmar Mota foram debatidas com os alunos ao final da palestra.

## ***Exemplo de lide começando com o "Quando?":***

Na noite de ontem, no auditório das Fiam, o professor Osmar Mota pronunciou uma palestra para os alunos do terceiro ano de Jornalismo daquela Faculdade, garantindo que "o jornalista é um contador de histórias". O professor, que abordou temas relativos ao jornalismo prático, insiste que o leitor não quer saber de enrolações na abertura do texto. "Faça um bom lide. Vá direto ao assunto!", proclamou ele. Osmar Mota insiste em alertar que a notícia tem que ser clara, direta e objetiva. Ao final da palestra, os alunos participaram de um debate com o professor.

## ***Exemplo de lide começando com "Onde?":***

O auditório das Fiam foi palco, na noite de ontem, de palestra do professor Osmar Mota, que falou para os alunos do terceiro ano de Jornalismo da Faculdade, abordando temas relativos ao jornalismo prático. Entre outras declarações, Osmar Mota declarou que "o jornalista é um contador de histórias". Para ele, "o leitor não quer saber de enrolações na abertura do texto", por isso o professor recomenda: "A notícia tem que ser clara, direta e objetiva. Faça um bom lide. Vá direto ao assunto!" concluiu. Após a palestra, houve debate dos temas propostos.

## ***Exemplo de lide começando com o "Como?":***

Falando com a maneira apaixonada com que trata o Jornalismo, o professor Osmar Mota pronunciou palestra na noite de ontem, no auditório das Fiam, para os alunos do terceiro ano de Jornalismo da Faculdade. Entre outras afirmações, Mota disse que "o jornalista é um contador de histórias". Segundo ele, a notícia tem que ser clara, direta e objetiva. Osmar Mota insiste: "Seja claro e objetivo. Faça um bom lide. Vá direto ao assunto. O leitor não quer saber de enrolações na abertura do texto". Um debate entre o professor e os alunos encerrou a palestra.

## ***Exemplo de um lide começando com o "Por quê?":***

Por entender que os alunos de Jornalismo não deram, ainda, a devida importância para o começo de seus textos, de suas matérias, o professor Osmar Mota fez questão de pronunciar palestra na noite de ontem, no auditório das Fiam, abordando questões relativas ao jornalismo prático. Mota iniciou sua fala dizendo que "o jornalista é um contador de histórias". Segundo ele, o leitor não quer saber de enrolações na abertura do texto. "Seja objetivo. Faça um bom lide. Vá direto ao assunto. A notícia tem que ser clara, direta e sem enrolações", disse, irritado. Ao término da palestra, o professor Osmar Mota debateu com os alunos as considerações apresentadas.

## ***Considerações importantes***

Como você viu, tudo tem um encaminhamento lógico: a primeira frase puxa a segunda, que puxa a terceira, que puxa a quarta, que deságua na quinta. É como se estivéssemos dirigindo um automóvel. Para sair, para começar, a gente precisa de uma marcha forte, a primeira (no caso do texto, a primeira frase tem que chamar a atenção). Quando o carro já está em movimento, a gente coloca uma marcha igualmente forte, mas mais suave (a segunda frase do texto também tem que ser forte, porém, não tão importante quanto a primeira).

Quando o carro já atinge uma certa velocidade, a gente coloca a terceira marcha (a terceira frase, apesar de forte, já está complementando as frases anteriores). Com a quarta marcha o carro já está deslanchando (se você conseguiu levar o leitor até à quarta frase, você está no caminho certo). Na quinta marcha o carro já está deslizando suavemente (na quinta frase do lide, o leitor já "entrou" no seu texto, já mostrou que vai ler até o fim).

Da mesma forma que não se pode ser brusco na troca de marchas, procure passar de uma frase para outra com o máximo de suavidade. Se você perceber bem, as palavras, as frases, têm uma certa musicalidade; procure obedecer a esse ritmo. Sabe como? Lendo em voz alta. E perguntando para o seu cérebro. É, o seu cérebro é o grande consultor nesses casos. Se ele não gostar do que você escreveu, pode mudar, porque alguma coisa estará errada. A passagem de uma frase para outra, de um conceito para o outro, tem que ser a mais suave possível, sem trancos nem solavancos.

Já falei por aí que o Pelé, maior jogador de futebol do mundo, treinava sempre como se fosse um principiante. Era o primeiro a chegar aos treinos e o último a sair. Ouso dizer que o Marcelinho, consagrado como um grande cobrador de faltas, deve treinar umas mil cobranças por dia. Apesar disso, para tristeza dos corintianos em geral, particularmente minha, em sua época no Corinthians o danado demorava para acertar e fazer o gol. De vez em quando fazia "unzinho". Se esses craques, que ganham ou ganharam muito dinheiro chutando bola treinam até à última gota de suor, imagine você que quer ser jornalista. Tem que treinar e treinar e treinar dez, cem, mil, um milhão de vezes o seu lide, o seu texto, o seu cérebro. Garanto que treinando, praticando, ruminando, você será um grande jornalista. O sucesso, já disseram os entendidos no assunto, é feito com 1% de inspiração e 99% de transpiração. Bote seu cérebro para suar.

## ***Um novo resumo de ópera***

Como já fizemos em relação à pauta, vão aqui as regras mínimas para elaborar um texto.

**Regra 1:** Da mesma forma que na questão da elaboração da pauta, felizmente não existem regras básicas para se escrever um texto jornalístico. Uma história pode ser contada de mil maneiras e não existe a melhor maneira. O mínimo que se exige é a compreensão do leitor.

**Regra 2:** Se você é capaz de falar, também será capaz de escrever. Escrever é coisa fácil, desde que você não dificulte ou complique. Desde que você queira, desde que você goste, desde que você se dedique, que se aplique. Desde que você transforme o seu trabalho em um verdadeiro ato de amor.

**Regra 3:** Só se aprende a escrever escrevendo. Pedrinho Mattar, um dos maiores pianistas do Brasil, treina 10 horas por dia. Todos os dias. E ele, tenho certeza, já sabe tudo de piano. Imagine quem não sabe nada...

**Regra 4:** O nadador Gustavo Borges passa o dia inteiro na piscina. O Guga dorme com a raquete na mão. A diferença dessas atividades todas com o Jornalismo é que, no nosso caso, a gente tem que dormir, sonhar, acordar, respirar, almoçar, lanchar, jantar e cear isso. Pensar, treinar jornalismo em todos os minutos do dia e da vida.

**Regra 5:** Você vai narrar fatos, contar histórias, mostrar situações, denunciar injustiças e, principalmente, ecoar soluções que alguém eventualmente apresente.

**Regra 6:** Seu cérebro é seu guia, seu ponto de equilíbrio. Sua criatividade, o seu caminho. Sua ansiedade, seu desejo de participar e ajudar, e influir, e mudar, quando for o caso, são e serão seus objetivos eternos. Seus sentidos todos precisarão ficar alerta e antenados para descobrir e captar o que merece ser contado.

**Regra 7:** As palavras são a sua ferramenta de trabalho. Quanto mais palavras você conhecer, mais fluente, mais fácil e mais rico será o seu texto. Onde estão as palavras? As palavras estão na boca das pessoas, nos jornais, nas revistas, nos livros. Para adquirir vocabulário, você precisa ouvir e ler. De tudo um pouco, e não pouco.

**Regra 8:** As línguas, como o Português, têm regras básicas. A concordância é uma delas. E fundamental. Além do vocabulário, você precisa conhecer gramática. Precisa conhecer a grafia correta das palavras. Precisa conhecer o significado de cada palavra que você usa.



E tem obrigação também de saber onde colocar cada vírgula, cada ponto, ponto-e-vírgula até chegar ao ponto final. Quem não conhece ou não domina a sua língua nunca vai ser bom jornalista.

**Regra 9:** Escreva sempre na ordem direta; fica mais fácil para quem vai ler e também facilita a compreensão do texto.

**Regra 10:** Tudo o que o mundo quer saber do jornalista é: quem?, quando?, como?, onde?, o quê?, por quê?. O mundo quer ler ou ouvir informações de forma clara, simples, direta e objetiva. Só isso e não mais que isso. Simples assim. O problema é que muitos complicam diante de tanta simplicidade e acabam metendo os pés pelas mãos. Faça só isso: seja simples, claro, direto e objetivo. E não coloque uma vírgula a mais. Coloque, sim, muita criatividade.

**Regra 11:** Repetindo, texto bom é claro, simples, direto e objetivo. Diga tudo o que é preciso dizer com um mínimo de palavras e nem uma palavra a mais. Claro que, quando necessário, sua reportagem pode ter o tamanho de um livro. No entanto, saiba que o jornalista vale pelo seu poder de síntese. Assim, se possível, transforme esse "livro de informações" em uma página de jornal. Se você for capaz, transforme essa página em meia página. Melhor ainda: diga tudo, se puder, em um quarto de página. Faça mais: conte em dez linhas. Ou em cinco.

**Regra 12:** Texto simples usa o linguajar universal. Coisa que as pessoas entendam e saibam do que você está falando, dentro do contexto que você quer (ou deve) atingir.

**Regra 13:** A comunicação não é o que a gente diz, mas sim o que as pessoas entendem. O que é óbvio para você pode não ser óbvio para o seu leitor. Aliás, o óbvio só é óbvio enquanto é óbvio, ou seja: só é óbvio quando é citado, falado, comentado. Seja simples, seja óbvio.

**Regra 14:** Um dos momentos mais complicados na vida do jornalista é começar um texto. O lide. A primeira frase, a segunda. Porque é aí que a coisa pega. Ou que se pega o leitor pelos olhos. Quer saber o melhor? Não existe uma fórmula específica para começar um texto jornalístico, para escrever a primeira frase ou a segunda, tão fatídicas. O bom texto jornalístico tem que começar sempre da melhor maneira. E a melhor maneira é usar a sua criatividade, usar o seu cérebro. Seja instigante, emocione, deixe o leitor curioso. Comece pela informação mais importante que você tiver, depois de ter selecionado tudo o que você captou e checkou para elaborar a reportagem.

**Regra 15:** Para o bem ou para o mal, o jornalista é livre no seu texto. Não existem fórmulas mágicas nem regras específicas para fazer o lide, para começar a matéria. Você só tem que responder quem?,

como?, quando?, o quê?, por quê?, onde?. Comece pelo quem, comece pelo como, pelo quando ou pelo que for melhor no seu entendimento. Importante é que você chame e prenda a atenção do seu leitor e passe a informação.

**Regra 16:** Se você se decidir por começar com uma frase dita por alguém, que seja uma frase cheia, completa, abrangente. "Quando dona Regina Borges me entregou aquele envelope pardo, eu não sabia que ele continha a lista da votação...". A afirmação é do senador José Roberto Arruda, falando durante acareação na Comissão de Ética do Senado. Mostre a frase, coloque o ponto final e feche aspas. Depois, diga quem disse a frase: A afirmação é de fulano de tal, que faz tal coisa e foi feita durante tal evento, em tal dia, tal local. Simples, não? Você já disse "o quê?", já disse "quem?", já disse "quando?", já disse "onde?", etc., etc.

**Regra 17:** Seja coerente: só mude de assunto quando tiver esgotado o assunto anterior. Isso para não ter que dizer, no meio ou no fim do texto, coisas do tipo "como já dissemos anteriormente...".

**Regra 18:** Uma frase puxa a outra e o link, a ligação, a passagem de uma frase, um assunto, uma proposta para a outra tem que ser o mais suave possível.

**Regra 19:** O bom texto tem o formato da tal pirâmide invertida. O que é principal está no começo do texto, no lide. Depois, as idéias vão se sucedendo na ordem de sua importância.

**Regra 20:** Repare bem: a comunicação verbal tem uma certa musicalidade. A gente está acostumado com isso e vem ouvindo coisas desde que nasceu, a ponto de exigir (inconscientemente) que o nosso interlocutor fale com essa musicalidade. Saiba que, quando a gente lê, acaba transferindo essa exigência para o texto. Faça o teste: leia qualquer texto e repare como as coisas acontecem exatamente assim. Se esse fenômeno acontece com você, claramente acontece também com as outras pessoas. Sendo assim, ao escrever, não se esqueça desse detalhe, que é muito importante. Leia e releia o seu texto. Se ele não tiver "música", sonoridade, escreva de novo.

**Regra maior:** O nome é o maior patrimônio do jornalista. Só assine um texto quando ele estiver perfeito.

## ***A ilustre ilustração***

Você já deve ter ouvido essa definição mais de mil vezes, no entanto, sou obrigado a repetir: "Uma imagem vale mais do que mil palavras". Reportagem sem fotografias ou ilustrações, além de perder impacto, pode se transformar em um texto cansativo e difícil de ler. Por melhor que ele seja.

Quando você estiver elaborando uma pauta, pense também em como ilustrá-la. Pense em fotos, pense em ilustrações, pense em gráficos. O ideal é que você trabalhe sempre com um bom repórter fotográfico. Por maior que seja o seu conhecimento sobre fotografia, um profissional específico do ramo sabe muito mais. Vai ter muito mais condições de trabalhar a foto, de escolher o ângulo, a luz e tantos outros detalhes que só os bons fotógrafos sabem encontrar. Ao longo da minha carreira tive sorte em poder trabalhar com alguns dos melhores fotógrafos e ilustradores do país e posso garantir: por nada, por nada, eles garantiam pelo menos 70% do sucesso do meu texto. Tenho certeza de que os grandes repórteres vão dizer a mesma coisa.



## ***Você fez tudo o que seu mestre mandou. E o título?***

Eu costumo dizer que um bom lide é a essência reportagem. Quase um resumo da reportagem. O título, por sua vez, deve ser o resumo do lide. Isso mesmo, o título é o resumo do resumo, o grande chamariz do seu trabalho. Reconheço que não é nada fácil criar um bom título para reportagem. Da mesma forma que não é fácil criar um bom título para um filme, para um livro, para uma novela ou até para uma música. O título é fundamental. Ele dá o caminho, ele dá o norte, a idéia.

Alguém me coloca um detalhe importante: o título deve ser criado antes ou depois da matéria? Uma bela, instigante e intrigante pergunta. Tão importante que só pode ter uma resposta evasiva: Não há uma regra específica sobre esse ponto. Alguns preferem escrever a história a partir do título criado e tudo flui muito mais facilmente porque o texto brota espontâneo. Outros preferem criar o título após a formulação integral do texto.

Na verdade acho que, antes ou depois do texto, o bom título "explode" na cabeça dos mais criativos.

Neném Prancha, um "filósofo" do futebol brasileiro dizia que o pênalti é tão importante numa partida de futebol, que deveria ser batido pelo presidente do clube. Pois eu digo que os títulos das matérias e

especialmente as manchetes dos jornais ou revistas são tão importantes que deveriam ser criados pelo dono da publicação. O título é que desperta a atenção do leitor para a matéria. É o que "vende" a importância do texto. Os grandes jornais e revistas têm a preocupação de manter uma pessoa especializada na criação das manchetes. E essas pessoas têm que ser altamente criativas e objetivas. Usando o mínimo de palavras, elas conseguem resumir a idéia e o conteúdo da reportagem ou do assunto tratado. Com o máximo de sutileza, graça e emoção.

É preciso muita aplicação, talento e sensibilidade para criar um bom título, uma grande manchete. Muito treino, muita argúcia, muito jeito. Porque, repito, trata-se da essência da essência, o resumo do resumo. Com clareza, objetividade e muita emoção.

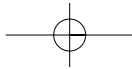
Porque, além de tudo, o "titulista" deve obedecer às regras contidas nos manuais de redação do veículo onde trabalha, o que contribui para complicar ainda mais o problema. As limitações de espaço e o número de toques permitido dificultam ainda mais a tarefa. Difícil? Sim. Mas, se os manuais colocam limites, se o espaço também tem limitações, a sua criatividade não deve ter. Use a força do seu raciocínio, recorra à sua sensibilidade, esgote o seu talento e faça do seu título uma verdadeira obra-prima. Dentro do possível e do impossível, diga tudo no título. Informe, comova, brinque, instigue, provoque, mexa com a emoção das pessoas. Evidente que tudo vai depender do assunto que está sendo tratado, das circunstâncias, do momento, da hora e do lugar. Seja como for, use e abuse da sua criatividade. Seja claro, direto, objetivo, criativo. Insisto nesta comparação: se o lide é a vitrine da reportagem, o título é "a cara da loja".

Deixando a modéstia de lado, quero registrar o orgulho de ter criado uma das maiores manchetes do jornalismo esportivo do Brasil. Corria o ano de 1966 e o Brasil disputava mais uma Copa do Mundo, nos campos da Inglaterra.

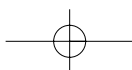
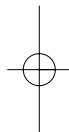
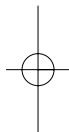
As coisas não iam bem para o nosso time que, numa situação limite iria enfrentar a então poderosa Seleção de Portugal, que tinha craques como Coluna e Euzébio, entre tantos outros. Na época eu trabalhava nos Diários Associados. Aceitando o desafio do jornalista Fernando Asprino, editor do jornal Diário da Noite, criei a frase que ficaria marcada. A manchete estampada pelo jornal, no dia do jogo decisivo, dizia: "Pelé, jogai por nós!" Gostou?

Treine muito, busque inspiração no seu cérebro, na sua sensibilidade. Você vai conseguir.

A infografia, que utiliza recursos da informática, "casando" melhor



o texto com ilustrações, facilita bem as coisas. E a infografia está cada vez mais presente no jornalismo moderno. Sorte sua, aproveite bem essa facilidade. Ela oferece maior liberdade na criação de um título ou de uma manchete na medida em que pode associar o seu texto, o seu título à ilustração da matéria. Outro recurso que também vem sendo muito utilizado no jornalismo moderno é o "olho", uma frase forte que vem logo em seguida ao título e que possibilita um melhor entendimento do leitor em relação ao conteúdo da reportagem.

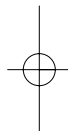
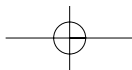


## ***Os intertítulos***

Os intertítulos também representam um recurso que nunca deve ser desprezado, especialmente quando se apresenta uma reportagem longa. Os intertítulos servem para "arejar" o texto e passar ao leitor a sensação de que a reportagem não é tão longa assim. Claro está que a utilização dos intertítulos vai depender sempre da orientação do manual da redação. E esse manual certamente vai especificar a colocação certa do intertítulo. Penso que os intertítulos devem estar a cada 15/20 linhas de texto.

Tanto quanto o título, o intertítulo deve ser criativo e intrigante, despertando o interesse do leitor, levando-o à continuidade da leitura. Alguns jornais ou revistas substituíram o intertítulo por "destaques". Destaques são pequenos trechos, geralmente uma frase curta, pinçados do texto principal. Evidente que as frases utilizadas nesses "destaques" deverão ser muito bem escolhidas, por conterem elementos que agucem a curiosidade do leitor.

Por falar em curiosidade, agora quem está curioso sou eu: será que consegui satisfazer a sua curiosidade? Pense, rumine, descubra um bom tema. Faça uma boa pauta, desenvolva um bom texto. Estou realmente curioso para ler e comprovar o seu talento.



Editora Visual Media S/C Ltda  
Rua Salvador Russani, 440 - Alvinópolis  
Atibaia - São Paulo - Cep 12.942-440  
Fone/Fax: 4412-1986

